

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

FAKULTA ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ

KATEDRA EKOLOGIE



Hodnocení přínosu Informačních center pro regionální rozvoj a ochranu prostředí v Českém středohoří

The evaluation of the contribution of information centers for regional development and nature conservation of the Central Bohemian Uplands

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Vedoucí práce: doc. RNDr. Emilie Pecharová, CSc.

Konzultant práce: Ing. Milan Maršálek

Vypracoval: Pavel Gruntorád

Praha 2015

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Katedra aplikované ekologie

Fakulta životního prostředí

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Pavel Gruntorád

Regionální environmentální správa

Název práce

Hodnocení přínosu informačních center pro regionální rozvoj a ochranu prostředí v Českém Středohoří

Název anglicky

The evaluation of the contribution of information centers for regional development and environmental protection of the Central Bohemian Uplands

Cíle práce

Úkolem diplomanta je vyhodnocení aktuálního stavu turistických informačních center v regionu Českého středohoří. Na základě podkladů, vlastního šetření a metodických postupů práce dojde ke zhodnocení a diskusi nad jejich přínosem pro udržitelný regionální rozvoj a ochranu prostředí.

Metodika

Zásady pro vypracování DP: Úvod Literární rešerše (cestovní ruch, informační centra, certifikace – domácí a zahraniční zkušenosti; ochrana přírody a krajiny v ČR a EU; environmentální vzdělání a osvěta) Cíle práce (vyhodnocení aktuálního stavu turistických informačních center v oblasti Českého středohoří a zhodnocení jejich přínosu k trvale udržitelnému rozvoji) Metodický postup (anketní a terénní šetření – analýza aktuálního stavu IC na základě kritérií trvalé udržitelnosti) Charakteristika zájmového území (České středohoří) Výsledky (vyhodnocení anketního a terénního šetření – aktuální stav turistických informačních center, zhodnocení přínosu a doporučení pro budoucí udržitelný vývoj) Diskuze (význam IC pro udržitelný regionální rozvoj a ochranu prostředí) Závěr

Doporučený rozsah práce

40 – 50 stran

Klíčová slova

certifikace, cestovní ruch, chráněná krajinná oblast, udržitelný rozvoj

Doporučené zdroje informací

Freyer, W. Tourismus. München: Oldenbourg, 2006. 268 p.

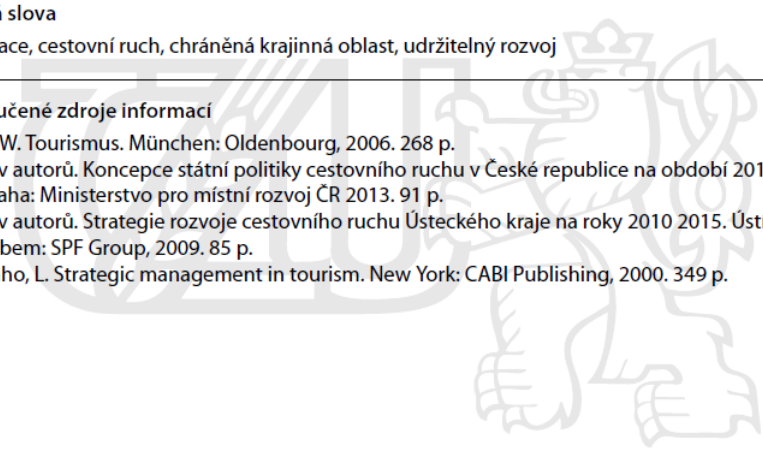
Kolektiv autorů. Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014 2020.

Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR 2013. 91 p.

Kolektiv autorů. Strategie rozvoje cestovního ruchu Ústeckého kraje na roky 2010 2015. Ústí nad

Labem: SPF Group, 2009. 85 p.

Moutinho, L. Strategic management in tourism. New York: CABI Publishing, 2000. 349 p.



Předběžný termín obhajoby

2015/01 (leden)

Vedoucí práce

doc. RNDr. Emilie Pecharová, CSc.

Elektronicky schváleno dne 19. 11. 2013

prof. Ing. Jan Vymazal, CSc.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 18. 12. 2013

prof. Ing. Petr Sklenička, CSc.

Děkan

V Praze dne 19. 04. 2015

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracoval samostatně pod odborným vedením Doc. RNDr. Emilie Pecharové, CSc. a Ing. Milana Maršálka, veškeré literární zdroje, ze kterých jsem čerpal, jsou v této práci řádně uvedeny.

V Praze 17. 4. 2015

.....

Poděkování

Své poděkování bych rád vyjádřil zejména vedoucí mé diplomové práce Doc. RNDr. Emilii Pecharové, CSc. a Ing. Milanovi Maršálkovi za čas, který mi věnovali při tvorbě práce, za odborné vedení, poskytnutí literárních zdrojů, cenných rad, a připomínek ke konečné korektuře práce. Díky patří také všem mým blízkým, kteří byli velkou morální podporou a motivací k dokončení mé diplomové práce.

V Praze 17. 4. 2015

.....

Abstrakt

Diplomová práce se zabývá problematikou turistických informačních center a jejich možnostmi přispět k rozvoji cestovního ruchu spojeného s ochranou přírody. V teoretické části zaměřené na literární rešerši jsou vysvětlovány pojmy související s problematikou cestovního ruchu, udržitelným rozvojem a ochranou přírody.

Praktická část diplomové práce se věnuje průzkumu (hodnocení významu a kvality) turistických informačních center ve vybrané lokalitě. Pomocí kvantitativní metody – dotazováním budou u respondentů zjišťovány jejich názory a požadavky na úroveň, rozsah i kvalitu nabízených služeb. Na základě získaných dat bude vyhodnocen aktuální stav TIC v CHKO České Středohoří včetně nabízených služeb.

Dílčím úkolem je zhodnocení významu certifikace vybraných turistických informačních center a poskytovaných služeb. Dále požadavky návštěvníků na poskytované služby v rámci nabídky jednotlivých informačních center v ČR v porovnání se zahraničím.

Klíčová slova:

Certifikace, Cestovní ruch, Turistická informační centra, Chráněná krajinná oblast, Udržitelný rozvoj

Summary

The diploma thesis deals with the topic of touristic information centres and their ability to support the development of tourism that is connected with nature protection. Its theoretical part, focused on research resources, contains explanation of the terms associated with the issues of tourism, sustainable development and nature protection.

Practical part of this thesis is concerned with field survey in selected location and is focused on touristic information centres and services they provide. Within the questionnaire survey, the data for evaluation of the current state of touristic information centres in the protected landscape area České středohoří was collected from the point of view of TIC visitors and their requirements for level, range and quality of the offered services.

As a component of the thesis, an evaluation on importance of touristic information centres and their services certification is provided, together with comparison of the visitors' demands for services provided in frames of the offers of particular information centres in the Czech Republic in comparison to other countries.

Key words:

Certification, Tourism, Touristic information centres, Protected Landscape Area, Sustainable Development

1. Úvod.....	9
2. Cíle práce	10
3. Literární rešerše.....	11
3.1. Cestovní ruch	11
3.1.1. Charakteristika cestovního ruchu.....	11
3.1.2 Udržitelný cestovní ruch	12
3.1.3 Druhy a formy cestovního ruchu.....	13
3.2 Cestovní ruch a veřejná správa v České republice.....	14
3.2.1. Politika cestovního ruchu v České republice	15
3.3 Turistické informační centra (TIC)	21
3.3.1 Právní forma a financování TIC.....	22
3.3.2 Agentura CzechTourism	23
3.3.3 Asociace turistických informačních center (A.T.I.C.)	23
3.3.4 Certifikace turistických informačních center	24
3.3.5. Jednotná klasifikace turistických informačních center v České republice	28
3.4.1 Základní charakteristika zájmového území České středohoří.....	31
3.4.3 Cestovní ruch v CHKO České středohoří	34
4. Metodika	38
5. Výsledky	42
5.1 Výběr TIC v regionu	42
5.2 Dotazníkové šetření.....	42
5.3 Subjektivní hodnocení vybraných TIC	49
5.4 Propagace cestovního ruchu prostřednictvím webových stránek	53
6. Diskuse.....	58
7. Závěr	63
8. Zdroje:.....	65
9. Seznam zkratk	69
10. Přílohy.....	70

1. Úvod

Turistická informační centra (TIC) hrají významnou roli v rámci cestovního ruchu jednotlivých regionů. Diplomová práce je zaměřena na lokalitu Českého středohoří, která patří k výrazným lokalitám. Tato oblast nabízí návštěvníkům velice atraktivní a široké spektrum přírodních a kulturních památek. V souvislosti se zkvalitňováním a rozšiřováním služeb v oblasti cestovního ruchu, které jsou nabízeny prostřednictvím turistických informačních center je potřeba přímo komunikovat s cílovými skupinami, využívající služeb TIC.

České středohoří je z pohledu potenciálu rozvoje turistického ruchu velmi významnou lokalitou Ústeckého kraje a nabízí možnosti rozvoje cestovního ruchu v širokém spektru činností spojených s turismem. Současně nabízí příležitosti ke zvýšení počtu pracovních příležitostí v regionech, kde jsou omezené možnosti získání a vytvoření pracovních míst.

