STRATEGICKÝ PLÁN cestovního ruchu TŘEBÍČE

PRO OBDOBÍ 2024-2027



ANALYTICKÁ ČÁST
VE ZNĚNÍ AKTUALIZACE
PROSINEC 2023


Ex
longaeva vastatione
servavit restauravitque
Vincentius Comes de Waldstein
MDCCCLXII.

OBSAH

1 ÚVOD
1.1 Metodika zpracování
2 ANALÝZA STÁVAJÍCÍHO STAVU
2.1 Charakteristika území z hlediska cestovního ruchu
2.2 Analýza primární nabídky cestovního ruchu
2.3 Analýza sekundární nabídky cestovního ruchu
2.4 Návštěvnost
2.4.1 Data mobilních operátorů
2.4.2 Data turistických informačních center v Třebíči
2.4.3 Data plynoucí z ubytovacího poplatku
2.4.4 Data ČSÚ
2.5 Systém řízení cestovního ruchu
2.5.1 Systém řízení cestovního ruchu – historie
2.5.2 Systém řízení cestovního ruchu – současný stav
2.5.3 Budoucnost řízení cestovního ruchu v městě Třebíč
2.6 Analýza současného stavu v oblasti marketingu cestovního ruchu
3 SWOT ANALÝZA CESTOVNÍHO RUCHU V TŘEBÍČI
4 NÁVRHOVÁ ČÁST
4.1 Vize rozvoje cestovního ruchu v Třebíči
4.2 Prioritní osy
4.3 Opatření
4.4 Definování cílů
4.5 Projektové listy
5 ZÁVĚR

1. ÚVOD

V srdci Evropy, v malebném koutě České republiky, leží město Třebíč - skvost kulturního a historického dědictví s bohatými tradicemi a přírodními krásami. Historie Třebíče je hluboká a pestrá, což je patrné na každém kroku v jejích ulicích a na památkách. Je to město, které je hrdé na svou jedinečnou pozici v Seznamu světového a přírodního dědictví UNESCO. V roce 2023 si Třebíč připomněla 20 let od zápisu na seznam UNESCO.

Cestovní ruch je jedním z klíčových odvětví, které má potenciál nejen podporovat místní ekonomiku, ale také přispívat k zachování a propagaci kulturního a historického dědictví města. Správně řízený a udržitelný cestovní ruch může být hnacím motorem pro sociální, kulturní a ekonomický rozvoj Třebíče.

Město se nachází v energetickém regionu v blízkosti Jaderné elektrárny Dukovany, kterou čeká největší investice v novodobých dějinách České republiky. Do roku 2036 bude rozhodnutím Vlády České republiky vybudován nový jaderný zdroj jako náhrada za stávající jaderné bloky. S tím je spojena velká pozornost upřená na tento region i na samotné město Třebíč. Lze předpokládat, stejně jako tomu bylo při výstavbě v 80. letech minulého století, zvýšený zájem o tuto destinaci, který se bezesporu promítne také do cestovního ruchu a trávení volného času. V neposlední řadě je nutné zmínit místní specifické propojení cestovního ruchu s kulturou. Toto téměř doslovné spojení totiž vychází z charakteru třebíčských památek. Jen těžko lze tyto dvě oblasti od sebe oddělit a pohlížet na ně samostatně.

Tato strategie je výsledkem pečlivé analýzy současného stavu cestovního ruchu v Třebíči a naší ambicí je vytvořit jasný a ucelený plán pro další roky. Naše vize je posílit pozici Třebíče jako jednoho z nejžádanějších cílů v České republice a současně zajistit, aby náš cestovní ruch byl udržitelný, ohleduplný k místnímu prostředí a komunitě a aby přinesl skutečné přínosy pro všechny zúčastněné strany.

V následujících kapitolách představíme hlavní priority, cíle a akční plán, které nám pomohou dosáhnout této vize. Třebíč posouváme na vyšší úroveň v oblasti cestovního ruchu, a to s respektem k našemu dědictví, kultuře a obyvatelům.

Vedení města Třebíče si uvědomuje strategickou důležitost rozvoje cestovního ruchu. Tento fakt je zohledněn také ve Strategickém plánu rozvoje města pro období 2024–2028. Rozvojová vize města Třebíče jasně deklaruje, že „Město Třebíč je konkurenceschopná destinace cestovního ruchu, prestižní kulturní a historické centrum zajišťující vysokou kvalitu života pro všechny občany města, lákající nové obyvatele k životu ve městě, nabízející podnikatelským subjektům funkční zázemí pro podnikání a zajišťující efektivní veřejnou správu založenou na participaci občanů na jejím výkonu."

Udržitelný rozvoj cestovního ruchu je součástí jedné z prioritních os strategického plánu rozvoje města.

Město Třebíč podporuje i nadále rozvoj cestovního ruchu s vědomím kulturního charakteru území, který povede ke zlepšení regionální ekonomiky, vytvoření nových pracovních míst a zároveň eliminaci negativních dopadů na občany. To lze uskutečnit pouze v případě koncepčního řízení, které mimo jiné nastavuje právě tato Strategie udržitelného rozvoje cestovního ruchu.
Navazuje na Strategický plán cestovního ruchu Třebíče pro období 2020-2023.

1.1 METODIKA ZPRACOVÁNÍ

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

Analytická část zahrnuje analýzu současného stavu města Třebíč z pohledu cestovního ruchu – charakteristiku území, analýzu nabídky cestovního ruchu, která popisuje možnosti cestovního ruchu v Třebíči, a přehled dat různých zdrojů. 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. Pozornost byla věnována také oblastní destinační kanceláři Třebíčsko. Kapitola Analýza současného stavu v oblasti marketingu cestovního ruchu popisuje jednotlivé prvky komunikačního mixu, které Třebíč využívá.

Nedílnou součástí strategie je **SWOT analýza.** Zobrazuje příležitosti a silné stránky města Třebíče, které jsou konkurenční výhodou pro město. Naopak ohrožení a slabé stránky představují faktory, které by se město mělo snažit zlepšovat a postupně odstraňovat. Všechny získané informace vedly ke zpracování **návrhové části**. V té byly nejdříve stanoveny hlavní priority, poté následovalo stanovení cílů strategie.

ZÁKLADNÍ POJMY

STRATEGICKÝ PLÁN ROZVOJE MĚSTA TŘEBÍČ (SPRM)

Strategický plán rozvoje města Třebíče pro období 2024- 2028, vznikl aktualizací Strategického plánu rozvoje města Třebíče pro období 2020-2023, ve znění jeho pozdějších změn. Společně s územním plánem představuje hlavní koncepční dokument určující další směr rozvoje města.

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 spojená 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 tím lepší pochopení mentality různých kultur či příjem pro místní ekonomiky a eliminovat poškozování životního prostředí a vznik konfliktních situací mezi místními občany a turisty.

OVERTURISMUS

Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO) definuje overtourismus jako „dopad cestovního ruchu na místo určení, nebo jejich části, které nadměrně ovlivňuje vnímanou kvalitu života obyvatel a/nebo kvality 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.

AKČNÍ PLÁN STRATEGIE

Krátkodobý dokument prováděcího charakteru. Obsahuje harmonogram, způsob financování apod.

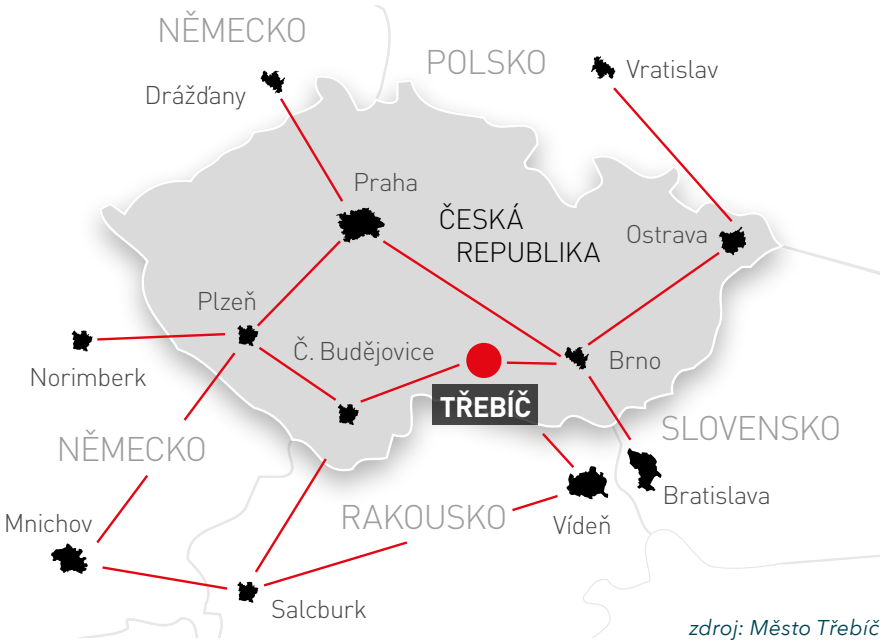
CÍLE

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

2. ANALÝZA STÁVAJÍCÍHO STAVU

2.1 CHARAKTERISTIKA ÚZEMÍ Z HLEDISKA CESTOVNÍHO RUCHU

OBRÁZEK 1: POLOHA MĚSTA TŘEBÍČE V RÁMCI ČR



zdroj: Město Třebíč

Město Třebíč se nachází v České republice, v jihozápadní části Moravy, v podhůří Českomoravské vrchoviny. Třebíč je druhým největším městem Kraje Vysočina a rozkládá se na obou březích řeky Jihlavy. Leží 30 km jihovýchodně od krajského města Jihlavy a 56 km západně od města Brna. K 31. 12. 2022 zde trvale žilo 34 712 obyvatel (zdroj: ČSÚ). Díky bohaté historii města mohou návštěvníci obdivovat mnoho cenných památek, z nichž ty nejvýznamnější byly v roce 2003 zapsány na prestižní Seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO – bazilika sv. Prokopa a židovská čtvrť se hřbitovem. Podstatnou změnu pro město přinesl rok 2018, kdy došlo k rozšíření hranic jedné z třebíčských památek na Seznamu světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO. Nově je tak pod ochranou světového dědictví kromě židovské čtvrti se hřbitovem a baziliky sv. Prokopa také celý areál bývalého benediktinského kláštera. V roce 2014 daroval svému rodnému městu kolekci obrazů a soch světoznámý výtvarník František Mertl (FRANTA). Díky tomu se Třebíč pyšní unikátní sbírkou v samostatné Expozici Franta.

V roce 2017 byla u příležitosti 115. výročí narození zdejšího rodáka Antonína Kaliny otevřena jeho pamětní síň a o dva roky později expozice Děti Antonína Kaliny. Kalina zachránil více jak 900 židovských chlapců z koncentračního tábora Buchenwald.

Město a jeho okolí uspokojí nejen obdivovatele historie a památek, ale také milovníky přírody. Třebíč se nachází v jedné z nejčistších oblastí České republiky. Malebný ráz zdejší krajiny a čistá příroda vytvářejí vhodné podmínky pro relaxaci i aktivní odpočinek.

2.2 ANALÝZA PRIMÁRNÍ NABÍDKY CESTOVNÍHO RUCHU

1. HISTORICKÉ PAMÁTKY

PAMÁTKY UNESCO

- Areál bývalého benediktinského kláštera s bazilikou sv. Prokopa
- Židovská čtvrť se hřbitovem

OSTATNÍ PAMÁTKY

- Karlovo náměstí
- Městská věž
- Větrný mlýn
- Hradby

SAKRÁLNÍ PAMÁTKY

- Farní kostel sv. Martina
- Evangelický kostel
- Pravoslavný chrám sv. Václava a Ludmily
- Kapucínský klášter s kostelem Proměnění Páně
- Hřbitovní kostel Nejsvětější Trojice

MEZIVÁLEČNÉ PAMÁTKY

- Uměleckoprůmyslové závody
- Městská spořitelna
- Říční lázně Polanka
- Areál bývalých Baťových závodů

2. PŘÍRODA

Třebíčský region nabízí řadu přírodních zajímavostí, z nichž nejatraktivnější je Národní přírodní rezervace Mohelenská hadcová step. Severně od Třebíče se rozprostírá Přírodní park Třebíčsko a jižně od Třebíče Přírodní park Rokytná. Na Třebíčsku je dále vyhlášeno celkem šest přírodních rezervací a dvanáct přírodních památek. Nachází se zde také řada památných a významných stromů.