Výzkumné šetření bude realizováno ve dvou etapách. V rámci terénního šetření budou návštěvníci TIC dotazováni na základní nabídku služeb, které jsou zahrnuty do kritérií certifikace. Poté bude provedena analýza vybraných TIC s cílem vyhodnotit aktuální stav konkrétních zařízení z pohledu nabídky poskytovaných služeb, přístupu pracovníků TIC. Dále jazykové vybavenosti, rozsahu propagačních materiálů a celkového vzhledu exteriéru a interiéru TIC. Dalším sledovaným faktorem je viditelnost a dostupnost TIC. Ze získaných podkladů budou sestaveny grafické náhledy návštěvnosti a požadavků návštěvníků TIC.

2. Cíle práce

Hlavním cílem diplomové práce je zhodnotit přínos a význam turistických informačních center v regionu Českého středohoří v rozvoji udržitelného cestovního ruchu. Na základě prostudované literatury, vlastního šetření a metodických postupů práce byl vyhodnocen aktuální stav TIC a jejich přínos pro udržitelný regionální rozvoj a ochranu životního prostředí. Současně byla hodnocena kvalita služeb v rámci udělených certifikátů kvality služeb dle požadavků jednotné klasifikace zavedené agenturou cestovního ruchu ČR CzechTourism ve spolupráci s A.T.I.C..

V rámci této diplomové práce proběhlo vyhodnocení dotazníkového šetření a závěrů z informací získaných od respondentů.

V neposlední řadě byla provedena komparace návštěvnosti vybraných turistických informačních center za období 2012, 2013 a 2014 dle statistik získaných od pracovníků TIC.

Dále byl zhodnocen způsob využití TIC v návaznosti na poskytované služby dle vlastního šetření.

3. Literární rešerše

3.1. Cestovní ruch

3.1.1. Charakteristika cestovního ruchu

Cestovní ruch – turismus (angl. tourism), tvoří nesmírně široký komplex činností, na kterém se podílí celá řada subjektů, jak ze soukromé sféry tak státní sféry. Cílem tohoto oboru je umožnit, organizovat a zpříjemnit občanům cestování, ať již rekreační či poznávací. Hlavním subjektem je v cestovním ruchu cestující občan. K uspokojení jeho přání a potřeb se postupně vytvořila celá škála profesí a profesionálních podnikatelských subjektů. Šíře oboru cestovního ruchu tak ve svých ekonomických souvislostech přináší značný multiplikační efekt.

Cestovní ruch, jak uvádí Horner a Swarbrooke (2003), může být krátkodobý přesun lidí do jiných míst, než jsou místa pobytu. Účelem přesunu může být provádění příjemných činností, pokud se nejedná například o služební cestu. Smyslem cesty by měla být zábava a ne pracovní povinnosti.

Cestovní ruch lze také definovat dle UNWTO (United Nations World Tourism Organization – Světová organizace cestovního ruchu) jako činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší než jeden ucelený rok, za účelem trávení volného času a služebních cest (osoba nesmí být odměňována ze zdrojů navštíveného místa). UNWTO patří k organizacím odpovědných za prosazování přístupu k udržitelnému a všeobecně přístupnému cestovnímu ruchu. Jako vedoucí mezinárodní organizace podporuje cestovní ruch jako jedním z možných nástrojů k podpoře hospodářského rozvoje a udržitelnosti kvality životního prostředí v celosvětovém měřítku. Nabízí v těchto oblastech vedení a podporu v sektoru prosazování znalostí a politiky cestovního ruchu. Cestovní ruch je mnohostranným odvětvím, které zahrnuje dopravu, turistická zařízení, poskytující ubytování a stravování, služby cestovních kanceláří a agentur, průvodcovské služby, turistické informační systémy a další infrastrukturu či služby cestovního ruchu. Odvětví cestovního ruchu patří mezi nejvýznamnější součásti národní i světové ekonomiky (UWTO, 2014).

3.1.2 Udržitelný cestovní ruch

Udržitelný je takový cestovní ruch, kdy aktivity poskytovatelů služeb návštěvníkům a vlastní aktivity návštěvníků ovlivňují místní komunitu, místní ekosystémy a biosféru pouze tak, že nevratně nemění místní komunitu, místní ekosystémy a biosféru a neomezují tak funkce biosféry a lidské aktivity v budoucnosti (Pásková, Zelenka, 2002).

Udržitelnost cestovního ruchu je vymezována ve vztahu k místní komunitě, k zájmům podnikatelských subjektů, k zájmovým skupinám, k přírodnímu a sociokulturnímu dědictví, k přírodnímu a sociokulturnímu prostředí, pouze výjimečně ve vztahu k přírodě. Oblast cestovního ruchu je ovládána soukromými podniky jak malými, tak středními podniky v širokém spektru služeb, včetně dopravy a ubytování. Veřejný sektor hraje velmi významnou roli v úspěšném rozvoji cestovního ruchu v daných lokalitách. Zásah veřejného sektoru musí zajistit, aby přínosy cestovního ruchu byli maximalizované a případné problémy minimalizovány ve prospěch ekonomiky, společnosti a životnímu prostředí, jakož i vytvoření dlouhodobého zájmu o cestovní ruch (Moutinho, 2000).

Rozvoj cestovního ruchu, například v rozvojových zemích může podpořit ekonomiku země a zvýšit finanční příjmy z této oblasti. V případě nevhodné strategie v oblasti rozvoje cestovního ruchu může dojít ke snížení příjmů a současně i k negativním dopadům (Opperman, Chon, 1997).

K výraznému pokroku v rozvoji cestovního ruchu ČR došlo již v roce 1992, kdy se zlepšila dostupnost a rozmanitost ubytovacích zařízení zejména ve větších městech ČR. Zlepšila se kvalita poskytování turistických informací v jednotlivých regionech a současně nabídka služeb spojená s rozvojem cestovního ruchu. Integrace služeb cestovního ruchu do všech oblastí podpoří udržitelnost cestovního ruchu (Johnson, 1995).

Udržitelnost cestovního ruchu je vymezována nejen definicemi, ale také deklarativně ve formě etických kodexů, chart. Specificky je udržitelnost cestovního ruchu formulována také v Agendě 21 pro cestovní ruch vydané Světovou radou cestovního ruchu (World Travel & Tourism Council - WTTC), UNWTO a Rady Země. Principy Agendy 21 nejsou závislé na druhu cestovního ruchu, jsou uplatnitelné v každé jeho kategorii. Což znamená, že trvale udržitelný cestovní ruch není jen jedna z kategorií cestovního ruchu (jako například venkovský cestovní ruch,

poznávací cestovní ruch, rekreace u moře apod.), **ale je to přístup k cestovnímu ruchu jako takovému**. Jednotlivé kategorie cestovního ruchu můžeme dělat „trvale udržitelné“ i „netrvale udržitelné“ (CzechTourism, 2012).

3.1.3 Druhy a formy cestovního ruchu

Cestovní ruch se v praxi dá rozlišovat podle druhu cestovního ruchu a jeho formě, které jsou neustále ve vývoji v závislosti na poptávce účastníků cestovního ruchu. Koncepce státní politiky cestovního ruchu definuje formy cestovního ruchu, pro které má ČR pozitivní předpoklady a uvádí pět druhů patřících k nejvýznamnějším formám cestovního. Základní rozdělení druhů a forem cestovního ruchu je uvedeno v tabulce č. 1. Klíčovým prvkem zůstává i přes aktuální trendy městský a kulturní cestovní ruch patřící k základním prvkům poznávacích forem cestovního ruchu. Dovolená v přírodě je charakteristická pro letní a zimní pobyty na horách, dovolené u vody, kempování venkovský cestovní ruch, agroturistiky a spotřeba regionálních produktů cestovního ruchu. V současné době dochází k postupnému rozvoji venkovského cestovního ruchu. Sportovní a aktivní dovolená se v mnoha regionech dynamicky rozvíjí, a to zejména pěší turistika a cykloturistika spojená s poznáváním kulturních a přírodních hodnot. Aktivity v horských střediscích jsou v současné době v ohrožení zahraniční konkurence, která má k dispozici kvalitní nabídku za srovnatelné náklady. Lázeňský cestovní ruch hraje významnou roli v celkové nabídce, bohužel i přes skutečnost, že je lokalizováno 8% celkové kapacity, tak jako celek spíše stagnuje. Kongresový a veletržní cestovní ruch je z hlediska potenciálu velmi významným prvkem. Hlavní město Praha disponuje kapacitami a zařízeními patřící do kategorie mezinárodního významu (MMR, 2013).

Tab. č. 1: Druhy a formy CR – základní rozdělení Zdroj: vlastní zpracování dle (MMR, 2013)

Druhy a formy cestovního ruchu	
Místo realizace	<ul style="list-style-type: none"> - domácí cestovní ruch - zahraniční cestovní ruch - vnitrostátní cestovní ruch - národní cestovní ruch - světový cestovní ruch
Vztah k platební bilanci	<ul style="list-style-type: none"> - příjezdový cestovní ruch - tranzitní cestovní ruch - výjezdový cestovní ruch

Délka pobytu	- krátkodobý cestovní ruch = do 3 dnů -> zahrnuje 2 přenocování, - dlouhodobý cestovní ruch = déle než 3 dny a kratší než 1 rok nebo 6 měsíců,
Způsob zabezpečení	- organizovaný cestovní ruch - neorganizovaný cestovní ruch
Způsob účasti a formy úhrady nákladů na účast	- volný cestovní ruch (komerční) - vázaný cestovní ruch (nekomerční)
Formy cestovního ruchu	- rekreační forma cestovního ruchu - kulturně – poznávací forma cestovního ruchu - lázeňsko - léčebná forma cestovního ruchu, - sportovně - rekreační forma cestovního ruchu - formy cestovního ruchu spojené s profesními motivy (business tourism) - seniorská forma cestovního ruchu - mládežnická forma cestovního ruchu (youth tourism) - venkovská turistika, agroturistika, ekoturistika - cestovní ruch mimo veřejné formy - ostatní formy cestovního ruchu

3.2 Cestovní ruch a veřejná správa v České republice

Účast státu na formování a nastavení rozvoje turismu v ČR je potřebná a součástí politického procesu, který formuluje hlavní priority a cíle. Vytváří systém pro dosažení nastavených indikátorů a zároveň hledá soulad mezi zájmy všech nositelů politiky turismu jak ze sféry veřejnosprávní tak privátní a neziskové (Tittilbachová, 2011).

Politika turismu je definována jako cílené, organizované plánování, ovlivňování reality, budoucnosti turismu prostřednictvím různých nositelů z pohledu - veřejných, soukromých a nadnárodních (Freyer, 2001).

Rozvoj politiky turismu je závislý na celkovém stavu země a v zemích se stejným stupněm rozvoje je velmi podobný. Cílem veřejnosprávních subjektů je ve většině případů pokrytí nákladů a potřeb důležitější, než dosahování zisku. Lokální cíle jsou velmi často odlišné od nadregionálních, národních a nadnárodních a způsoby dosahování cílů je reálně nemožné sladit z pohledů všech uvedených úrovní. Turistické regiony (destinace) nemají vždy hranice totožné s administrativně – správním celkem, ale jejich role je v rozvoji turismu na daném území zásadní.

Důvody zásahu státu a úkoly v oblasti zařazení turismu do hospodářsko-politického systému na základě odlišností odvětví turismu jsou základnou pro funkční státní politiku turismu. Na základní úkoly a důvody turismu (tab. č. 2) lze nahlédnout ze tří pohledů (Keller, Smeral, 1997).

Tab. č. 2: Tři základní pohledy na turismus, Zdroj: vlastní zpracování dle (Keller, Smeral, 1997).

<p>Turismus jako politický úkol, a to z pohledu zajištění bezpečného pohybu návštěvníků v jednotlivých destinacích. Zásadním úkolem státu je eliminace potenciálního nebezpečí z pohledu teroristických útoků, zdravotního ohrožení politické nestability a míra regulace pohybu návštěvníků. Cestování z pohledu rozvoje plnohodnotného hospodářského odvětví vzhledem k jeho socioekonomickým dopadům na regionální a mezinárodní úrovni.</p>

<p>Turismus ve vztahu k životnímu prostředí je další ze zásadních podnětů ve vztahu ke státu jako koordinujícího subjektu usměrňujícího aktivity turismu ve vztahu k ochraně přírody. Využití kulturního a přírodního bohatství je jedním ze základních zdrojů pro vytváření nabídky atraktivit regionů. Výrazný rozvoj cestovního ruchu může přinášet i negativní dopady, které mohou celkově velmi výrazně ovlivnit životní prostředí.</p>
--

<p>Turismus z pohledu sociálních dopadů přináší mnoho příležitostí ve vztahu k zaměstnanosti a příjmů jednotlivých regionů. Z tohoto pohledu je role státu významným faktorem v pomoci rozvoje regionů a možností snížení dopadů mimo sezonní aktivity návštěvníků. Cestování přispívá i z pohledu poznávání, vzdělávání a zároveň podporuje porozumění v mezinárodním měřítku.</p>

3.2.1. Politika cestovního ruchu v České republice

Politika turismu může pomoci formou strategií, konceptů a systémů podpor přispět k rozvoji turismu. Nastartování rozvoje turismu je možné z pohledu aktivního zapojení nebo pasivního. Správná volba strategie je důležitá k úspěšnému naplnění výsledků uplatňované státní politiky (Freyer, 2001).

Na počátku 20. století se objevují sociální skupiny zaměřené na zachování a ochranu přírody, živočišných a rostlinných druhů. Politiky zaměřené na hospodářský růst, řešili předpoklad, že čím více bude zboží vyrobeno, tím uspokojí více spotřebitelů. Důsledkem toho bylo stále větší znečištění životního prostředí. Cestovní ruch může být z tohoto pohledu považován za součást tohoto procesu, protože také vyžaduje zdroje a produkuje různé formy znečištění (Page a Connell 2006).

Dynamická politika turismu zahrnuje vytváření podmínek pro dlouhodobě příznivý vývoj na základě reality za využití výzkumů, prognóz a vytvořených marketingových metod. Zahrnuje základní aspekty nezbytné pro formulaci politiky turismu (obr. č. 1). Dynamická forma politiky turismu analyzuje výsledky z předchozích období a na základě výsledků prostřednictvím metody budoucího vývoje formuluje hlavní cíle na následující období. Nastavení cílů na příští období musí být z pohledu politiků uplatňováno na základě expertních marketingových postupů. Cílem je zvolení optimální varianty mezi pozitivní a negativní prognózou získanou na základě analýz. Výsledkem je vytvoření a realizace opatření odpovídající předpokládanému vývoji a směru v oblasti turismu (Tittilbachová, 2011).

Strategické plány nebo koncepce jsou důležité jako základ pro budoucí rozvoj v oblasti udržitelného rozvoje. Jejich uvedení do praxe vyžaduje závazek s rozhodovací pravomocí na všech úrovních. Právní rámec politiky cestovního ruchu bude využitelný, pokud bude správně chápán veřejnou správou předpoklad pro vytvoření závazku. Bez zapojení veřejné správy nebude možná udržitelnost v této oblasti a zapojením veřejné správy umožní provázat oblasti spojené s rozvojem cestovního ruchu (Schwaninger, 1989).



Obr. č. 1: Základní aspekty pro formulaci dynamické politiky turismu, Zdroj: vlastní zpracování dle (Freyer, 2011)

Z pohledu nositelů politiky turismu lze politiky rozdělit do několika rovin a systémů. Nositel politiky je subjekt podílející se na formulaci kritérií politiky

turismu, stanovení postupů a cílů při využití nástrojů k jejich dosažení. Nejvhodnější rozdělení nositelů politiky turismu je dle právní subjektivity vzhledem k definování cílů, opatření a odpovědnosti. Nositele je možné rozdělit do tří základních skupin na veřejnosprávní, soukromé a smíšené. Veřejnosprávní nositelé jsou ministerstva, odbory zabývající se problematikou turismu a obce, které mají možnost ve spolupráci s příspěvkovými organizacemi rozvíjet turismus dle potřeby regionu (tab. č. 3). Privátní nositelé jsou subjekty provozující ubytovací služby, cestovní kanceláře a podobné aktivity. Jednají převážně v zájmu svých členů, ale podílejí se i na realizaci veřejných zájmů a úkolů. Smíšené formy nositelů politiky turismu jsou složeny částečně z členů privátních s tím, že část z nich jedná ve veřejném zájmu a současně i v privátním. Jedná se o nejrůznější sdružení působící na regionální úrovni (Tittilbachová, 2011).

Tab. č. 3 - Nositelé politiky turismu v ČR, Zdroj: vlastní zpracování dle (Tittilbachová, 2011).

Veřejnosprávní	MMR, Meziresortní komise pro cestovní ruch, ČCCR – CzechTourism, MKCR, NPÚ, MŽP, MZE, MZCR, MDCR, MPO, MŠMT, MZV, Krajské samosprávy, obce a města, sdružení obcí
Privátní	Svaz obchodu a CR, Asociace cestovních kanceláří ČR, Asociace českých cestovních kanceláří a agentur, Asociace hotelů a restaurací České republiky, Asociace turistických regionů ČR, A.T.I.C., Hospodářské komory
Smíšené formy	Celostátní kolegium CR, MAS

Právní hledisko	- veřejnosprávní orgány (EU, stát, kraje) - privátní instituce (zájmová sdružení) - zájmové skupiny
Územní hierarchie	- mezinárodní (EU, OECD, UNWTO) - národní (asociace, ministerstva, centrály cestovního ruchu) - regionální (svazy turismu v regionech) - lokální (spolky)
Oborná příslušnost	- hoteliéři - dopravci - restaurační zařízení - TIC - cestovní kanceláře - destinační agentury
Organizační forma	- nadpodnikové - mezipodnikové - integrované koncerny cestovních kanceláří - svazy poskytovatelů dopravních služeb - řetězce a kooperující organizace cestovních kanceláří, hotelového průmyslu

Politika turismu definuje stanovení cílů v závislosti na vnitřním uspořádání a jejich společensko-ekonomickém rámci. Cíle se stanovují na jednotlivých úrovních z veřejnosprávního, podnikatelského a neziskového sektoru. Musejí být reálné, měřitelné v souladu s potřebami turismu a zároveň musejí být definovány prostředky na jejich realizaci. Při určování cílů je potřeba zohlednit všechny aspekty spojené s definováním. Zároveň je nutné zhodnotit rizika a dopady na lokality, na které jsou cíle zaměřeny. Jedná se o vyloučení překrývání stávajících rozvojových aktivit v daných regionech včetně zdrojů finanční podpory tak, aby nedocházelo k neefektivnímu postupu a čerpání finančních prostředků v rámci naplňování cílů politiky turismu. Stát je nositelem politiky turistiky a jeho výkon se projevuje v rámci vytváření státních orgánů, tvorbě strategií a koncepcí rozvoje turismu včetně aktivit související s rozvojem regionů. V současné době je ústředním orgánem státní správy ve věcech regionální politiky včetně investiční politiky a turismu Ministerstvo pro místní rozvoj. Ministerstvo bylo zřízeno s účinností od 1. listopadu 1996 zákonem č. 272/1996. Kraje a obce v rámci samosprávy vykonávají přímou působnost v oblasti turismu. Vláda ČR stojí v čele systému státní správy a přístup vlády k politice turismu je deklarován v programových prohlášeních. Programové prohlášení vlády od roku 2002 až do roku 2010 zahrnuje několik témat (tab. č. 4) v rozvoji turismu, na která jsou vázány přípravy koncepcí a strategických dokumentů (MMR, 2013).