Přímo v Třebíči se nachází velké množství zeleně a parků – Máchovy sady, park na Polance, Tyršovy sady, Masarykovy sady, zámecký park, Lorenzovy sady, park Lísčí, Libušino údolí a Týnské údolí, které nabízí geostezku se sbírkou hornin a dendrologickou stezku. Městem Třebíč protéká řeka Jihlava, nachází se zde vodní nádrž Lubí, Borovinský rybník, rybník Kuchyňka a Zámiš.

2.3 ANALÝZA SEKUNDÁRNÍ NABÍDKY CESTOVNÍHO RUCHU

INFRASTRUKTURA CESTOVNÍHO RUCHU

Pro rozvoj cestovního ruchu je nutná existence stravovacích a ubytovacích kapacit odpovídající potřebám turistů a návštěvníků města.

1. ZÁKLADNÍ INFRASTRUKTURA CR

UBYTOVACÍ ZAŘÍZENÍ

V Třebíči se nachází celkem 20 ubytovacích zařízení, které nabízí turistům celkem 1 186 lůžek. Jedná se o 8 hotelů, 8 penzionů a 4 ostatní zařízení (ubytovny, kemp, apartmány či možnost pronájmu celého objektu).

STRAVOVACÍ ZAŘÍZENÍ

V Třebíči je přibližně 20 restaurací, dále jsou zde ze stravovacích zařízení zastoupeny pizzerie, hospody, bufety, bistra, vinárny, pivnice, občerstvení, kavárny, cukrárny a čajovny. Některá stravovací zařízení nabízejí více služeb, například restaurační zařízení zároveň nabízí ve svém prostranství vinárnu či kavárnu a podobně. Řada restaurací disponuje prostory před provozovnou, kde v letních měsících provozují venkovní zahrádku.

Oproti minulému období (2020-2023) došlo k proměně, respektive ke snížení ubytovací a stravovací kapacity. Důvodem bylo ukončení provozů v důsledku španté ekonomické situace vlivem pandemického stavu, kdy lidé přestali tyto provozy využívat.

DOPRAVNÍ INFRASTRUKTURA

V Třebíči má největší zastoupení silniční doprava. Přímo městem prochází několik významných spojnic první a druhé třídy a dálnice je od města vzdálena do 20 km. V souvislosti s výstavbou nového jaderného zdroje v Dukovanech čeká město vybudování obchvatu. Ten výrazně zklidní dopravu v centru města.

PARKOVÁNÍ V CENTRU MĚSTA je zajištěno několika parkovacími plochami. Většina památek a turistických zajímavostí je pro návštěvníky dobře dostupná a nachází se v docházkové vzdálenosti od parkovišť. Platby za parkovné je možné hradit platební kartou a také využít platbu pomocí aplikace.

Přetrvává problém s parkováním pro turistické/zájezdové autobusy v centru města. Odparkovat mohou na odstavné parkoviště na Míčově ulici a na Hrotovické ulici.

ŽELEZNIČNÍ DOPRAVA je zastoupena tratěmi regionálního i nadregionálního významu. V blízkosti vlakového nádraží Třebíč se nachází přestupní terminál, který propojuje vlakovou a autobusovou dopravu ve městě. Pro 24hodinové uskladnění jízdních kol a dalšího sportovního vybavení slouží 7 bikeboxů umístěných u vlakového nádraží. Na čtyřiceti stanovištích po Třebíči je také rozmístěno 80 sdílených kol a 10 elektrokol.

Město Třebíč disponuje městským cyklookruhem, který cyklistu provede bezpečně po celém městě.

2. DOPROVODNÁ INFRASTRUKTURA CR

TURISTICKÁ INFORMAČNÍ CENTRA

- TIC Národní dům
- TIC Zadní synagoga
- TIC Bazilika

MUZEA, GALERIE A VÝSTAVNÍ PROSTORY

- Muzeum Vysočiny Třebíč
- Dům Seligmanna Bauera
- Interaktivní expozice „Cesty časem“
- Pamětní síň Antonína Kaliny a expozice Děti Antonína Kaliny
- Galerie Malovaný dům
- Expozice Franta
- Zámecká konírna
- Zmizelá Třebíč
- Galerie Předsálí - Národní dům
- Galerie Tympanon
- Model města Třebíče v Pasáži

EKOTECHNICKÁ CENTRA A ZÁBAVNÍ PARKY

- Labyrint
- Mozkoherna
- Hvězdárna/planetárium
- Alternátor – ekotechnické centrum
- Dětský zábavní park Střítež (v těsné blízkosti Třebíče)

KULTURNÍ ZAŘÍZENÍ

- Fórum
- Divadlo a Kino Pasáž
- Národní dům
- Městská knihovna
- Komunitní centrum Moravia

SPORTOVNÍ A RELAXAČNÍ ZAŘÍZENÍ

- Multifunkční areál na Hvězdě
- Aquapark + Petanque Laguna
- Fitness centra
- Zimní stadion
- Lanový areál Pavouk
- Plavecký areál Polanka
- Bowling (U Kmotra, Koule, Znojemka, DON)
- Tenisová hala (Na Holečku, Horácký tenisový klub)
- Sportovní okruh Zámiš - Bažantnice
- Wellness

VYHLÍDKOVÁ MÍSTA

- Rozhledna na Pekelném kopci
- Vodojem Kostelíček
- Hrádek – vyhlídkové kruhy
- Městská věž

CYKLOTURISTIKA

Cyklotrasy a cyklostezky (páteřní a místní) + TouristPoint

Mírně zvlněný reliéf, příjemné klima a velké množství značených tras vytvářejí ideální podmínky k cykloturistice. Kromě místních cyklotras a cyklostezek Třebíčí prochází cyklotrasa nadregionálního významu Jihlava – Třebíč – Raabs. V Třebíči a okolí se nachází celkem 638 km cyklotras s hustou sítí odpočívek. Zázemí pro pěší i cyklisty poskytuje TouristPoint na Karlově náměstí v těsném sousedství turistického informačního centra.
Certifikaci Cyklisté vítáni má Hotel Joseph a TouristPoint.

2.4 NÁVŠTĚVNOST

Ke sledování turistické návštěvnosti slouží data z následujících zdrojů:

- DATA MOBILNÍCH OPERÁTORŮ - (ČERVENEC 2022-ČERVEN 2023, HRAZENY KRAJEM VYSOČINA, FREKVENCE: KAŽDÝ ROK)
- DATA TURISTICKÝCH INFORMAČNÍCH CENTER
- DATA PLYNOUCÍ Z UBYTOVACÍHO POPLATKU
- DATA ČESKÉHO STATISTICKÉHO ÚŘADU



2.4.1 DATA MOBILNÍCH OPERÁTORŮ

V Třebíči proběhl v období 1. 7. 2022 - 30. 6. 2023 sběr dat od mobilních operátorů.

VÝLETNÍK jednodenní návštěvník, který navštíví dané místo minimálně jednou a bez přespání. Výletník v místě stráví alespoň 2 hodiny.

TURISTA vícedenní návštěvník, který v daném místě stráví minimálně jednu noc nebo alespoň 3 hodiny v nočním období (1:00–6:00)

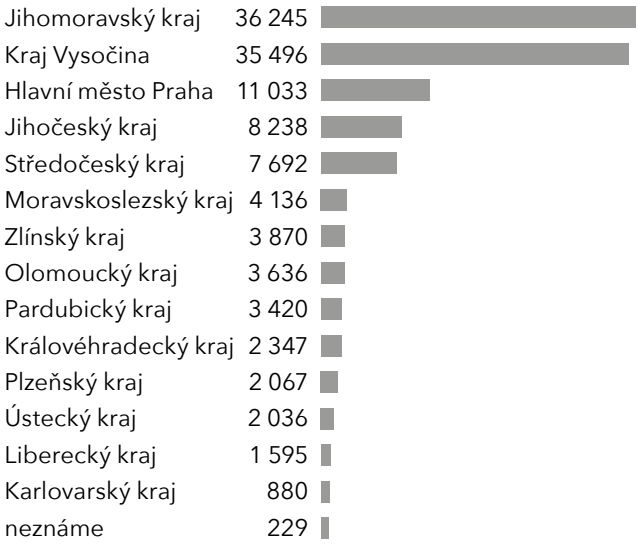
TABULKA 1: NÁVŠTĚVNOST DOMÁCÍCH A ZAHRANIČNÍCH TURISTŮ V TŘEBÍČI V OBDOBÍ 1. 7. 2022 - 30. 6. 2023

NÁVŠTĚVNOST	Třebíč		
	Domácí	Zahraniční	Celkem
Turisté	33 549	5 752	39 301
24 hod pobyty	19 878	3 717	23 595
Turistonávštěvy	60 948	7 476	66 424
Přenocování	79 494	11 375	90 868
Turistodny	111 071	13 890	124 961
Podíl turistů	85 %	15 %	100 %
Počet 24 hod na turistu	0,59	0,65	0,60
Počet přenocování na turistu	2,37	1,98	2,31
Počet turistodnů na turistu	3,31	2,41	3,18
Výletníci	122 919	8 336	131 256
Výletonávštěvy	259 535	13 125	272 660
Podíl výletníků	94 %	6 %	100 %
Počet návštěv na výletníka	2,11	1,57	2,08
Návštěvníci	156 468	14 088	170 557
Návštěvodny	370 606	27 015	397 621
Podíl návštěvníků	92 %	8 %	100 %