Tab. č. 4 - Výběr z programových prohlášení vlády k oblasti CR (Vláda ČR).
Zdroj: vlastní zpracování dle (Vláda ČR, 2013).

2002	<ul style="list-style-type: none"> - cestovní ruch jako zdroj příjmů, tvorby pracovních míst a prostředek k rozvoji regionů - propagace České republiky jako významné destinace - rozvoj Koncepce státní politiky cestovního ruchu - realizace Sektorového operačního programu cestovního ruchu a lázeňství, jako významného nástroje podpory EU nadregionálních a nadnárodních aktivit cestovního ruchu - podpora a standardizace kvality služeb cestovního ruchu v souladu s vývojem EU - podpora výzkumu v oblasti cestovního ruchu
2004	<ul style="list-style-type: none"> - vytvoření jednotného systému cestovního ruchu - zdokonalení právních podmínek pro rozvoj cestovního ruchu - zákon o podnikání v oblasti cestovního ruchu - zjednodušení formalit pro zahraniční návštěvníky
2006	<ul style="list-style-type: none"> - příprava koncepce cestovního ruchu pro období 2008-2016 s možností efektivního čerpání prostředků strukturálních fondů a Fondu soudržnosti - podpora cestovního ruchu v regionech
2010	<ul style="list-style-type: none"> - podpora projektů v rámci zvýšení atraktivity a rozšíření nabídky pro domácí a

	zahraniční návštěvníky - vytvoření legislativy
2013	- schvaluje Koncepci státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014 až 2020, jako základní strategický dokument v oblasti rozvoje cestovního ruchu České republiky - zabezpečit realizaci opatření Koncepce a zohledňovat Koncepci při zpracování právních předpisů, koncepcí, strategií, programů a dalších relevantních dokumentů v působnosti jimi řízených ministerstev a úřadů

V rozvoji turismu jsou důležité všechny složky státní správy od ministerstev, krajů až po obce, které mají vzhledem k informovanosti o jednotlivých regionech možnost zapojení do procesu rozvoje turismu v jednotlivých lokalitách velký význam. Rozvoj turismu v regionech musí být v souladu s legislativními pravidly ČR. Základním dokumentem je Koncepce státní politiky cestovního ruchu, kterou zpracovává MMR na základě analýzy sektoru, definování problémových okruhů a opatření pro jejich řešení ve spolupráci s Centrálou cestovního ruchu České republiky – CzechTourism. Agentura CzechTourism je státní příspěvkovou organizací, jejímž zřizovatelem je Ministerstvo pro místní rozvoj ČR a jež vyvíjí svou činnost v souladu s cíli zřizovatele, zřizovací listinou a platným statutem. Její role je velmi významná v rozvoji CR v ČR. Základním cílem CzechTourism je propagace České republiky jako destinace cestovního ruchu v zahraničí i v České republice. K dosažení těchto cílů (tab. č. 5) plní CzechTourism v koordinaci s MMR České republiky tyto hlavní úkoly (MMR, 2013):

- Koordinace činností v oblasti cestovního ruchu
- Destinační marketing
- Mediální prezentace ČR, odvětví cestovního ruchu i agentury CzechTourism
- Informační podpora cestovního ruchu
- Výzkumné a vzdělávací činnosti
- Ekonomické a administrativní zajištění chodu agentury

Tab. č. 5 – Hlavní úkoly Agentury CzechTourism, Zdroj: vlastní zpracování dle (MMR, 2013).

Koordinace činností v oblasti cestovního ruchu	- podpora všestranného rozvoje cestovního ruchu, - spolupráce v oblasti cestovního ruchu s orgány státní správy a samosprávy,
--	--

	<p>profesními organizacemi, školami, výzkumnými a poradenskými institucemi a analogickými zahraničními institucemi, peněžními ústavy, a další činnosti související se zajištěním koordinačních úkolů</p>
Destinační marketing	<ul style="list-style-type: none"> - zajišťování, podpora a koordinace marketingových aktivit na domácím a zahraničním trhu, vytváření příznivého image turistické destinace "Česká republika" a její prosazování na domácím a zejména zahraničním trhu, - stanovení a rozpracování prioritních produktů, charakteristických pro destinaci Česká republika, podpora tvorby produktů cestovního ruchu se šetrným přístupem k životnímu prostředí, - vydávání propagačních materiálů o České republice v příslušných jazykových verzích, spolupráce s regiony v ČR, angažovanost při vzniku přirozených oblastí cestovního ruchu, působení při jejich turistickém rozvoji a atraktivnění, - zakládání zastoupení v zahraničí s cílem informovat zahraniční novináře, odbornou i nejširší veřejnost o nabídce cestovního ruchu v České republice a všestranně podporovat prodej národních produktů cestovního ruchu a další činnosti související se zajištěním úkolů destinačního marketingu
Mediální prezentace České republiky, odvětví cestovního ruchu i agentury CzechTourism	<ul style="list-style-type: none"> - zabezpečování spolupráce s domácími i zahraničními novináři a médii, a další činnosti související se zajištěním cílů mediální prezentace
Informační podpora cestovního ruchu	<ul style="list-style-type: none"> - informační servis pro odvětví průmyslu cestovního ruchu v České republice, zejména vydávání odborných zpráv, jejichž náplní a obsahem budou především marketingové a regionální informace, spolupráce při vytváření celostátního turistického informačního systému, a další činnosti související se zajištěním cílů informační podpory

Výzkumné a vzdělávací činnosti	- příprava, organizace a provádění vzdělávací činnosti v oblasti cestovního ruchu a služeb za účelem zajištění a udržení konkurenceschopnosti subjektů cestovního ruchu na domácím a zahraničním trhu působení na českou veřejnost s cílem povzbudit vstřícné chování vůči zahraničním hostům zdůraznění významu cestovního ruchu pro Českou republiku, a další činnosti související se zajištěním výzkumných a vzdělávacích úkolů
Ekonomické a administrativní zajištění chodu agentury	- Činnosti související se zajištěním úkolů ekonomické a administrativní podpory

3.3 Turistické informační centra (TIC)

Turistické informační centra mají charakter veřejné služby, která je poskytována na základě společenské objednávky zřizovatele jako součást informačního systému cestovního ruchu v regionech. Zahrnuje odbornou pracovní sílu, prostory vybavené technickými prostředky, provozní finance. Řídí se obecně platnými systémovými normami a pravidly v souladu požadavky na rozsah a kvalitu poskytovaných služeb (A.T.I.C., 2014). TIC jsou označena jednotným logem (obr. č. 2), které je umístěno na viditelném místě. Základní informace o činnostech TIC, způsobu financování a rozdělení skupin návštěvníků z pohledu typu poskytovaných informací jsou uvedeny v tab. č. 6 (A.T.I.C., 2014).



Obr. č. 2: Logotyp označení TIC, Zdroj: CzechTourism, 2013

Tab. č. 6: Základní informace o TIC, Zdroj: vlastní zpracování dle (A.T.I.C., 2014)

Obsah činnosti TIC	<ul style="list-style-type: none"> - hlavní činností TIC je bezplatné poskytování informací veřejnosti v souladu s filozofií zákona č.106/99 Sb. o svobodném přístupu k informacím, a to v rozsahu specifikovaném pro příslušnou třídu TIC. - doplňkovou činností TIC jsou služby poskytované za úplatu, např. prodej upomínkových předmětů, vstupenek, průvodcovské služby, směnárna, kopírování, činnosti reklamní, poskytování speciálních informací, tvorba a organizování turistických produktů
Informační gesce TIC	<ul style="list-style-type: none"> - informace pro turisty a návštěvníky - informace pro místní občany

3.3.1 Právní forma a financování TIC

Právní forma TIC odpovídá statutu zřizovatele. Vhodné formy pro TIC jsou uvedené v Metodice informačních center, která je dostupná na webových stránkách A.T.I.C ČR (tab. č. 7). Financování TIC je potřeba rozdělit s ohledem na právní formu a skupiny činností a služeb, které jsou TIC zajišťovány a poskytovány (A.T.I.C., 2014).