Zdroj: Vyhodnocení dat od mobilních operátorů, T-MOBILE

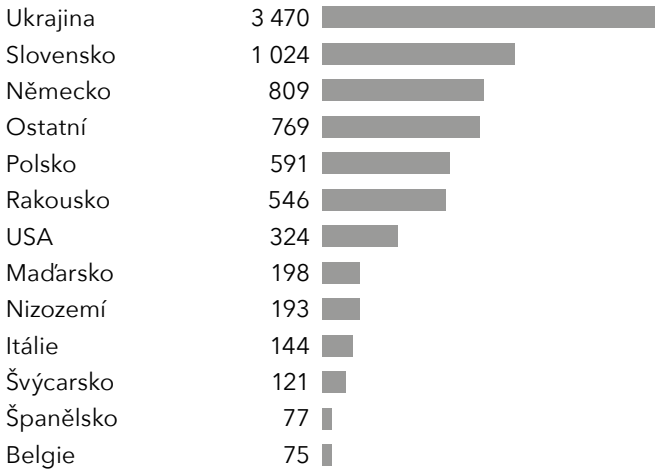
GRAF 1

POČET DOMÁCÍCH VÝLETNÍKŮ V TŘEBÍČI V OBDOBÍ 1. 7. 2022 - 30. 6. 2023



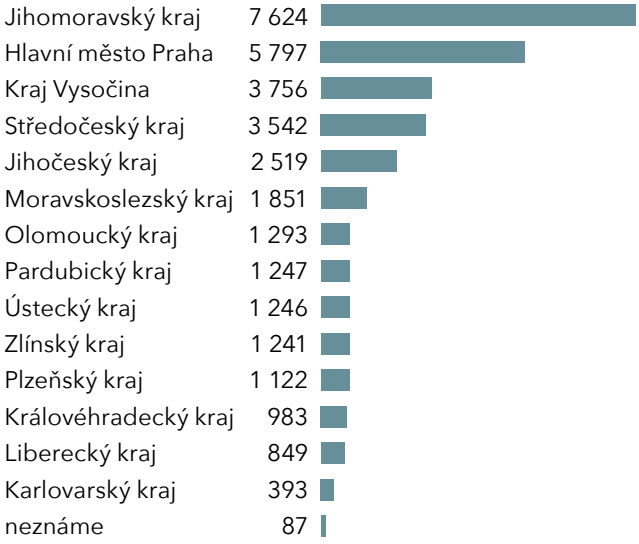
GRAF 2

POČET ZAHRANIČNÍCH VÝLETNÍKŮ V TŘEBÍČI V OBDOBÍ 1. 7. 2022 - 30. 6. 2023



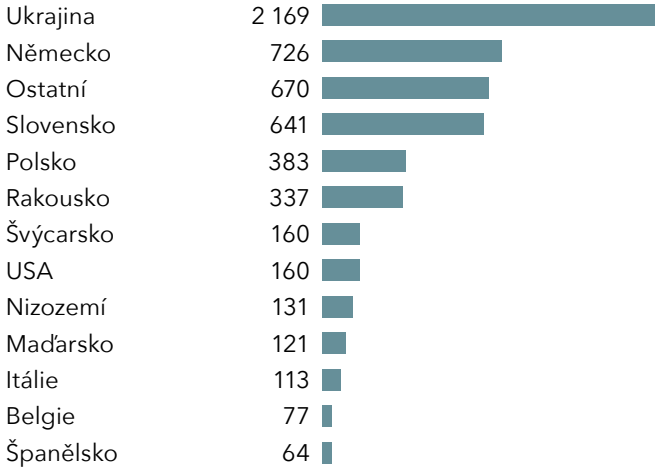
GRAF 3

POČET DOMÁCÍCH TURISTŮ V TŘEBÍČI V OBDOBÍ 1. 7. 2022 - 30. 6. 2023



GRAF 4

POČET ZAHRANIČNÍCH TURISTŮ V TŘEBÍČI V OBDOBÍ 1. 7. 2022 - 30. 6. 2023



2.4.2 DATA TURISTICKÝCH INFORMAČNÍCH CENTER V TŘEBÍČI

Návštěvnost provozů cestovního ruchu MKS Třebíč je dlouhodobě monitorována. Metoda ručního sčítání (čárkování) návštěvníků včetně záznamu jejich státních příslušností prostřednictvím samostatných tabulkových sčítacích archů je i přes zdánlivou zastaralost nejspolehlivější. Instalované automatické sčítače totiž registrují opakované návštěvy stejných zákazníků i návštěvy osob, jejichž přítomnost nesouvisí s cestovním ruchem (zaměstnanci, služby, návštěvníci provozů pokladen apod.)

TABULKA 2: VÝVOJ POČTU NÁVŠTĚVNOSTI OD ROKU 2011-2023

ROK	2011	2012	2013	2014	2015	2016
NÁVŠTĚVNOST	59 388	72 485	113 373	116 848	124 513	127 348

ROK	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023 k datu 30.10.
NÁVŠTĚVNOST	132 173	147 599	146 711	82 276	91 750	123 623	101 752
POČET PŘENOCOVÁNÍ	34 129	38 646	41 167	26 582	29 142	38 906	

TABULKA 3: VÝVOJ POČTU NÁVŠTĚVNOSTI TIC VČETNĚ PAMÁTEK ZA ROK 2022 A ROK 2023

NÁVŠTĚVNOST TIC VČ PAMÁTEK	2022 celkem	cizinci	ČR	2023 leden - listopad celkem	cizinci	ČR
BAZILIKA	49 724	1 265	48 459	44 056	1 821	42 235
NÁRODNÍ DŮM	38 092	530	37 562	31 088	609	30 479
ZADNÍ SYNAGOGA	35 807	3 359	32 448	29 113	4 065	25 048
CELKEM	**123 623**	**5 154**	**118 469**	**104 257**	**6 495**	**97 762**



2.4.3 DATA PLYNOUCÍ Z UBYTOVACÍHO POPLATKU

Město Třebíč zavedlo v roce 2015 poplatek z ubytovací kapacity především proto, aby získalo lepší přehled o počtech přenocování ve městě. Poplatek se vybírá v zařízeních určených k přechodnému ubytování za úplatu a jsou od něj osvobozena dlouhodobá ubytování přesahující jeden měsíc.

TABULKA 4: UBYTOVACÍ POPLATEK VE MĚSTĚ TŘEBÍČI V LETECH 2015-2022

Období rok	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
I. čtvrtletí	-	36 000	45 000	34 404	40 862	53 860	32 120	66 590
II. čtvrtletí	-	46 000	51 806	59 649	70 760	32 640	49 920	98 780
III. čtvrtletí	53 517	71 000	65 902	82 824	84 204	127 750	140 810	144 740
IV. čtvrtletí	40 884	53 000	42 066	55 000	51 174	51 570	68 570	78 950
Celkem	94 401	206 000	204 774	231 922	247 000	265 820	291 420	389 060
Počet přenocování	15 734	34 333	34 129	38 654	41 167	26 582	29 142	38 906

Zdroj: Město Třebíč

Na ubytovacím poplatku bylo dosud vybráno 1 930 352 Kč. Do roku 2019 byla stanovena výše poplatku 6 Kč za osobu a noc, od roku 2020 je to 10 Kč za osobu a noc, což dělá celkem 258 639 přenocování za uvedené období. Nejvíce bylo doposud vybráno v roce 2022, a to celkem 389 060 Kč. Data z roku 2015 nejsou relevantní, a proto údaje nelze srovnávat. Nejvíce přenocování se realizuje vždy ve III. čtvrtletí, tedy v měsících červenec, srpen, září.



2.4.4 DATA ČSÚ

TABULKA 5: POČET HROMADNÝCH UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ VE MĚSTĚ TŘEBÍČ V LETECH 2013 – 2022

Dle tabulky byl do roku 2014 mírný pokles počtu hromadných ubytovacích zařízení. V dalších letech už došlo k ustálení počtu těchto zařízení, nedocházelo k jejich úbytku ani nárůstu.
Z tabulky je zřejmý nárůst hostů v hromadných ubytovacích zařízeních v průběhu let. S tímto souvisí také zvyšující se počty přenocování. Dochází ke stagnaci průměrného počtu nocí, které hosté v Třebíči stráví. Za rok 2022 je to v průměru 2,3 noci. V roce 2018 to bylo 2,4 noci.

V roce 2022 jsme překonali počet ubytovaných hostů z doby předcovidové (v roce 2018 = 24 343 hostů, v roce 2022 = 30 117 hostů).

	POČET ZAŘÍZENÍ	POKOJE	LŮŽKA
2013	19	487	1 161
2014	16	515	1 163
2015	16	517	1 167
2016	16	517	1 167
2017	16	483	1 078
2018	17	522	1 145
2019	17	530	1 140
2020	21	586	1 290
2021	20	566	1 246
2022	20	534	1 186

Zdroj: ČSÚ, duben 2023

TABULKA 6: POČET HOSTŮ A PŘENOCOVÁNÍ V HUZ V LETECH 2013 – 2022

	HOSTÉ CELKEM	v tom		PŘENOCOVÁNÍ CELKEM	v tom		PRŮMĚRNÝ POČET PŘENOCOVÁNÍ NOCÍ
		REZIDENTI	NEREZIDENTI		REZIDENTI	NEREZIDENTI	
2013	17 510	13 158	4 352	50 259	36 659	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
2021	20 034	18 009	2 025	48 893	43 695	5 198	2,4
2022	30 117	25 164	4 953	67 869	56 924	10 945	2,3

Zdroj: ČSÚ

VYSVĚTLENÍ POJMŮ:
Rezident (domácí návštěvník), jehož rezidentská země je stejná jako navštívená země; může to být občan sledované země i cizí státní příslušníci žijící ve sledované zemi.
Nerezident (zahraniční návštěvník), jehož země sídla je jiná, než je navštívená země; za nerezidenta je považován také občan sledované země trvale žijící v cizině.

2.5 SYSTÉM ŘÍZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU

V této kapitole se věnujeme popisu vývoje řízení cestovního ruchu v Třebíči. Počátky spadají do 90. let, kdy se město rozhodlo opravit chátrající památky na svém území. Se vzrůstajícím počtem návštěvníků předalo město provoz těchto památek a postupně i tří turistických informačních center příspěvkové organizaci MKS Třebíč. Ta se o provoz infrastruktury cestovního ruchu ve spolupráci s příslušnými odbory na městském úřadě stará do současné doby. Systém řízení blíže popisujeme v následujících podkapitolách. Cestovní ruch v Třebíči je neodmyslitelně spjat s kulturou, toto propojení vychází z charakteru místních památek. Vzhledem k dynamickému rozvoji těchto oblastí a analýze současného stavu řízení cestovního ruchu a kultury, předkládáme v této kapitole návrh řešení budoucího nastavení systému.

2.5.1 SYSTÉM ŘÍZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU - HISTORIE

Město Třebíč nemělo ambice stát se vyhledávaným turistickým místem. Po roce 1989 začali jeho představitelé uvažovat o rekonstrukcích místních chátrajících památek a „otevření" města pro účely turismu. Nejprve byla po nákladné rekonstrukci otevřena městská věž (1996), poté Zadní synagoga (1997), náročnou revitalizací inženýrských sítí a dopravní infrastruktury prošlo židovské město. Tyto změny si spolu s rostoucím počtem návštěvníků vyžádaly zřízení prvního informačního turistického centra (1996).
Zmíněné zrekonstruované historické objekty i infocentrum zpočátku provozovalo samo město v rámci odboru vnitřních věcí. Zvyšující se návštěvnost a tím související náročnější provozní agenda si v roce 2001 vyžádala převedení činností souvisejících s cestovním ruchem pod správu samostatné příspěvkové organizace Městské kulturní středisko Třebíč (MKS).
Pod jeho správu byly pak vedením města postupně svěřovány další provozy z oblasti cestovního ruchu – infocentrum Zadní synagoga, infocentrum Bazilika, Dům Seligmanna Bauera v židovské čtvrti a objekt Předzámčí v zámeckém areálu. MKS také provozuje budovy, které slouží převážně pro kulturně-společenské akce. Jedná se o Národní dům, Pasáž, Fórum i Malovaný dům.
Během posledních dvou desítek let zaznamenalo město Třebíč v oblasti turismu a kultury vycházející z charakteru místních památek bouřlivý rozvoj. Rozhodující podíl na tomto faktu má zápis památek města – areálu bývalého benediktinského kláštera s bazilikou sv. Prokopa a židovského města se hřbitovem na Seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO v roce 2003. Třebíč se tak postupně stává vyhledávanou destinací a cílem desítek tisíc turistů z celého světa.