Tab. č. 7: Právní norma a financování TIC, Zdroj: vlastní zpracování dle (A.T.I.C., 2013)

Právní forma TIC	<ul style="list-style-type: none"> - příspěvkovou či rozpočtovou organizací státní správy - orgánem samosprávy - příspěvkovou nebo rozpočtovou organizací samosprávy - obecně prospěšnou společností - zájmovým sdružením právnických osob - nadací či fondem - občanským sdružením - společností s ručením omezeným - akciovou společností - veřejnou obchodní společností - družstvem fyzickou osobou
Financování z více zdrojů	<ul style="list-style-type: none"> - náklady na hlavní činnost, tzn. bezplatné poskytování informací veřejnosti, je nutno hradit z veřejných zdrojů dle stanoveného kalkulačního vzorce např. příspěvkem v určité výši na každou hodinu provozní doby pro veřejnost od státu, samosprávy a z výtěžku vlastní doplňkové činnosti - náklady na doplňkovou činnost jsou plně hrazeny z tržeb za tuto činnost - pro realizaci konkrétních projektů lze v některých případech usilovat o získání financí od soukromých

Turistické informační centrum je chápáno jako jeden z nejdůležitějších článků praktické propagace města, okolního regionu i celého státu s ekonomickým přínosem. Jeho posláním je zdarma poskytnout návštěvníkovi všechny důležité informace a navázat s ním lidsky přívětivý kontakt. Také umožňuje získat vazbu na navštívený region, pocit spokojenosti s poskytovanými službami a potřebu se vracet. V neposlední řadě přispívá svým pobytem a finanční útratou k podpoře regionu (CzechTourism, 2013).

3.3.2 Agentura CzechTourism

Česká centrála cestovního ruchu - CzechTourism ve spolupráci s Asociací turistických informačních center České republiky (dále jen A.T.I.C. ČR) na sjednocení certifikačního procesu TIC v České republice a vytvoření Jednotné klasifikace turistických informačních center České republiky. Nová certifikace TIC je v platnosti od 30. dubna 2013. Hlavním důvodem pro její vytvoření bylo odstranění duplicity ve formě dvou největších a existujících certifikačních schémat na území České republiky zahrnujících většinu TIC. Současně vytvořit technický standard a metodiku využitelnou pro systémy a modely managementu kvality jako je ISO, Model Excellence EFQM, Český systém kvality služeb a další. Základem pro nový systém je standard činností a rozsahu služeb TIC definovaný v klasifikaci profesní organizace A.T.I.C. ČR, doplněný o požadavky agentury CzechTourism. Profesní organizace bude zajišťovat kontrolu TIC a navrhopat jejich zařazení do jedné ze tří klasifikačních tříd. Agentura CzechTourism pak v rámci bonusového systému bude realizovat například Mystery shopping pro certifikovaná TIC, která o tuto službu projeví zájem. Certifikovaná TIC budou mít možnost prověřit své služby nezávislým subjektem, a to zcela zdarma (CzechTourism, 2013).

3.3.3 Asociace turistických informačních center (A.T.I.C.)

Asociace turistických informačních center ČR je samostatné, dobrovolné profesní sdružení, které je nezávislé vůči vládě, zastupitelským orgánům, politickým stranám, podnikatelským subjektům a organizacím. Cíle a poslání organizace jsou uvedeny v tabulce č. 8. Organizace úzce spolupracuje s agenturou CzechTourism, které je

hlavním článkem a vodítkem v rozvoji cestovního ruchu v ČR pod záštitou MMR (A.T.I.C., 2014).

Tab. č. 8: Cíle a poslání A.T.I.C. ČR, Zdroj. Vlastní zpracování dle (A.T.I.C., 2014)

Cíle A.T.I.C. ČR	<ul style="list-style-type: none"> - být centrem informační sítě cestovního ruchu v České republice sloužící k oboustrannému toku informací a potřebám hostů, obyvatel měst, obcí a podnikatelských subjektů. - zvyšování odborné úrovně a informovanosti svých členů. - monitorování, sumarizování a přenášení zkušeností mezi členy.
Poslání A.T.I.C. ČR	<ul style="list-style-type: none"> - zajišťuje pravidelná setkání (jednání) svých členů a společné akce. - prezentuje činnost členských informačních center na veřejnosti (propagační materiály, web, veletrhy apod.) - organizuje odborné zájezdy pro své členy - zajišťuje vzdělávání svých členů prostřednictvím vzdělávacích seminářů pro pracovníky turistických informačních center v jednotlivých krajích ČR - prosazuje zájmy svých členů v ČR i v mezinárodní oblasti. - ve spolupráci s ostatními příbuzenskými asociacemi se podílí na legislativních úpravách v oblasti, které se týkají činnosti informačních center. Svými připomínkami a návrhy se podílí na tvorbě norem a předpisů ve výše uvedené oblasti a prosazuje nejvýhodnější podmínky pro členy A.T.I.C. ČR. - předkládá státním i nestátním institucím vlastní návrhy a požadavky na řešení problematiky činnosti informačních center. - spolupracuje s orgány státní a místní správy za účelem rozvoje cestovního ruchu a služeb obyvatelstvu v dané oblasti. - zastřešuje řešení Koncepce rozvoje cestovního ruchu v jednotlivých obcích, městech a regionech. Poskytuje metodickou pomoc řešitelům a realizátorům projektů.

3.3.4 Certifikace turistických informačních center

Cestovní ruch se dostal v poslední době do konkurenčního prostředí a s ním i související konkurenční boj o účastníky cestovního ruchu. Zaváděním standardů a značek kvality je možné oslovit stále náročnější zákazníky v poptávce po službách v cestovním turistickém ruchu. Jedním ze způsobů je zavedení značky kvality, která zaručuje i zpětně proces ověřování. Uplatnění v cestovním ruchu umožňuje zavádění oborových standardů, nastavování indikátorů a hodnocení jejich naplňování. Certifikace se dále rozšířila při zavádění ISO norem v zařízeních zaměřených na

poskytování služeb cestovního ruchu. Profesionální organizace později využívaly certifikace ke zvyšování konkurenceschopnosti. Certifikace slouží jako samoregulační nástroj, pomocí kterého lze podpořit podniky, produkty a služby splňující dané podmínky (Sysel, 2012).

Na základě vzniklých tradičních certifikačních systémů hodnocení kvality produktu se začínají angažovat vlády, a to z důvodů požadavků na základní hygienické potřeby, bezpečnost a zdraví. V současné době dochází s rozvojem cestovního ruchu i k negativním dopadům z pohledu společenského a environmentálního a k zavedení certifikace možností zajistit optimální úroveň produktů a služeb v oblasti CR (Bien, 2008).

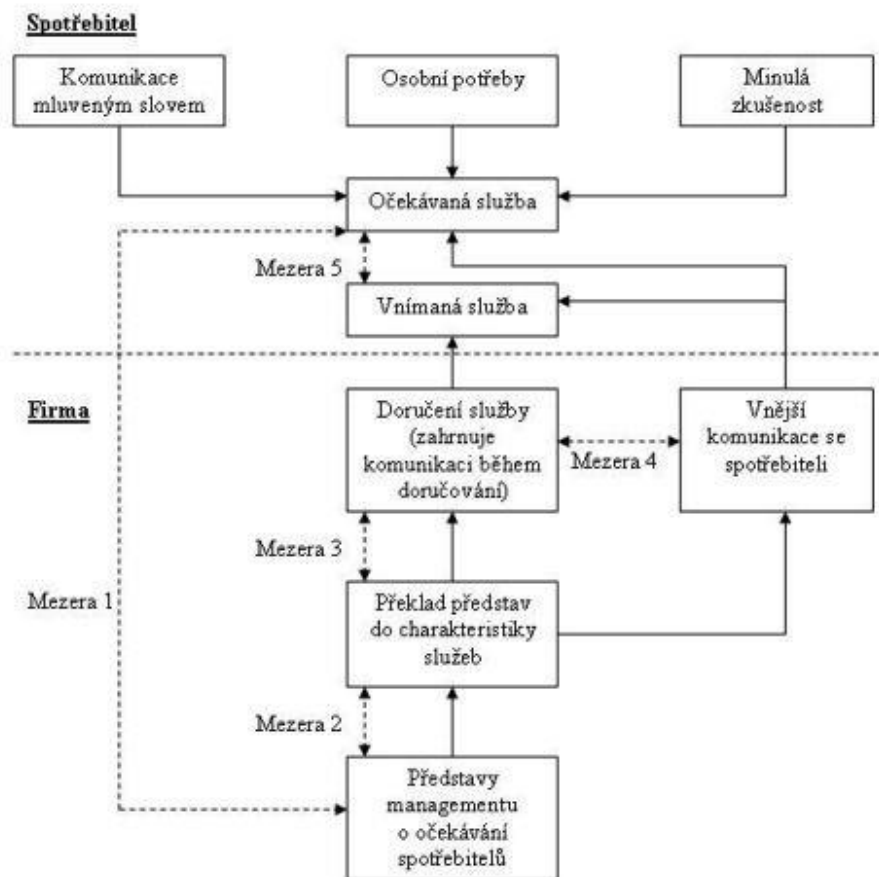
V problematice certifikace je potřeba vymezení pojmu potřeby certifikace a jeho definování ve vztahu k TIC. „*Systém managementu kvality je soubor procesů, postupů, zdrojů i postojů lidí v organizaci, který vede k uspokojování potřeb zákazníka*“ (Seaton, Bennet, 1996). Z pohledu této definice má každá organizace, jejímž smyslem je uspokojování potřeb zákazníků, svůj systém kvality. To platí i u organizací, které nemají žádné dokumentované postupy, jako je třeba kadeřnictví nebo pojízdná prodejna či stánek na koupališti. Složitost procesů v některých odvětvích lidské činnosti a vysoké nároky na spolehlivost výstupů vedly ke vzniku formalizovaných systémů kvality. Ty se často opírají o dokumentované postupy a využívají měření a zpětných vazeb. Stejně tak jako v ostatních oborech je možné využít a více modelů hodnocení kvality služeb (Seaton, Bennet, 1996).

Systémy kvality v sektoru TIC jsou navrhovány na základě modelu SERVQUAL, na jehož základě jsou zavedeny systémy v Německu a Švýcarsku. Jedná se o třístupňový model, který umožňuje poskytovatelům služeb efektivně využívat vlastní prostředky pro dosažení maximální spokojenosti zákazníků z daných vlastností jednotlivých služeb. Jedná se o metodu měření kvality služeb, která byla vyvinuta v 80. letech v USA a postupně revidována a vyvíjena. Jejím základním kamenem je tzv. paradigma rozporu mezi představami zákazníků a jednotlivými složkami poskytovaných služeb (tab. č. 9). Výzkum pomocí metody SERVQUAL je založen na tzv. GAP modelu, tzn. modelu mezer. Metodika tedy pracuje s mezerami mezi jednotlivými složkami procesu poskytování služeb, které zákazník vnímá (Parasuraman at al, 1985).

Tab. č. 9: Složky procesu poskytování služeb, Zdroj: vlastní zpracování dle (Parasuraman at al, 1985).

Hmatatelné aspekty (Tangibles)	Co zákazník vidí a s čím přichází do styku, např. propagační materiály, vybavení provozovny, oblečení zaměstnanců.
Spolehlivost (Reliability)	Správné poskytnutí služeb dle požadavku návštěvníka TIC.
Ochota (Responsiveness)	Ochota a rychlost poskytnutí informace.
Důvěryhodnost (Assurance)	Schopnost vzbudit důvěru a spokojenost.
Empatie (Empathy)	Pozornost a individuální přístup k zákazníkům.

Metoda měření kvality SERVQUAL je v praxi založena na principech snižování mezer mezi odhadem pracovníka na potřebu návštěvníka a očekáváním zákazníka na přístup ze strany TIC. Základní schéma systému hodnocení kvality je znázorněno na obrázku (obr. č. 3). Vzájemné vazby jsou popsány formou pěti mezer, které se vzájemně ovlivňují (Parasurama at al, 1985).



Obr. č. 3- **GAP model**, Zdroj: (Parasuraman at al, 1985).

Dalším z přístupů hodnocení kvality služeb v osmdesátých letech spojil technické a procesní složky byl Gummessonův model 4Q. Zahrnoval proměnnou očekávání a zkušenost včetně proměnné image a značky. Model nebyl vyvinut speciálně pro oblast turismu, přesto má význam pro řízení kvality služeb turismu, protože pracuje s vnímáním služby i firmy. Tento faktor je při hodnocení kvality služeb v oblasti cestovního ruchu podstatný. Model umožňuje hodnocení kvality v čase což je oproti tradičním modelům významný rozdíl (Williams, Buswell, 2003).

Veřejný sektor poskytuje prostřednictvím TIC specifické služby a tím je vymezena i jeho role v marketingovém řízení destinace. Služby TIC jsou vnímány jako souhrn služeb a celková kvalita je hodnocena na základě jednotlivých druhů poskytovaných služeb. Obvyklou motivací podniků zmenšovat rozdíly je obava z konkurence. Turistická informační centra se však v konkurenčním prostředí prakticky nepohybují, neboť zákazník nemá možnost žádného výběru. O to větší pozornost musí být věnována nastavení celého systému, a to jak ze strany vhodného

nástroje, podle kterého se kvalita bude posuzovat, v tomto případě standardů kvality, tak také měření, které bude poskytovat TIC zpětnou vazbu o tom, jak se to daří. Hodnocení kvality služeb v destinaci podléhá subjektivním vlivům i externím vlivům nekontrolovatelným. Kvalita destinace závisí na kvalitě jednotlivých komponent a osobní kontakt návštěvníka a poskytovatele služby představuje významný faktor, který neovlivňuje rozdíl v cenových kategoriích. Pozitivní přístup ke klientovi se přenáší do klientova hodnocení a snahou o stoprocentní uspokojení návštěvníka (Müller, 2004).

Národní systém kvality pro sektor turistických informačních center

V České republice poskytuje informační servis a služby spojené se zajištěním potřeb cestovního ruchu více než 600 informačních center. Informační centra jsou v ČR dle základního rozdělení na certifikovaná a necertifikovaná. Certifikovaná informační centra garantují dle stupně udělené certifikace nabídku služeb a informačního servisu účastníkům cestovního ruchu. Základním dokumentem, který definuje TIC je Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014 – 2020, kterou vydává Ministerstvo pro místní rozvoj. Rozvoj a certifikaci cestovního ruchu zajišťuje Agentura Czechtourism, která je příspěvkovou organizací MMR (MMR, 2013).

3.3.5. Jednotná klasifikace turistických informačních center v České republice

V roce 2012 bylo aplikováno v České republice několik certifikovaných činností turistických informačních center (TIC). Tyto certifikované činnosti se částečně v mnoha bodech shodovali, ale v popisu se v detailech odlišovali. Asociace turistických informačních center České republiky (A.T.I.C. ČR) ve spolupráci s Českou centrálou cestovního ruchu - CzechTourism za podpory Ministerstva pro místní rozvoj ČR (MMR) sestavily Jednotnou klasifikaci turistických informačních center České republiky jako systém definující komplexní problematiku turistických informačních center s vlastní certifikací. V Poděbradech dne 11.10. 2012 se CzechTourism a A.T.I.C. zavázaly podpisem Memoranda o spolupráci v oblasti certifikace TIC mezi agenturou CzechTourism a Asociací turistických informačních center České republiky (A.T.I.C., 2013).

Základem pro nový systém je standard činností a rozsahu služeb TIC definovaný v klasifikaci profesní organizace A.T.I.C. ČR, doplněný o požadavky agentury CzechTourism. Profesní organizace bude zajišťovat kontrolu TIC a navrhopat jejich zařazení do jedné ze tří klasifikačních tříd, agentura CzechTourism pak v rámci bonusového systému realizovat například Mystery shopping pro certifikovaná TIC, která projeví o tuto službu zájem. Jednotný certifikát bude mít platnost 2 roky a o jeho přidělení bude rozhodovat pětičlenná certifikační komise složená ze zástupců A.T.I.C. ČR, CzechTourism a dalších subjektů působících v oblasti cestovního ruchu. Uvedený systém bere v úvahu hlavní priority připravované normy ISO, která se bude týkat požadavků na činnost turistických informačních center na mezinárodní úrovni. Jednotný certifikát je dokladem o splnění základního standardu služeb TIC a současně podmínkou pro certifikaci v rámci Českého systému kvality služeb či klíčem k dotacím na podporu činnosti TIC v rámci jednotlivých krajů (obr. č. 4). Certifikované TIC bude viditelně označeno štítkem, který obsahuje informace o certifikaci dle JK TIC (obr. č. 5). Zavedením tohoto certifikačního systému se vytváří základní předpoklad pro trvalé zvyšování a udržování kvality poskytovaných služeb TIC v České republice. Vlastní zahájení certifikace, dle vytvořené metodiky je v ČR zahájeno 25.4. 2013 (A.T.I.C., 2013).



Obr. č. 4: Náhled na certifikát pro certifikované TIC, Zdroj: (A.T.I.C., 2013).



Obr. č. 5: Označení TIC certifikovaného dle JK TIC , Zdroj: (A.T.I.C., 2013).

Certifikace TIC je proces ověření definovaného rozsahu činnosti TIC vyjádřeného klasifikačním zařazením. Výsledkem procesu je udělení certifikátu (osvědčení), které dokládá, že příslušné TIC disponuje deklarovaným rozsahem služeb a činností, vč. technického zázemí k jejich poskytování. Klasifikace TIC je zařazena do tří skupin označených A, B, C, které určují rozsah nabízených a poskytovaných služeb. Jednotlivé třídy (tab. č. 10) zahrnují soubor požadavků deklarovaných činností a jejich služeb (A.T.I.C., 2013).