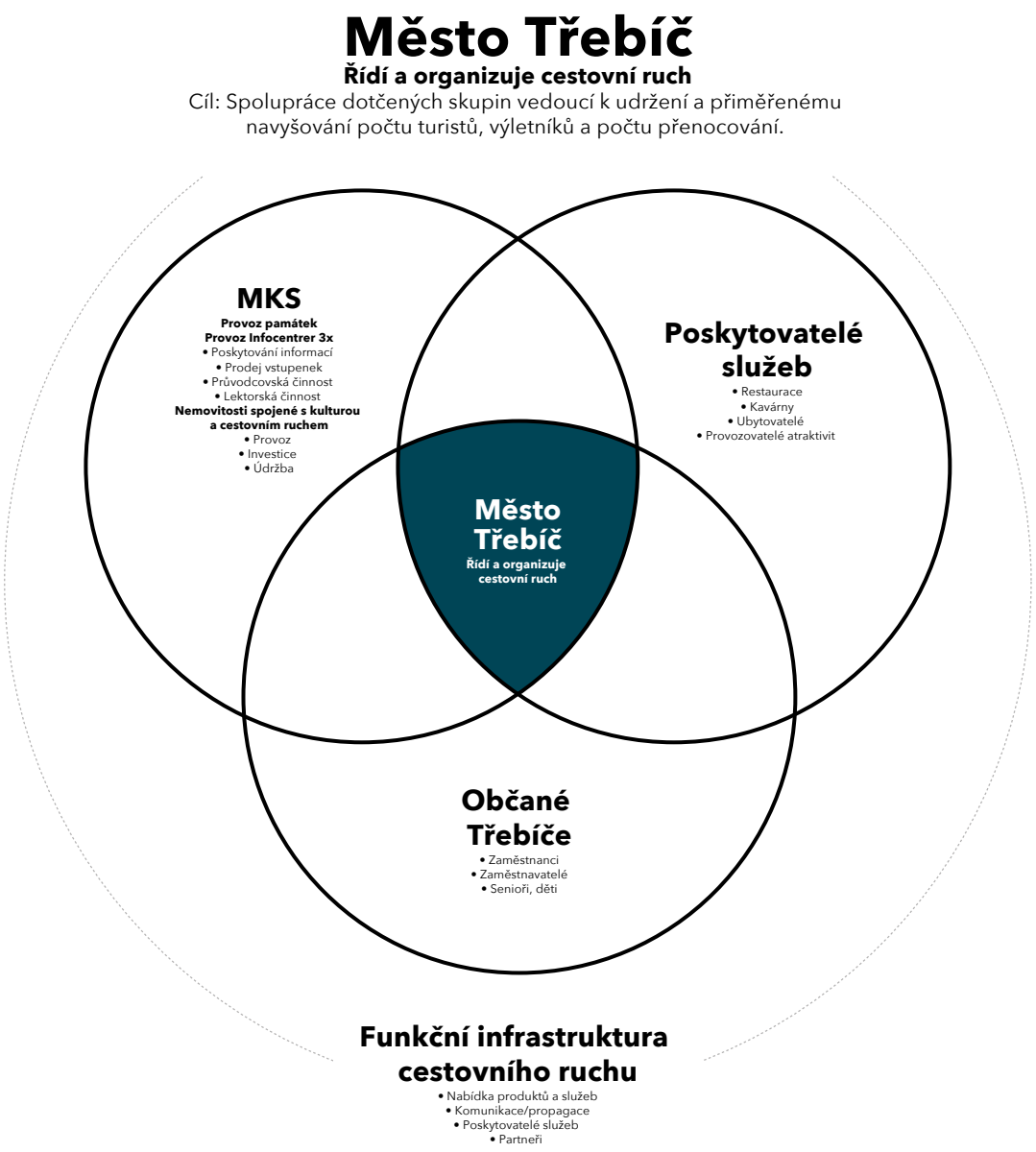
2.5.2 SOUČASNÝ STAV ŘÍZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU V MĚSTĚ TŘEBÍČ

Cestovní ruch v Třebíči je řízen Odborem kanceláře vedení města. Agendu personálně zajišťuje referent cestovního ruchu a také incomingový tým. Tito pracovníci vyhledávají a administrují finanční zdroje pro rozvoj cestovního ruchu ve městě, následně projekty realizují. Dále spolupracují a vyhodnocují grantové programy města zaměřené na podporu rozvoje cestovního ruchu v Třebíči, zajišťují propagaci města z pohledu cestovního ruchu v ČR i zahraničí, zajišťují spolupráci mezi dalšími subjekty působícími v oblasti cestovního ruchu.
Stěžejní roli v organizaci řízení a provozu infrastruktury CR v Třebíči zastává příspěvková organizace Městské kulturní středisko. Této příspěvkové organizaci se daří smysluplným a logickým propojováním činností cestovního ruchu a kultury postupně vytvářet z maloměsta atraktivní turistické centrum.

ÚZKÉ PROPOJENÍ CESTOVNÍHO RUCHU A KULTURY

Propojení cestovního ruchu a kultury vychází z charakteru třebíčských památek a genia loci. Nedílnou součástí cestovního ruchu města jsou tak dnes kromě památkových provozů i související kulturní akce pořádané MKS jako jsou festivaly (Oživené židovské město, Šamajim, Slavnosti tří kápí), koncerty, výstavy, stálé expozice (Cesty časem, Expozice Franta, Děti Antonína Kaliny, Zmizelá Třebíč, expozice židovského bydlení v domě Seligmanna Bauera). Průvodcované exteriérové trasy, které tvoří samozřejmou součást třebíčské turistické nabídky. V Třebíči se tak již řadu let daří to, k čemu některá města často teprve směřují. Od roku 2004 do roku 2019 vzrostla roční turistická návštěvnost města z cca 20 tisíc na 150 tisíc návštěvníků. V dalších dvou letech cestovní ruch ovlivnila pandemie covid-19, došlo k poklesu návštěvnosti na cca 80 000 návštěvníků ročně. Od roku 2022 se počet návštěvníků výrazně zvedá na 123 623 osob.

SCHÉMA 1: ŘÍZENÍ A ORGANIZACE CESTOVNÍHO RUCHU



Rozdělení provozů a objektů MKS Třebíč podle základních oborů činnosti

KULTURA
- Divadlo Pasáž
- Kino Pasáž
- Fórum

CESTOVNÍ RUCH
- Infocentrum Národní dům
- Infocentrum Zadní synagoga
- Infocentrum Bazilika

KULTURA I CESTOVNÍ RUCH
- Národní dům (divadlo, infocentrum, Tourist Point, Expozice Franta)
- Dům Seligmanna Bauera (historický prohlídkový objekt, židovské muzeum, přednáškový sál)
- Malovaný dům (galerie, expozice Kaiserpanorama)
- Zadní synagoga (historický prohlídkový objekt, koncertní sál, výstavní prostory)
- Předzámčí (Expozice Cesty časem, Zmizelá Třebíč, výstavní prostory, přednáškový sál)
- Dům Subakova G34, Expozice Antonína Kaliny, penzion U synagogy
- Městská věž (historický prohlídkový objekt, výstavní prostory)
- Větrný mlýn
- Vodojem Kostelíček (na Strážné hoře)

Pro usnadnění řízení a zvýšení efektivity jsou činnosti a jednotlivé provozy cestovního ruchu spadající pod MKS Třebíč rozděleny do tří středisek podle územně příslušného informačního turistického centra.

STŘEDISKO NÁRODNÍ DŮM

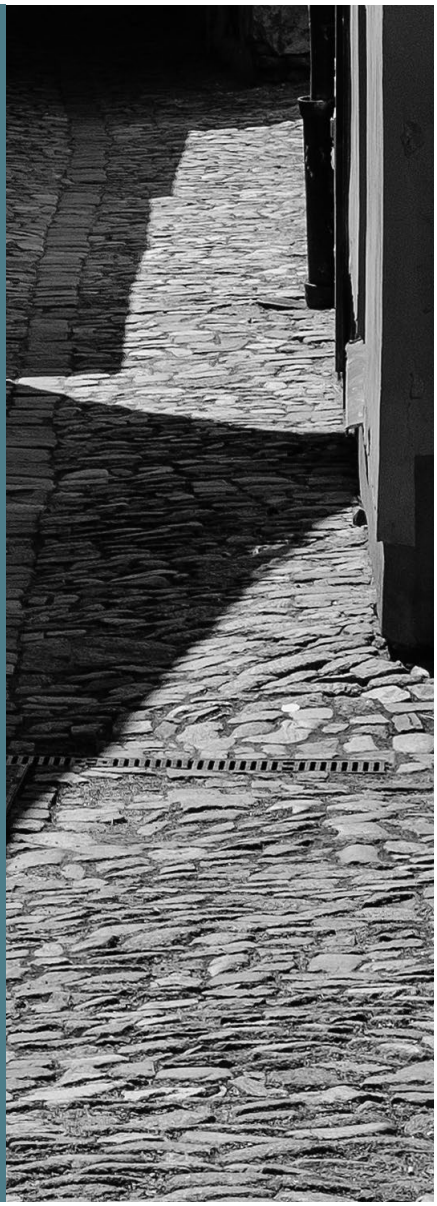
- Turistické informační centrum Národní dům
- TouristPoint
- Městská věž
- Expozice Kaiserpanorama
- Vodojem Kostelíček
- Rozhledna na Pekelném kopci
- Průvodcovské služby po Karlově náměstí
- Expozice Franta
- Větrný mlýn

STŘEDISKO SYNAGOGA

- Turistické informační centrum Zadní synagoga
- Zadní synagoga
- Dům Seligmanna Bauera
- Pamětní síň Antonína Kaliny a Děti Antonína Kaliny
- Penzion U Synagogy
- Průvodcovské služby po židovském městě a hřbitově

STŘEDISKO BAZILIKA

- Turistické informační centrum Bazilika
- Bazilika sv. Prokopa
- Interaktivní expozice Cesty časem
- Expozice Za řemesly minulosti
- Expozice Zmizelá Třebíč
- Zámecká ledovna a severní příkop
- Provoz veřejných WC v zámeckém areálu
- Sociální zařízení na Podzámecké nivě – ve správě MKS



Většina provozů spadajících pod příspěvkovou organizaci MKS Třebíč tak realizuje činnost jak v kulturní oblasti, tak v cestovním ruchu. Tímto jednotným institucionálním zastřešením, řízením a financováním praktické realizace provozů z oblasti kultury i cestovního ruchu příspěvkovou organizací MKS Třebíč, je v rámci města zajištěna vyvážená, kvalitní a zároveň provázaná nabídka za účelem uspokojování potřeb jak občanů města, tak i turistů a ostatních návštěvníků.

VYTVOŘENÍ INCOMINGOVÉHO TÝMU

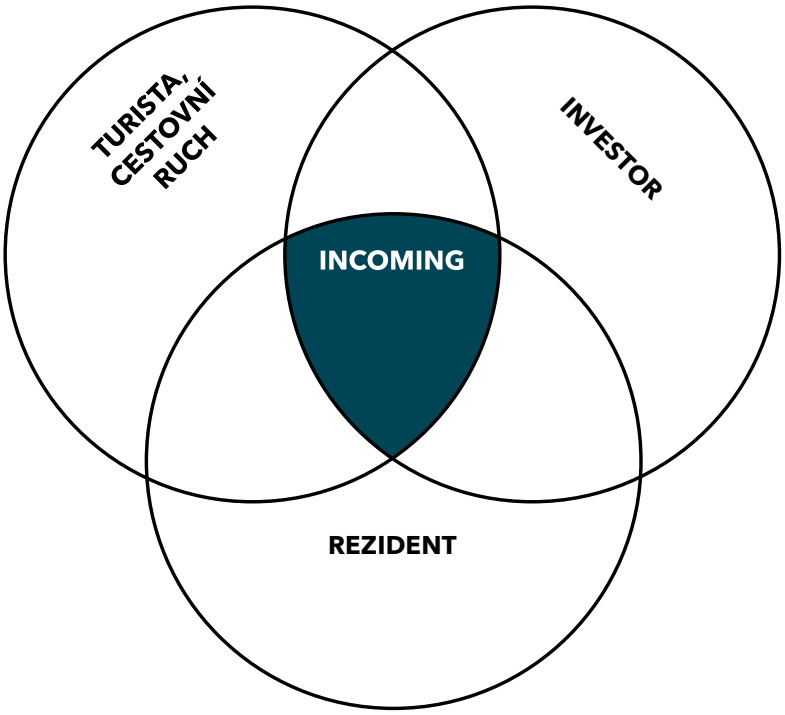
V roce 2014 došlo k vytvoření incomingového týmu, organizační složky Odboru rozvoje a územního plánování. Zaměřuje se na rozvoj a podporu tří cílových skupin - rezidentů, podnikatelů a právě turistů. Nejlépe to vystihuje vizualizace Definice postavení a oblastí zájmu incomingového týmu. V roce 2017 došlo k rozšíření incomingového týmu o oblast cestovního ruchu a tím se podařilo organizačně a koncepčně ukotvit systém jeho řízení. V roce 2019 byl incomingový tým implementován pod Odbor kanceláře vedení města. Incomingový tým je aktuálně složen ze zástupce vedení města, zástupce tiskového oddělení, vedoucího Odboru kanceláře vedení města, vedoucího oddělení incomingu, referentů pro cestovní ruch, specialistů incomingu, zástupce MKS a dvou externích spolupracovníků.

V Třebíči působí v oblasti cestovního ruchu také podnikatelské subjekty. Základními subjekty jsou poskytovatelé ubytovacích a stravovacích služeb. Dalšími subjekty jsou provozovatelé turisticky atraktivních objektů. Město Třebíč se snaží všechny podnikatelské subjekty podporovat. Jednou z podpor byl Grantový systém města Třebíče, konkrétně Grantový program Cestovní ruch. Pro rok 2024 byl nahrazen jiným grantovým programem. Další aktivita města je zaměřena na poskytovatele ubytovacích zařízení. Tito jsou od roku 2015 povinni odvádět městu ubytovací poplatek. V roce 2020, v souvislosti s novými pravidly došlo ke zvýšení poplatku z 6 na 10 Kč/os/den. Aby Město Třebíč tuto povinnost odlehčilo, nabízí podnikatelským subjektům, které tento poplatek městu odvádí, propagační materiály zdarma a vstupenky na památky zdarma. Dále mají možnost se zapojit do marketingové kampaně Ochutnejte Třebíč (2022-2023).

DESTINATION MANAGEMENT ORGANISATION (DMO)

Destinační management s názvem Třebíčsko, zřizovaný zájmovým sdružením právnických osob Rozvoj Třebíčska působí na území bývalého okresu Třebíč od roku 2016. Za účelem řízení a rozvoje cestovního ruchu se zaměřuje na tyto oblasti: Třebíčsko, Náměšťsko, Hrotovicko, Jaroměřicko, Moravskobudějovicko a Jemnicko.

SCHÉMA 2: DEFINICE POSTAVENÍ
A OBLASTÍ ZÁJMU INCOMINGOVÉHO TÝMU



Zdroj: Incomingová strategie

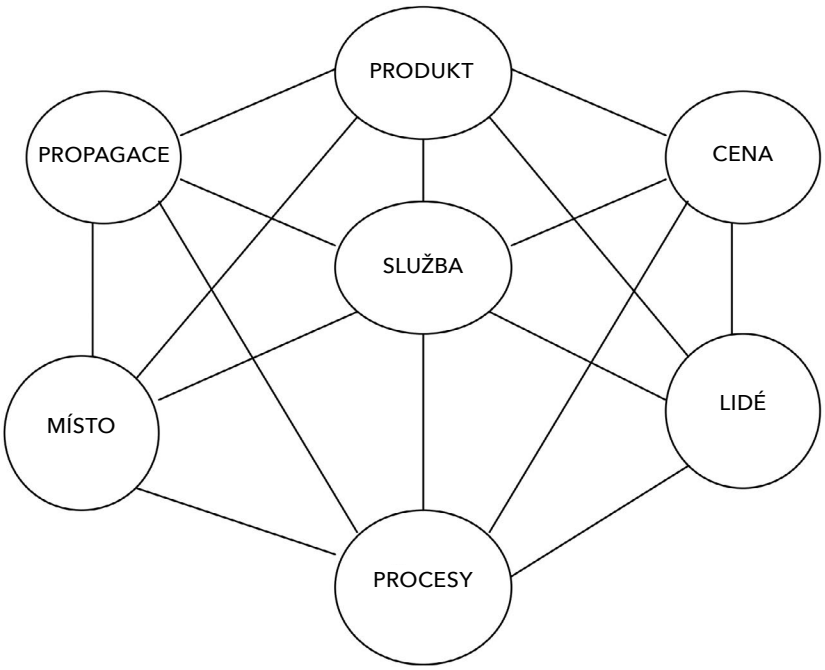
2.5.3 BUDOUCNOST ŘÍZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU V MĚSTĚ TŘEBÍČ

Aktuálním trendem moderní společnosti je rostoucí podíl volného času a s tím související poptávka po jeho smysluplném trávení. Tyto potřeby jsou uspokojovány prostřednictvím kulturních akcí, poznáváním, cestovatelskými a gastronomickými zážitky a v neposlední řadě i možnostmi sportovního vyžití. Neustále tedy stoupá poptávka po kvalitních kulturních projektech a atraktivních turistických cílech, přičemž smysluplné propojení obou těchto oblastí bude nespornou konkurenční výhodou. Již nyní je zřejmé, že význam oborů kultury a cestovního ruchu pro společenský i hospodářský rozvoj města Třebíče v budoucnosti stále poroste. Současné nastavení řízení cestovního ruchu a kultury je naplňováno prostřednictvím Marketingové a komunikační strategie CR města Třebíče, která je přizpůsobena proměnlivému vývoji tohoto odvětví. Pozornost je třeba věnovat personální i finanční problematice i smysluplně propojené agendě jednotlivých činností.

2.6 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU V OBLASTI MARKETINGU CESTOVNÍHO RUCHU

Tradiční marketingový mix obsahuje 4P (produkt, cena, propagace a místo). Vzhledem ke specifikaci služeb se však používá nejčastěji tzv. rozšířený marketingový mix o tři další nové prvky – lidské zdroje, procesy a služby zákazníkovi.

SCHÉMA 3: ROZŠÍŘENÝ MARKETINGOVÝ MIX



Ze schématu jasně vyplývá, že marketingový mix služeb musí především fungovat jako celek.

Jednotlivé části se vzájemně ovlivňují a navzájem posilují, čímž dochází k zesílení efektu marketingového mixu. Aplikace marketingového mixu je v současnosti realizována na základě marketingové a komunikační strategie, která je každý rok aktualizovaná (dle výsledků a potřeb). S jednotlivými marketingovými nástroji pracuje jak MKS Třebíč, tak referent cestovního ruchu a incomingový tým, a to ve vzájemné spolupráci. Systematicky uchopený marketing cestovního ruchu přispívá k budování pozitivní image města Třebíč a naplnění rozvojové vize.

SOUČASNÉ MARKETINGOVÉ NÁSTROJE

PROPAGAČNÍ MATERIÁLY A PŘEDMĚTY

- Průběžně jsou vydávány tištěné propagační materiály památek města. Brožury jsou ve třech jazykových mutacích (ČJ, AJ, NJ).
- Publikační činnost
- Město má k dispozici řadu propagačních předmětů s tematikou památek UNESCO.

ONLINE PROPAGACE

Webové stránky www.visittrebic.eu jsou hlavním komunikačním a propagačním online nástrojem cestovního ruchu. V roce 2018 byla spuštěna nová verze webu visittrebic.eu. Prozatím není zajištěn trvalý technický vývoj tohoto hlavního komunikačního nástroje. Město je také propagováno prostřednictvím turistických webových portálů, kde se pravidelně aktualizují informace. Každý rok se spouští před letní sezónou online marketingová kampaň.

MEDIÁLNÍ PROPAGACE

Třebíčské památky a další atraktivity jsou pravidelně propagovány v různých turistických magazínech, novinách, publikacích, lifestylových časopisech. Inzerce se zaměřuje na potenciální turisty především z České republiky.

VELETRHY

Město Třebíč se v posledních letech neúčastní veletrhů CR. Za Třebíč na veletrzích vystupuje krajská DMO Vysočina Tourism.

PRESS TRIPY

Press tripy organizuje MKS Třebíč a město Třebíč ve spolupráci s organizacemi CzechTourism a Vysočina Tourism.

OUTDOOR REKLAMA

- Billboardy, rolling boardy
- CLV

PRODUKTY CR

- Židovské stopy
- Stezka po stopách opatů a rabínů
- Tripgame
- Skryté příběhy
  (Třebíčský machzor, Pátrání po zachránci, v roce 2024 bude další)
- Ochutnejte Třebíč

REKLAMA V RÁDIU

VIDEA

- Propagační videa města a kulturních akcí
- Historický film o Třebíči
- Dokumentární film osobností UNESCO
- Podzimní akce (online kampaně, video)
- Vánoční kampaň
  (video, rozhlasová kampaň, online kampaň)

3. SWOT ANALÝZA CESTOVNÍHO RUCHU V TŘEBÍČI



TABULKA 7: SWOT ANALÝZA

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
• Památky UNESCO • Množství a kvalita kulturních akcí • Dobrá geografická poloha města • Přívětivé a bezpečné město • Čistá okolní příroda • Množství turisticky zajímavých atraktivit • Kvalitní sportoviště a sportovní akce • Zeleň ve městě • Historické centrum (památková zóna) • Péče a podpora obnovy objektů v Městské památkové zóně • Přestupní terminál • Množství přírodní parků a rezervací • Celoroční provoz památek a atraktivit • Existence cyklostezky Jihlava - Třebíč - Raabs • Řízení CR v oblasti – oblastní a krajská DMO • Hustá síť značených tras pro pěší a cyklisty • Kvalitní možnosti vyžití pro rodiny s dětmi • Existence samostatné příspěvkové organizace realizující činnosti v oblasti CR i kultury • Zrealizována cykloopatření • Fungující síť sdílených kol • Existence vlastních dlouhodobých statistik návštěvnosti (TIC) • Turistický portál visittrebic.eu, cykloportál trebicnakole.cz • Lesoparky a parky (zelené klíny zasahující do centra města) • 3 turistická informační centra ve městě s pondělním provozem • Hodnocení služeb Google reviews • Nastavený plán propagace pro kalendářní rok včetně rozpočtu pro oblast CR (Město Třebíč) • MKS - finanční prostředky přímo pro oblast CR	• Málo parkovacích míst (pro osobní automobily a autobusy) v prostoru nad zámkem • Nevyužitý potenciál Karlova náměstí (zavřené restaurace, kavárny o víkendu a ve večerních hodinách) • Nevzhledná zákoutí židovské čtvrti • Vzhled autobusového nádraží • Nevyužitý potenciál významných osobností • Minimální zapojení subjektů zejm. ubytovacích a stravovacích zařízení do certifikačních systémů • Málo ubytovacích kapacit nabízejících komplexní služby pro pobyt (wellness, služby pro cykloturisty apod.) • Nedostatečná dostupnost turistických cílů a služeb pro znevýhodněné skupiny osob • Nedostatečná spolupráce mezi veřejným a soukromým sektorem a subjekty navzájem • Absence měření a vyhodnocování účinnosti marketingových kampaní • Nedostatečný rozsah a kvalita služeb • Nepravidelné hlídky městské policie v historických částech města

PŘÍLEŽITOSTI	OHROŽENÍ
• Rostoucí zájem obyvatel o trávení dovolené v tuzemsku • Lepší zacílení propagace v ČR i zahraničí • Využívání nových forem a trendů propagace • Vznik přímého železničního spojení Třebíč – Praha • Kulturní akce přesahující hranice města/regionu • Zážitková turistika – více možností něco zažít, ochutnat • Rozvoj cykloturistiky • Zpřístupnění/exkurze v provozovně ZON (regionální produkt) • Dotační příležitosti v oblasti CR • Spolupráce s orgranizacemi Vysočina Tourism a CzechTourism • Vhodné přízpůsobování řízení CR aktuálním potřebám • Rostoucí zájem o židovskou kulturu ve světě • Začlenění do celorepublikové propagace • Pravidelný nákup relevantních statistik k ověření návštěvnosti • Možnost/schopnost vytvoření produktů CR • Inspirace dobrou praxí v jiných krajích • Příběhy osobností Třebíče	• Lidský faktor v některých službách CR • Převládají jednodenní návštěvníci • Konkurence měst v kraji s podobnou nabídkou CR • Vliv sezónnosti na CR • Náročnost údržby některých atraktivit • Zvyšující se nároky návštěvníků na kvalitu poskytovaných služeb • Nepřipravenost na příliv návštěvníků a turistů související s plánovanou výstavbou NJZ • Nízká jazyková vybavenost u poskytovatelů služeb CR • Neutěšená dopravní situace z důvodu chybějícího obchvatu • Realizace dalších investičních projektů, které přinášejí do budoucna finanční náročnost z hlediska provozu

4. NÁVRHOVÁ ČÁST



Důležitým předpokladem pro udržitelný rozvoj cestovního ruchu je nastavení návrhové části strategie, která stanoví vizi rozvoje CR, cíle, a na ni navazující opatření.