Tab. č. 10: Třídy klasifikace dle JK TIC, Zdroj: vlastní zpracování dle ((A.T.I.C., 2013)

Standart pro třídu C	<ul style="list-style-type: none"> - splňuje minimální standard služeb - otevřeno je sezónně nebo celoročně minimálně 5 dní v týdnu, min. 30 hodin týdně - poskytuje informace min. v 1 světovém jazyce
Standart pro třídu B	<ul style="list-style-type: none"> - splňuje minimální standard služeb - otevřeno je celoročně minimálně 5 dní v týdnu, min. 40 hodin týdně, v hlavní turistické sezóně je otevřeno minimálně 6 dní v týdnu, min. 45 hodin týdně - poskytuje informace alespoň ve 2 světových jazycích, přičemž jeden z nich může být na úrovni pasivní znalosti - umožňuje veřejnosti přístup na internet (zpoplatněný nebo bezplatný) - zprostředkovává průvodcovskou službu - pracovníci TIC mají minimálně středoškolské vzdělání - nejméně 1 pracovník TIC se alespoň 1 x ročně účastní vzdělávacího programu A.T.I.C. ČR, CzechTourism, nebo jiného vzdělávacího programu v oblasti cestovního ruchu. Účast na vzdělávání je prokazatelná podpisem účastníka v prezenční listině, získáním certifikátu, apod.
Standart pro třídu A	<ul style="list-style-type: none"> - splňuje minimální standard služeb

	<ul style="list-style-type: none"> - otevřeno je celoročně, 7 dní v týdnu s výjimkou 24. 12, 25. 12. a 1. 1., min. 60 hodin týdně - poskytuje informace alespoň ve 2 světových jazycích, vyžadována je aktivní znalost obou jazyků - výstup z vlastní elektronické databáze je zpřístupněn na internetu (web TIC nebo zřizovatele) - umožňuje veřejnosti přístup na internet (zpoplatněný nebo bezplatný), - zajišťuje průvodcovskou službu - disponuje nabídkou turistických produktů - zprostředkovává ubytovací služby (např. disponuje rezervačním systémem) - má zpracován interní systém pro řízení kvality poskytovaných služeb, který pravidelně vyhodnocuje - pracovníci TIC mají minimálně středoškolské vzdělání, nejméně 1 pracovník TIC má prokazatelné vzdělání nebo 5 let praxe v oblasti cestovního ruchu - nejméně 2 pracovníci TIC se alespoň 1 x ročně účastní vzdělávacího programu A.T.I.C. ČR, CzechTourism, nebo jiného vzdělávacího programu v oblasti cestovního ruchu. Účast na vzdělávání je prokazatelná podpisem účastníka v prezenční listině, získáním certifikátu, apod.
--	--

Vlastní proces certifikace TIC se řídí Metodikou pro certifikaci vydanou MMR ve spolupráci A.T.I.C. a agenturou CzechTourism. Metodika popisuje soubor činností a podmínek a pravidel certifikace TIC v ČR. Požadavky uvedené v tabulce č. 1 jsou nezbytným předpokladem získání členství v A.T.I.C. ČR a obdržení členského listu (A.T.I.C, 2013).

3.4.1 Základní charakteristika zájmového území České středohoří

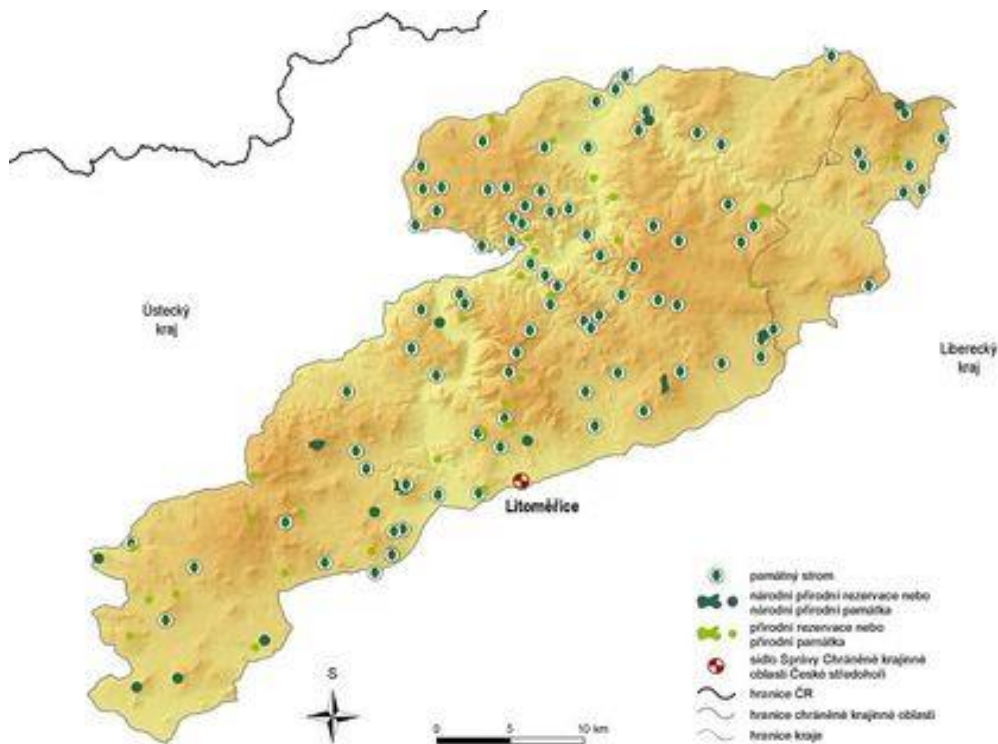
Chráněná krajinná oblast České středohoří se rozprostírá na severu Čech, po obou březích dolního toku české části Labe. Základní údaje jsou uvedeny v tabulce č. 11. Zaujímá téměř celou geomorfologickou jednotku stejnojmenného pohoří. Pro České středohoří typické kuželovité tvary kopců jsou výsledkem třetihorní vulkanické činnosti, která vytlačila vyvěřeliny většinou čedičového typu a znělce do tvaru kup a příkrovů (Barše R. O. et. al., 1955). Specifické přírodní podmínky (průměrné roční teploty 9-5 °C, průměrné roční úhrny srážek 470-800 mm, převážně zásaditá reakce půdy) jsou důvodem, proč je České středohoří jedna z nejbohatších oblastí na množství druhů rostlin a živočichů v České republice. Charakteristická jsou

teplomilná stepní společenstva a společenstva sutí a na ně vázaný výskyt několika desítek druhů, které jsou v rámci státu prohlášeny za kriticky nebo silně ohrožené.

Stáří sopečného komplexu Českého středohoří dle radiometrického měření se pohybuje okolo 45 – 9 miliony let, tedy v období od starších třetihor až po mladší třetihory (Kinský J. et. al., 2006). Neobyčejná druhová pestrost je vysvětlována změnami klimatu v období čtvrtohor, kdy lokalita Českého středohoří mohla sloužit jako vhodné prostředí pro některé rostlinné druhy, které ustupovali před ledovci (Kuncová J., 1970). Díky vhodným přírodním podmínkám bylo České středohoří velmi brzy osídleno a kultivováno člověkem. V lokalitě CHKO České středohoří se nachází 43 maloplošných chráněných území, z toho je 5 národních přírodních rezervací, 8 národních přírodních památek, 12 přírodních rezervací a 18 přírodních památek. Na obrázku č. 6 jsou znázorněna ZCHÚ na území Ústeckého kraje. Během staletí se tu vyvinula svérázná, harmonicky utvářená krajina, typického reliéfu, krajina ovocných sadů, protkaná množstvím drobných sídel s lidovou zástavbou a vznosnými historickými památkami (Správa CHKO České středohoří, 2013).

Tab. č. 11: Základní údaje – CHKO České středohoří, Zdroj: vlastní zpracování dle (AOPK, 2011)

Základní údaje CHKO České středohoří	- CHKO České středohoří bylo vyhlášeno v roce 1976 - rozloha je 1063 km ²
Maloplošná zvláště chráněná území v CHKO	- 5 národních přírodních rezervací - 8 národních přírodních památek - 12 přírodních rezervací - 18 přírodních památek
Jiné údaje	- v působnosti Správy CHKO České středohoří jsou národní přírodní rezervace Bořeň a národní přírodní památky Kleneč a Velký vrch.



Obr. č. 6: Zvláště chráněná území na území v Ústeckém kraji (2014), Zdroj: (Správa CHKO České středohoří, 2013)

Vymezení hranic CHKO České středohoří

Vymezení hranice CHKO České středohoří je podrobně provedeno v příloze ke zřizovacímu výnosu (č. 6883/76 ze dne 19. 3. 1976). Hranice jsou vedeny převážně po silnicích I. a II. třídy a po železniční trati, výjimečně po jiných zřetelných liniích v terénu. Tak, jak je území CHKO České středohoří vymezeno, zahrnuje rozhodující část geomorfologické jednotky České středohoří (rozloha geomorfologického celku je 1 265 km², z toho výměra CHKO je 1 063 km²), (AOPK ČR, 2011).