Po prvním kroku - vytvoření vize rozvoje CR 2024 - 2027, která vyjadřuje představu o směřování města v oblasti CR, vytvoření globálního cíle, priorit a jednotlivých opatření, jejichž realizace vedla k plnění globálního cíle a dalších strategických, které byly vymezeny. Je nezbytné navázat v následujících obdobích a tím umocnit výsledný efekt.

KROK I. VIZE ROZVOJE CR

KROK II. PRIORITNÍ OSY / OPATŘENÍ

KROK III. GLOBÁLNÍ CÍL / STRATEGICKÉ CÍLE

Z PRACOVNÍ SKUPINY, KTERÁ ŘEŠÍ ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU V TŘEBÍČI (INCOMING) VZNIKLY TYTO NÁVRHY NA TEMATICKÉ TURISTICKÉ PRODUKTY/KAMPANĚ.

1. TEMATICKÉ PROCHÁZKY

Vytvoření tematických procházek spojených s různými aspekty města – historie, kultura, architektura atd. Tím by se mohli turisté lépe ponořit do bohaté historie a kultury Třebíče.

2. GASTRONOMICKÝ TURISMUS

Propagace tradičních místních jídel a nápojů prostřednictvím gastronomických festivalů, kurzy vaření pro turisty nebo speciální gastronomické trasy po městě.

3. CYKLOTURISTIKA

Vzhledem ke krásné přírodě v okolí Třebíče by bylo možné vytvořit a propagovat více cyklistických tras pro různé úrovně obtížnosti. V Třebíči funguje městský cyklookruh a od roku 2022 nové značení pro větší bezpečnost cyklistů ve městě.

4. EKOTURISMUS A AGROTURISMUS

Vytváření a propagace programů, které umožňují turistům zapojit se do tradičních zemědělských činností nebo poznat místní přírodu.

5. UMĚNÍ A ŘEMESLA

Organizace workshopů nebo krátkých kurzů, kde se turisté mohou naučit tradiční místní řemesla.

6. DIGITÁLNÍ NÁSTROJE A APLIKACE

Vytváření interaktivních digitálních map nebo aplikací, které by turistům umožnily objevovat město a jeho okolí novým způsobem.

7. AUDIOPRŮVODCE PO MĚSTĚ

Vytvoření audioprůvodce, který by umožnil turistům projít si památky podle svého tempa.
Jazyková mutace: angličtina

4.1 VIZE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V TŘEBÍČI

Vize rozvoje CR obsahuje očekávaný stav v dlouhodobém časovém horizontu a v obecné rovině plánovaný budoucí vývoj. Snahou města je vytvářet příjemné místo s významným geniem loci, které je atraktivní pro pobyt návštěvníků. Systematickou prací je rozvinuta vzájemná spolupráce všech subjektů působících na poli CR, jsou realizovány efektivní marketingové aktivity přispívající k pozitivnímu vnímání města jako celku a turistická infrastruktura je ve velmi dobré kvalitě.





4.2 PRIORITNÍ OSY

PRIORITA A
KOMUNIKACE, MARKETING A PROPAGACE

K důslednému využití slibného potenciálu města Třebíč v odvětví cestovního ruchu navázat na úspěšnou marketingovou a komunikační strategii a pravidelně ji aktualizovat. Za účelem vytváření efektivních marketingových kampaní spolupracovat s DMO na celostátní, krajské i oblastní úrovni.

PRIORITA B
ROZVOJ A ZKVALITNĚNÍ NABÍDKY CR

I přes nespornou výhodu existence památek UNESCO neustále realizovat na území města Třebíče nové turistické atraktivity vhodně doplňující již existující. Stávající turistické cíle zatraktivňovat či udržovat ve vyhovující kondici. Prostřednictvím motivačních programů ve spolupráci s poskytovateli zvyšovat úroveň kvality služeb.

PRIORITA C
ŘÍZENÍ A ORGANIZACE CR VE MĚSTĚ

Charakteru třebíčských památek UNESCO jako nejvýznamnějšího turistického cíle města odpovídá jejich optimální využití jak pro účely cestovního ruchu, tak i kultury. Obojí se děje v rámci jejich provozování jedinou příspěvkovou organizací - MKS Třebíč. Vzhledem k aktuálním potřebám z pohledu dosavadního, úspěšného a masivního vývoje CR je nezbytné průběžně přizpůsobovat řízení a organizaci CR. K efektivnímu řízení cestovního ruchu ve městě Třebíči přispěje i systematická práce s daty a vytvoření organizované platformy spolupráce mezi soukromým sektorem, veřejnou správou a krajským i oblastním destinačním managementem.

PRIORITA D
ZVYŠOVÁNÍ EKONOMICKÉ EFEKTIVITY CR

K dosažení základního cíle, zvyšování ekonomické efektivity CR s podmínkou jeho udržitelného rozvoje, je nezbytné vytvářet ucelené tématické nabídkové produkty CR, pravidelně je aktualizovat a zároveň je soustavně uplatňovat jak v marketingu, tak i na produktovém trhu.

4.3 OPATŘENÍ


PRIORITA
A
KOMUNIKACE, MARKETING A PROPAGACE
A1
AKTUALIZACE A REALIZACE MARKETINGOVÉ A KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE
A2
SPOLUPRÁCE S DMO
PRIORITA
B
ROZVOJ A ZKVALITNĚNÍ NABÍDKY CR
B1
REALIZACE NOVÝCH TURISTICKÝCH ATRAKTIVIT
B2
ROZVOJ A ZKVALITŇOVÁNÍ STÁVAJÍCÍCH ATRAKTIVIT CR
PRIORITA
C
ŘÍZENÍ A ORGANIZACE CR VE MĚSTĚ
C1
REVIZE PROCESŮ AGENDY CR
C2
SBĚR A SLEDOVÁNÍ STATISTICKÝCH DAT O VÝKONECH CR
C3
ROZVOJ PLATFORMY SPOLUPRÁCE SOUKROMÉHO SEKTORU, VEŘEJNÉ SPRÁVY A DMO
PRIORITA
D
ZVYŠOVÁNÍ EKONOMICKÉ EFEKTIVITY CR
D1
TVORBA A ROZVOJ PRODUKTŮ CR
D2
ZAJIŠTĚNÍ „VYTĚŽENÍ" PRODUKTŮ CR

4.4 DEFINOVÁNÍ CÍLŮ

GLOBÁLNÍ CÍL

EFEKTIVNÍ VYUŽITÍ KULTURNĚ-HISTORICKÉHO A PŘÍRODNÍHO POTENCIÁLU MĚSTA TŘEBÍČ PRO UDRŽITELNÝ ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU JAKO ZÁKLADU KONKURENCESCHOPNÉ DESTINACE A KVALITNÍ ZNAČKY MĚSTA.

STRATEGICKÉ CÍLE

CA1
Udržení kvality komunikace uplatňováním marketingové a komunikační strategie CR

CA2
Společné kampaně v rámci spolupráce s DMO na všech úrovních (CZT, VT, Třebíčsko)

CB1
Budování nových a zkvalitnění stávajících prvků infrastruktury CR

CB2
Soustavná péče o kulturně historický potenciál Třebíče jako základ kvalitní nabídky CR

CC1
Optimalizace činností v oblastech CR

CC2
Získávání a uplatňování informací ze statistických dat

CC3
Trvalý rozvoj platformy spolupráce klíčových aktérů v oblasti CR

CD1
Zvýšení účinnosti CR prostřednictvím tvorby a využívání produktů CR

CD2
Uplatňování produktů CR na tuzemském i mezinárodním trhu

4.5 PROJEKTOVÉ LISTY

PROJEKTOVÝ LIST Č. 1

NÁZEV DOKUMENTU:	STRATEGICKÝ PLÁN CESTOVNÍHO RUCHU TŘEBÍČE 2024-2027
PRIORITNÍ OSA:	A Komunikace, marketing a propagace
STRATEGICKÝ CÍL	CA1 Udržení kvality komunikace uplatňováním marketingové a komunikační strategie CR
OPATŘENÍ:	A1 Aktualizace a realizace marketingové a komunikační strategie
STRUČNÝ POPIS:	Město má od roku 2020 MARKETINGOVOU A KOMUNIKAČNÍ STRATEGII, podle které jsou pravidelně plánovány a realizovány marketingové aktivity. Dle MARCOM strategie systematicky komunikuje, a tím podporuje naplnění požadovaných cílů. Aktivity jsou plánovány dopředu a počítá s nimi rozpočet města. Každý rok na podzim probíhá vyhodnocení a následná aktualizace dle situace a průběhu předešlého roku a potřeb spojených s dotačními tituly.
PŘEDPOKLÁDANÉ NÁKLADY AKCE V TIS. KČ:	800/ročně
MOŽNÉ ZDROJE FINANCOVÁNÍ	Rozpočet města Třebíče, Fond Vysočiny – program UNESCO, jiné dotační tituly (MMR – NPPCRR)
GARANT	Odbor kanceláře vedení města
PARTNEŘI	MKS Třebíč, DMO Třebíčsko moravská Vysočina, Vysočina Tourism, poskytovatelé služeb v CR
ČASOVÝ HARMONOGRAM /ETAPIZACE/TERMÍN DOKONČENÍ: PŘEDPOKLÁDANÝ TERMÍN REALIZACE: - PŘÍPRAVNÉ PRÁCE - REALIZACE	1. Aktualizace strategie rozvoje CR 2024-2027 vč. projektových listů na rok 2024 ze strategie CR 2. Aktualizace marcom na 2024-2027 3. Vytvoření plánu propagace 2024 4. Realizace – od 1/2024 5. Vyhodnocení 4Q/2024
PŘÍNOSY:	Efektivní plánování marketingových a komunikačních aktivit
RIZIKA:	Nedostatek finančních prostředků na plánované aktivity. Nedodržování strategie.
SOUČASNÝ STAV:	Marketingové aktivity jsou trvale realizovány dle příslušných strategií. Na roky 2022 - 2027 je realizována komunikace - OCHUTNEJTE TŘEBÍČ!
PODMÍNKY NUTNÉ PRO REALIZACI:	Sestavení týmů odborníků z MěÚ Třebíč a externích pracovníků.

PROJEKTOVÝ LIST Č. 2

NÁZEV DOKUMENTU:	STRATEGICKÝ PLÁN CESTOVNÍHO RUCHU TŘEBÍČE 2024-2027
PRIORITNÍ OSA:	A Komunikace, marketing a propagace
STRATEGICKÝ CÍL	CA2 Společné kampaně v rámci spolupráce s DMO na všech úrovních (CZT, VT, Třebíčsko).
OPATŘENÍ:	A2 Spolupráce s DMO
STRUČNÝ POPIS:	Město Třebíč má potenciál pro udržitelný rozvoj CR. Některé marketingové aktivity je však pro město Třebíč výhodnější spojit se s destinačními organizacemi a spolupracovat na propagaci celého regionu ať už na domácím trhu (Třebíčsko) nebo do zahraničí – Vysočina Tourism, CzechTourism. V roce 2020 byla navázána spolupráce s destinačními organizacemi, která je rozvíjena. Město Třebíč se zapojuje do dotačních žádostí do DMO Třebíčska. Probíhají školení pro pracovníky v CR, zázemí poskytuje město Třebíč (z velké části). VT prezentuje Třebíč na veletrzích a dalších akcích, dále v online kampaních. Czech Tourism - v jejich videu byla i Třebíč.
PŘEDPOKLÁDANÉ NÁKLADY AKCE V TIS. KČ:	50/ročně
MOŽNÉ ZDROJE FINANCOVÁNÍ	Rozpočet města Třebíče Rozpočet destinace Třebíčsko Fond Vysočiny – podpora destinačních společností Podpora z rozpočtu MMR – NPPCRR (program Marketingové aktivity v cestovním ruchu)
GARANT	Odbor kanceláře vedení města
PARTNEŘI	MKS Třebíč, Destinace Třebíčsko, Vysočina Tourism
ČASOVÝ HARMONOGRAM /ETAPIZACE/TERMÍN DOKONČENÍ: PŘEDPOKLÁDANÝ TERMÍN REALIZACE: - PŘÍPRAVNÉ PRÁCE - REALIZACE	1. Průběžné zajišťování potenciálu zdrojů financování společných kampaní - MMR, Destinace Třebíčsko, MMR – NPPCRR 2. Pravidelné schůzky s Destinací Třebíčsko a VT 3. Plánování aktivit: 1. – 2. Q/2024 4. Realizace aktivit: 2. – 4. Q/2024
PŘÍNOSY:	Efektivní propagace celého regionu Třebíčsko
RIZIKA:	Nedostatek finančních prostředků na společné kampaně.
SOUČASNÝ STAV:	Od roku 2020 byla započata spolupráce a je pravidelně realizována. Funkční je primárně spolupráce s Destinací Třebíčsko.
PODMÍNKY NUTNÉ PRO REALIZACI:	Pravidelná komunikace s organizacemi destinačního managementu.

PROJEKTOVÝ LIST Č. 3

NÁZEV DOKUMENTU:	STRATEGICKÝ PLÁN CESTOVNÍHO RUCHU TŘEBÍČE 2024-2027
PRIORITNÍ OSA:	B Rozvoj a zkvalitnění nabídky CR
STRATEGICKÝ CÍL	CB1 Budování nových a zkvalitňování stávajících prvků infrastruktury CR
OPATŘENÍ:	B1 Realizace nových turistických cílů
STRUČNÝ POPIS:	Nové turistické cíle mohou přivést do města nové návštěvníky (nové cílové skupiny), mohou také prodloužit dobu pobytu návštěvníků či povedou k opakované návštěvě.
PŘEDPOKLÁDANÉ NÁKLADY AKCE V TIS. KČ:	20/ročně
MOŽNÉ ZDROJE FINANCOVÁNÍ	Rozpočet města Třebíče Podpora z rozpočtu MMR (NPPCRR) – Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury CR Fond Vysočiny
GARANT	Odbor kanceláře vedení města + ve spolupráci s odbory MěÚ Třebíč
PARTNEŘI	MKS Třebíč, destinace Třebíčsko, podnikatelé v cestovním ruchu, další odbory MěÚ Třebíč
ČASOVÝ HARMONOGRAM /ETAPIZACE/TERMÍN DOKONČENÍ: PŘEDPOKLÁDANÝ TERMÍN REALIZACE: - PŘÍPRAVNÉ PRÁCE - REALIZACE	Konkrétní aktivity 2024-2027 1. Zelené klíny ve městě - podpora CR a zdravého životního stylu 2. Zámecký areál - využití pro turisty, zatraktivnění místa + propagace - s Muzeem Vysočina Třebíč (společné aktivity) + plánované označení pro turisty 3. Třebíčský Tripper (vlastní) 4. Památník holokaustu 5. Označení celého území UNESCO - řešíme s ministerstvem kultury + NPÚ
PŘÍNOSY:	Zvýšení nabídky atraktivit. Posílení spolupráce.
RIZIKA:	Overtourism
SOUČASNÝ STAV:	V současné době probíhá posílení spolupráce s Muzeem Vysočina Třebíč (nové vedení), komunikace s NPÚ a ministerstvem kultury a Židovskou obcí Brno. Plán 2025 a dále 1. ZÁMECKÝ AREÁL JAKO CELEK A. PRODUKT B. PROPAGACE/KOMUNIKACE 2. ZELENÉ KLÍNY - ZDRAVÝ ŽIV. STYL 3. Třebíčský TRIPPER A. BUDOVY, PAMÁTKY, ZELENÉ KLÍNY - PRO JEDNOTLIVÉ CÍLOVÉ SKUPINY (NOMOBILE) 4. památník holokaustu
PODMÍNKY NUTNÉ PRO REALIZACI:	Dostatek finančních prostředků, vhodná místa pro nové turistické cíle.

PROJEKTOVÝ LIST Č. 4

NÁZEV DOKUMENTU:	STRATEGICKÝ PLÁN CESTOVNÍHO RUCHU TŘEBÍČE 2024-2027
PRIORITNÍ OSA:	B Rozvoj a zkvalitnění nabídky CR
STRATEGICKÝ CÍL	CB2 Soustavná péče o kulturně historický potenciál Třebíče jako základ kvalitní nabídky CR
OPATŘENÍ:	B2 Rozvoj a zkvalitňování stávajících atraktivit CR
STRUČNÝ POPIS:	Pro rozvoj cestovního ruchu je nutné neustále rozvíjet a zkvalitňovat nabídku atraktivit CR. Potenciál města spočívá v několika zásadních atraktivitách. Nachází se zde mnoho historických památek, především památky zapsané na seznam UNESCO.
PŘEDPOKLÁDANÉ NÁKLADY AKCE V TIS. KČ:	176/ročně
MOŽNÉ ZDROJE FINANCOVÁNÍ	Rozpočet Města Třebíč (Program pro poskytování dotací na obnovu stavebních objektů v části MPZ Třebíč) Fond Vysočiny – programy Památky, UNESCO Podpora z rozpočtu Ministerstva kultury a městských památkových zón, Program záchrany architektonického dědictví, Havarijní program) MMR – NPPCRR (program Marketingové aktivity v cestovním ruchu)
GARANT	Odbor kanceláře vedení města
ČASOVÝ HARMONOGRAM /ETAPIZACE/TERMÍN DOKONČENÍ: PŘEDPOKLÁDANÝ TERMÍN REALIZACE: - PŘÍPRAVNÉ PRÁCE - REALIZACE	1. Pravidelná aktualizace seznamu atraktivit CR – 3.Q/2024 2. Návrh konkrétních kroků vedoucích k rozvoji atraktivit – 3. Q/2024 3. Iniciace kroků – 4. Q/2024
PŘÍNOSY:	Prodloužená či opakovaná návštěva.
RIZIKA:	Overtourism, poškození památky/atraktivity.
SOUČASNÝ STAV:	Město průběžně opravuje a zkvalitňuje své atraktivity, take nabízí možnost čerpání dotací pro majitele památkových objektů. V roce 2020 byla dokončena rekonstrukce větrného mlýna. V roce 2021 vznikla expozice ve větrném mlýně a po otevření proběhla podpůrná komunikace. **Plán 2024** 1. Najít místo pro model města, který je nyní v Pasáži. 2. Prohlídka baziliky - zatím neumíme bez průvodce. Plánujeme připravit prohlídku bez průvodce.
PODMÍNKY NUTNÉ PRO REALIZACI:	Dostatek finančních prostředků.

PROJEKTOVÝ LIST Č. 5

NÁZEV DOKUMENTU:	STRATEGICKÝ PLÁN CESTOVNÍHO RUCHU TŘEBÍČE 2024-2027
PRIORITNÍ OSA:	C Řízení a organizace CR ve městě
STRATEGICKÝ CÍL	CC1 Optimalizace činností v oblastech CR
OPATŘENÍ:	C1 Aktualizace procesů agendy CR
STRUČNÝ POPIS:	Všeobecným trendem rozvoje společnosti je rostoucí podíl volného času a s tím související potřeba jeho smysluplného trávení. Nejfrekventovanějšími způsoby trávení volného času v současnosti jsou a se zvyšujícím se podílem budou kulturní a sportovní vyžití, poznávání a cestování. Neustále tedy poroste poptávka po kvalitních kulturních akcích a atraktivních turistických cílech, přičemž smysluplné propojení obou těchto aktivit je nespornou konkurenční výhodou. Činnost příspěvkové organizace Městské kulturní středisko Třebíč je v současnosti po provozní stránce v kompetenci odboru školství a kultury. Činnost MKS v oblasti cestovního ruchu je spravována na základě spolupráce s odborem kanceláře vedení města a to samotným starostou města.
PŘEDPOKLÁDANÉ NÁKLADY AKCE V TIS. KČ:	200/ročně
MOŽNÉ ZDROJE FINANCOVÁNÍ	Rozpočet města Třebíče
GARANT	Odbor kanceláře vedení města
ČASOVÝ HARMONOGRAM /ETAPIZACE/TERMÍN DOKONČENÍ: PŘEDPOKLÁDANÝ TERMÍN REALIZACE: - PŘÍPRAVNÉ PRÁCE - REALIZACE	1. Vyhodnocení aktuálního stavu a případný návrh potřebného řešení: 1. – 2. Q/2024 2. Realizace návrhu řešení - revize vztahů Třebíč CR vs MKS vs DMOT
PŘÍNOSY:	Optimalizace procesů agend CR a kultury.
RIZIKA:	Ponechání stávajícího stavu.
SOUČASNÝ STAV:	11/2019 Cestovní ruch spadá pod odbor kanceláře vedení města a kulturní akce jsou realizovány MKS Třebíč, které spadá pod odbor školství a kultury. 11/2020 v roce 2020 vzhledem k pandemii COVID 19 a návaznostmi na provoz památek a možnostmi pořádání kulturních akcí nebyly některé úkoly z tohoto projektového listu zrealizovány a jsou přesunuty do následujícího roku. 8/2021 - CR -provoz spuštěn po COVID 19. Od 1. 1. 2022 nová ředitelka MKS - nezbytné nastavení/ověření vzájemné komunikace a procesů. 3/2022 -12/2023 určeno nastavení odpovědnosti za CR - město Třebíč a následné nastavení procesů CR jako celku - tzn. město Třebíč, MKS a Destinace Třebíčsko
PODMÍNKY NUTNÉ PRO REALIZACI:	Dostatek kvalifikované pracovní síly.

PROJEKTOVÝ LIST Č. 6

NÁZEV DOKUMENTU:	STRATEGICKÝ PLÁN CESTOVNÍHO RUCHU TŘEBÍČE 2024-2027
PRIORITNÍ OSA:	C Řízení a organizace CR ve městě
STRATEGICKÝ CÍL	CC2 Získávání a uplatňování informací ze statistických dat
OPATŘENÍ:	C2 Sběr a sledování statistických dat o výkonech CR
STRUČNÝ POPIS:	Město Třebíč pravidelně sleduje návštěvnost ve třech Turistických informačních centrech. V roce 2018 a v roce 2022/2023, dále data z ČSÚ a data z ubytovacího poplatku. Pravidelné vyhodnocování aktuálních dat z více zdrojů se ukázalo jako vysoce efektivní nástroj pro zodpovědné rozhodování v návaznosti na realizaci CR.
PŘEDPOKLÁDANÉ NÁKLADY AKCE V TIS. KČ:	30/ročně
MOŽNÉ ZDROJE FINANCOVÁNÍ	Rozpočet města Třebíče
GARANT	Odbor kanceláře vedení města
ČASOVÝ HARMONOGRAM /ETAPIZACE/TERMÍN DOKONČENÍ: PŘEDPOKLÁDANÝ TERMÍN REALIZACE: - PŘÍPRAVNÉ PRÁCE - REALIZACE	1. Pravidelné vyhodnocování dle možností - data mobilních operátorů, data TIC, data ČSÚ, data z ubytovacího poplatku - 1x ročně, on-line data - 1x/Q - zpracování analýzy o výsledcích online kampaní CR (visittrebic.eu) 2. Příjmutí závěrů a opatření vycházejících z analýzy 3. Realizace opatření 2024
PŘÍNOSY:	Město bude mít lepší znalost cílových skupin a možnost následně lépe zaměřit propagační kampaně ke zvýšení návštěvnosti.
RIZIKA:	Přerušení financování získání dat mobilních operátorů ze strany Kraje Vysočina.
SOUČASNÝ STAV:	Kraj Vysočina dodal data mobilních operátorů 2022/2023. Přislíbil data dodávat každý rok. TIC pokračují ve sběru dat o návštěvnosti. ČSÚ má veřejný přístup k datům.
PODMÍNKY NUTNÉ PRO REALIZACI:	Dostatek finančních prostředků a vhodných nástrojů pro sběr statistických dat.

PROJEKTOVÝ LIST Č. 7

NÁZEV DOKUMENTU:	STRATEGICKÝ PLÁN CESTOVNÍHO RUCHU TŘEBÍČE 2024-2027
PRIORITNÍ OSA:	C Řízení a organizace CR ve městě
STRATEGICKÝ CÍL	CC3 Trvalý rozvoj platformy spolupráce klíčových aktérů v oblasti CR
OPATŘENÍ:	C3 Rozvoj platformy spolupráce soukromého sektoru, veřejné správy a DMO
STRUČNÝ POPIS:	K efektivnímu řízení CR ve městě je nezbytná spolupráce všech zúčastněných stran, tzn. soukromým sektorem, veřejnou správou a DMO (krajskou i oblastní).
PŘEDPOKLÁDANÉ NÁKLADY AKCE V TIS. KČ:	30/ročně
MOŽNÉ ZDROJE FINANCOVÁNÍ	Rozpočet města Třebíče Ubytovací poplatek Dotační tituly (MMR - NPPCRR) Vlastní finanční prostředky provozovatelů ubytovacích a stravovacích služeb
GARANT	Odbor kanceláře vedení města
ČASOVÝ HARMONOGRAM /ETAPIZACE/TERMÍN DOKONČENÍ: PŘEDPOKLÁDANÝ TERMÍN REALIZACE: - PŘÍPRAVNÉ PRÁCE - REALIZACE	1. Nastavení pravidelného kulatého stolu s podnikateli a provozovali atraktivit CR - 2x ročně v budově městského úřadu. Vyhodnocení turistické sezóny, představení plánů na další období, sběr podnětů a připomínek. 2. Volné vstupenky do UNESCO památek - pro ubytovatele - benefit. Mohou využít pro své klienty. 3. Vizualizace přínosů CR včetně využití dat a přepočtu na finance. 4. Realizace podpory podnikatelů v CR ze strany města (např. podpora jazykových kurzů, volné vstupenky, propagační materiály od města zdarma, hodnocení podniků-samolepky atd.)
PŘÍNOSY:	Získávání zpětné vazby přímo od podnikatelů a provozovatelů v CR. Prostor pro tvorbu společných nápadů.
RIZIKA:	Neochota spolupráce jedné ze stran.
SOUČASNÝ STAV:	2019 - Spolupráce probíhá mezi veřejnou správou a oblastní DMO. 2020 - Vytvoření platformy a rozšíření spolupráce s Vysočina Tourism - Vzhledem k pandemii COVID 19 je realizace bodu 2. - 4. o cca 6 měsíců posunuta 2021 - První setkání s poskytovateli 2022 - 2x ročně kulatý stůl s podnikateli v CR 2023 - 2x ročně kulatý stůl s podnikateli v CR (zvyšuje se účast)
PODMÍNKY NUTNÉ PRO REALIZACI:	Ochota podnikatelů v CR podílet se na této platformě.

PROJEKTOVÝ LIST Č. 8

NÁZEV DOKUMENTU:	STRATEGICKÝ PLÁN CESTOVNÍHO RUCHU TŘEBÍČE 2024-2027
PRIORITNÍ OSA:	D Zvyšování ekonomické efektivity CR
STRATEGICKÝ CÍL	CD1 Zvýšení účinnosti CR prostřednictvím tvorby a využívání produktů CR
OPATŘENÍ:	D1 Tvorba a rozvoj produktů CR
STRUČNÝ POPIS:	Pro další rozvoj je třeba tvorba dalších turistických produktů. Připravené produkty návštěvníkům dávají jasnou představu o trávení času jejich dovolené a prodlužují také dobu jejich pobytu. Třebíč nabízí celou řadu možností pro tvorbu nových produktů. Kromě židovské tematiky se nabízí také produkt zaměřený na památky UNESCO v Kraji Vysočina, propojení všech tří památek představuje značný potenciál. Produkty by měly být orientovány na zážitek návštěvníka případně by měly být propojeny příběhem. Turistické produkty mohou být postaveny na příběhu významných osobností - Antonín Kalina, František Mertl.
PŘEDPOKLÁDANÉ NÁKLADY AKCE V TIS. KČ:	200
MOŽNÉ ZDROJE FINANCOVÁNÍ	Rozpočet města Třebíče
GARANT	Odbor kanceláře vedení města
ČASOVÝ HARMONOGRAM / ETAPIZACE/TERMÍN DOKONČENÍ: PŘEDPOKLÁDANÝ TERMÍN REALIZACE: - PŘÍPRAVNÉ PRÁCE - REALIZACE	1. Soustavné vyhledávání námětů pro tvorbu a rozvoj produktů 2. Vyhodnocení 1x za rok – 1. Q 3. Tvorba produktů vč. informačního zázemí (příběh, texty, informace, tiskoviny, umístění on-line apod.) - 1. – 4. Q
PŘÍNOSY:	Vytvoření množství produktů, které přilákají návštěvníky do Třebíče.
RIZIKA:	Neochota splupráce
SOUČASNÝ STAV:	Tematické nabídky pro další roky: 1. Lektorské programy (MKS, Centrum tradiční kultury, Muzeum Vysočiny Třebíč) a. Karlovo nám. b. Galerie Franta c. případně další 2. VVV - vyhlídová místa 3. Noční prohlídky města - 1x měsíčně 4. Komentovaná prohlídka Karlova náměstí - 1xměsíčně 5. Softwarové zajištění programu - pro tvorbu produktů umožňující kombinaci produktů a užití prohlídek / atraktivit různými poskytovateli + možnost rezervací. 6. Prohlídka baziliky bez průvodce 7. Stellplatz - zjištění možností a realizace - u Zámiše. 8. Zintenzivnění splupráce s Muzeem Vysočina Třebíč a farářem z baziliky - společná propagace zámeckého areálu.
PODMÍNKY NUTNÉ PRO REALIZACI:	Existence nebo vytvoření vhodného informačního zázemí.

PROJEKTOVÝ LIST Č. 9

NÁZEV DOKUMENTU:	STRATEGICKÝ PLÁN CESTOVNÍHO RUCHU TŘEBÍČE 2024-2027
PRIORITNÍ OSA:	D Zvyšování ekonomické efektivity CR
STRATEGICKÝ CÍL	CD2 Uplatňování produktů CR na tuzemském i mezinárodním trhu
OPATŘENÍ:	D2 Zajištění „vytěžení" produktů CR
STRUČNÝ POPIS:	Pokud bude mít město Třebíč vytvořeny kvalitní produkty CR je třeba s nimi dále pracovat, propagovat je a nabízet destinačním organizacím (Vysočina Tourism, CzechTourism).
PŘEDPOKLÁDANÉ NÁKLADY AKCE V TIS. KČ:	30/ročně
MOŽNÉ ZDROJE FINANCOVÁNÍ	Rozpočet města Třebíče
GARANT	Odbor kanceláře vedení města
ČASOVÝ HARMONOGRAM /ETAPIZACE/TERMÍN DO-KONČENÍ: PŘEDPOKLÁDANÝ TERMÍN REALIZACE: - PŘÍPRAVNÉ PRÁCE - REALIZACE	1. Shromažďování podkladů k aktuálním produktům CR města Třebíče (ČR, Kraj, region). 1.Q 2024 2. Zjišťování možností uplatňování a následná komunikace produktů CR. (konference, školení, semináře, jednání, press tripy atd.) 3. Pravidelná aktualizace informací na webových portálech - např. VT A CzT 1/rok
PŘÍNOSY:	Nabídnutí hotových produktů CzechTourism a dalším partnerům pro propagaci na tuzemský a zahraniční trh.
RIZIKA:	Nedostatečné využívání kvalitních produktů CR.
SOUČASNÝ STAV:	Aktualizovány informace na visitczechrepublic.com, vysocina.eu.
PODMÍNKY NUTNÉ PRO REALIZACI:	Existence produktů CR.

5. ZÁVĚR



Strategie rozvoje cestovního ruchu v Třebíči je klíčovým nástrojem pro plánování, řízení a udržitelný rozvoj turistického sektoru v Třebíči. Rozvoj cestovního ruchu má významný dopad na místní komunitu. Strategie pomáhá minimalizovat negativní dopady a maximalizovat pozitivní přínosy pro místní obyvatele. Cestovní ruch je zajímavým zdrojem příjmů a pracovních míst. Strategie pomáhá vytvářet podmínky pro růst a prosperitu místních podniků. Identifikuje potřebu vylepšení infrastruktury služeb, nastavuje spolupráci mezi aktéry cestovního ruchu. Strategie je zásadní pro nastavení směru propagace cestovního ruchu a zvyšování povědomí o Třebíči jako atraktivní turistické destinaci.

Cestovní ruch je dynamický sektor, který je ovlivňován globálními trendy a změnami v chování turistů. Strategie pomáhá mapovat a dávat do kontextu změny, které se na poli cestovního ruchu dějí a na které můžeme následně reagovat.

Celkově strategie rozvoje cestovního ruchu v Třebíči přispívá k udržitelnému, vyváženému a prosperujícímu rozvoji turistického sektoru, což přináší přínosy jak pro místní obyvatele, tak pro návštěvníky regionu.

Strategie udržitelného rozvoje cestovního ruchu v Třebíči obsahuje analýzu nabídky cestovního ruchu, přehled dat turistické návštěvnosti z několika zdrojů a SWOT analýzu. Na základě těchto analýz byly stanoveny prioritní oblasti a opatření, které povedou k realizaci udržitelného rozvoje cestovního ruchu v Třebíči. Projektové listy pak konkretizují jednotlivá opatření. Turistická nabídka je v Třebíči značně široká. Cílem je ji udržet a zkvalitňovat tyto služby. S nově otevřeným Karlovým náměstí (podzim 2022) se přesunulo konání různých akcí právě na toto místo, což posiluje turistický život v centru města. Turistická sezóna se díky adventní/vánoční výzdobě města rozšířila i na zimní období.

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Poloha města Třebíče v rámci ČR

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Počet domácích výletníků v Třebíči v období 1. 7. 2022 - 30. 6. 2023
Graf 2: Počet zahraničních výletníků v Třebíči v období 1. 7. 2022 - 30. 6. 2023
Graf 3: Počet domácích turistů v Třebíči v období 1. 7. 2022 - 30. 6. 2023
Graf 4: Počet zahraničních turistů v Třebíči v období 1. 7. 2022 - 30. 6. 2023

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Návštěvnost domácích a zahraničních turistů v Třebíči v období 1. 7. 2022 - 30. 6. 2023
Tabulka 2: Vývoj počtu návštěvnosti od roku 2011 - 2023
Tabulka 3: Vývoj počtu návštěvnosti TIC včetně památek za rok 2022 a rok 2023
Tabulka 4: Ubytovací poplatek ve městě Třebíči v letech 2015 - 2022
Tabulka 5: Počet hromadných ubytovacích zařízení ve městě Třebíč v letech 2013 - 2022
Tabulka 6: Počet hostů a přenocování v HUZ v letech 2013 - 2022
Tabulka 7: SWOT analýza

SEZNAM SCHÉMAT

Schéma 1: Řízení a organizace cestovního ruchu
Schéma 2: Definice postavení a oblastí zájmu incomingového týmu
Schéma 3: Rozšířený marketingový mix

Zpracovatelský tým vyjadřuje poděkování všem lidem,
kteří se vždy ochotně podíleli na tvorbě tohoto dokumentu,
a tím na budoucnosti cestovního ruchu ve městě Třebíč.

ZPRACOVATELSKÝ TÝM

Dagmar Pacalová
Petra Maštalířová
Eva Fruhwirtová
Lucie Kousalová
Kamil Černý
Václav Prchal

EXTERNÍ ZDROJE

Třebíč

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD

MKS TŘEBÍČ
MĚSTSKÉ KULTURNÍ STŘEDISKO

relative

efcomm