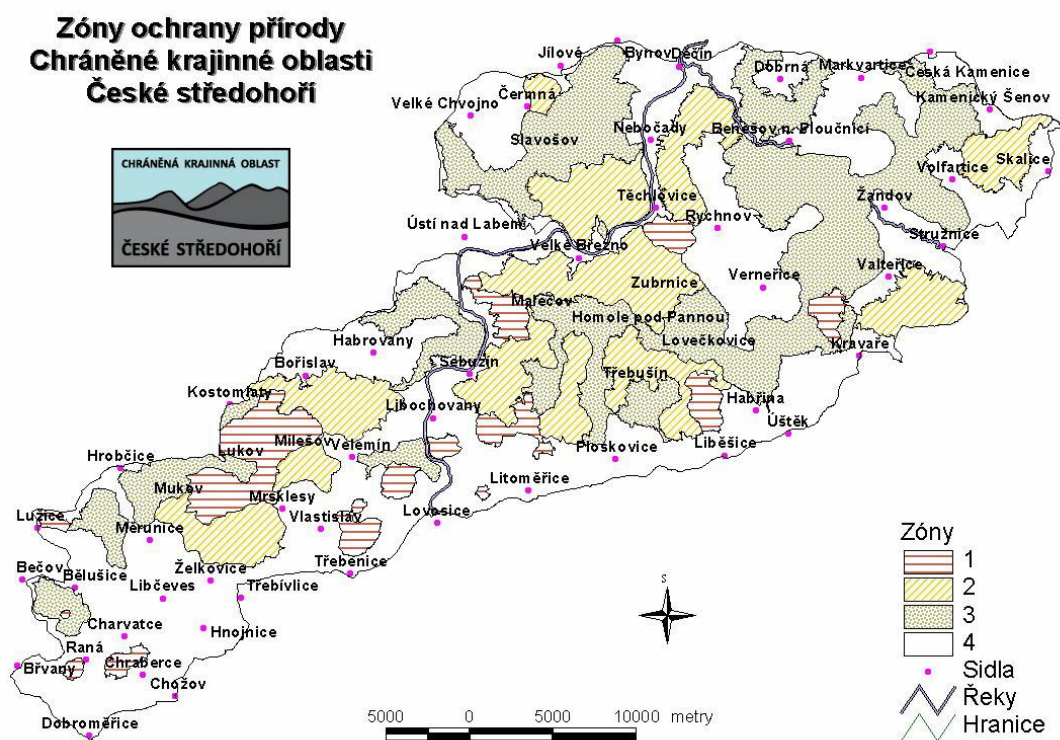
Zónace CHKO České středohoří

Chráněné krajinné oblasti jsou územně členěny do zón odstupňované ochrany přírody; na území CHKO se zpravidla vymezují čtyři takovéto zóny. Členění CHKO do zón vyplývá z potřeby zajistit ochranu přírody a krajiny diferenciovaným způsobem, neboť celé území CHKO není z hlediska zastoupení předmětu ochrany kvalitativně homogenní a možnost negativního ovlivnění různých částí území je taktéž rozdílná. V jednotlivých zónách tak platí v různé míře základní a bližší ochranné podmínky chráněné krajinné oblasti. Nepřísnější ochrana je přiřazena I.

zóně CHKO, čtvrtá zóna je chráněna nejméně. Procentuální zastoupení jednotlivých zón ochrany je uvedeno v tabulce č. 12. Grafické znázornění je přehledně uvedeno na obr. č. 7 (Správa CHKO České středohoří, 2014).

Tab. č. 12: Zastoupení zón v procentech z výměry CHKO České středohoří
Zdroj: vlastní zpracování dle (Správa CHKO České středohoří, 2014).

Zastoupení zón	I.	76,2 km ²	7,2 %
	II.	220,4 km ²	20,7 %
	III.	272,6 km ²	25,7 %
	IV.	494,0 km ²	46,4 %



Obr. č. 7: Zóny ochrany přírody CHKO České středohoří, Zdroj: (Správa CHKO České středohoří, 2014).

3.4.3 Cestovní ruch v CHKO České středohoří

Pěší turistika

České středohoří a Podřipsko je vhodnou oblastí zejména pro pěší turistiku. Turisticky nejvýznamnější částí Českého středohoří je Ústecko, Lovosicko a severní Litoměřicko. Další oblastí s potenciálem, který však není dostatečně využit, je pak

Podřipsko, které nepatří přímo do regionu CHKO České středohoří, ale je jedním z významných bodů v těsné blízkosti. Značené turistické trasy jsou koncentrovány zejména na severu regionu a to v oblasti Porta Bohemica, Varhoště, Milešovky a Opárenského údolí. Ty doplňuje několik naučných stezek např. NS Luční potok u Zubrníc, NS Pod Vysokým Ostrým u Ústí n. L., NS Borečský vrch a NS Lovoš (Vystoupil, Šauer, 2011). Další lokalitou úzce související s regionem, je okolí města Ústěk, které patří k vyhledávaným atraktivitám (tab. č. 13), kterými jsou (SPF Group, 2009):

- Milešovka (837 m. n. m)
- Lovoš (570 m. n. m.)
- Boreč
- Bořeň u Bíliny
- Porta Bohemica
- Říp (459 m. n. m.)

Tab. č. 13: Nejvýznamnější přírodní atraktivity regionu CHKO České středohoří, Zdroj: vlastní zpracování dle (SPF Group, 2009)

Milešovka	- nejvyšší hora Českého středohoří s rozhlednou a meteorologickou observatoří (837 m. n. m.)
Lovoš	- národní přírodní rezervace, hora u Lovosic s restaurací (570 m. n. m.), stezka na vrchol je vedena přes Opárenské údolí z Lovosic
Boreč	- národní přírodní památka, znělcový vrch, na němž v zimě dochází k tzv. mikroexhalaci, čili vyvěrání teplého a vlhkého vzduchu z četných puklin na vrcholu i svazích. Vyvěrání je doprovázeno sloupy páry, takže to na první pohled vypadá, že kopec "kouří"
Bořeň u Bíliny	- znělcový masiv, státní přírodní rezervace, cíl turistů a horolezců
Porta Bohemica	- úzké labské údolí mezi Litochovicemi a Malými Žernoseky s několika vyhlídkovými místy.
Říp	- je na Podřipsku místem s nejvyšší atraktivitou hora Říp (459 m. n. m.), na níž vedou turistické stezky z Vražkova, Ctíněvsi a Krabčic (Roudnice nad Labem)

Cykloturistika

Pátevní síť cyklotras tvoří Labská stezka (trasa 2 - v severojižním směru) a trasa 25 Chemnitz - Most - Doksy (v západovýchodním směru). Labská stezka ještě není vybudována po celé své délce, zprovozněny jsou úseky Velké Březno - Církvice a Žalhostice - Třeboutice, výstavba zbylých úseků je přípravě a částečné realizaci. K významnějším trasám patří postupně budovaná Pooherská trasa z Litoměřic přes Terezín do Loun a dále až do Chebu. Z Litoměřic jsou vypravovány pravidelně cyklobusy ve směru na Lovečkovice, Varhošť a Oparno. V následujících sezónách bude zahájen také provoz cyklobusu z Ústí nad Labem do Malečova a na Dubičky (SPF Group, 2009).

Poznávací turistika

Z hlediska kulturních, technických a historických památek je region Českého středohoří bohatý. Nacházejí se zde atraktivity jak z dob středověku, tak i z novověkých dějin, především pak z období 2. světové války, které jsou vyhledávanými cílem návštěvníků regionu. Nejvýznamnější atraktivity, které patří k vyhledávaným cílům poznávacích návštěv regionu, jsou uvedeny v tabulce č. 14. (SPF Group, 2009).

Tab. č. 14: Nejvyhledávanější cíle regionu českého středohoří, Zdroj: vlastní zpracování dle (SPF Group, 2009)

Ústí nad Labem	Nejvýznamnější atraktivitou města z hlediska návštěvnosti je ZOO v Krásném Březně, zřícenina hradu Střekov, zámeček Větruše, technickou památkou jsou Masarykova zdymadla pod hradem Střekov, naučné stezky vedoucí údolím Labe
Terezín	Městská památková rezervace, unikát pevnostního stavitelství z 18. století, Památník Malá pevnost, Muzeum ghetta, Židovský hřbitov s krematoriem a Národní hřbitov.
Litoměřice	Městská památková rezervace, s množstvím historických památek např. královský hrad, jezuitská hvězdárna, městské hradby, kostel Sv. Jakuba s klášteřem, kostel Sv. Ludmily s klášteřem, historické sklepy Mírového náměstí atd. Na okraji města se nachází bývalá podzemní továrna Richard.
Ploskovice	Státní zámek z 18. století nedaleko od Litoměřic, prohlídky historických interiérů i exteriérů, v areálu se nachází také umělá barokní jeskyně grotta.

Doksany	Unikátní klášter sester premonstrátek, patří se svou kryptou k nejvýznamnějším románským památkám v Čechách.
Zubrnice	Skansen a železniční muzeum.
Házmburk	Zřícenina hradu postaveného ve 13. století, dominanta krajiny
Roudnice n. L	Městská památková zóna, bývalé sídlo pražských arcibiskupů s Chrámem Narození Panny Marie, augustiniánským klášterem, řadou kostelů a kaplí a přístupnou věží Hláska, Podřipské muzeum, galerie moderního umění v zámecké jízdárně, rodný dům J. Hory.
Ústěk	Městská památková rezervace postavena na skalním ostrohu. Unikátní jsou tzv. Ptačí domky, které jsou postavené na hraně srázu. Dřevěné pavlače těchto domků trčí vysoko nad příkrý sráz skalní stěny a stejně jako sklepy jsou zahloubeny do skály. V zázemí města se nachází rekreační rybník Chmelař, na východ od města hrad Helfenburk.

4. Metodika

K dosažení cílů diplomové práce bylo vybráno v regionu Českého středohoří a jeho přilehlého okolí 5 turistických informačních center (tab. č. 15). Výběr turistických informačních center bylo provedeno na základě geografické polohy jednotlivých TIC a to tak, aby byla pokryta zájmová oblast v co největším rozsahu. Dalším kritériem výběru, bylo případné zařazení do skupiny certifikovaných TIC, aby bylo možné v rámci terénního šetření objektivně posoudit naplňování kvality služeb dle pravidel certifikace.

Tab. č. 15 - Seznam vybraných TIC v lokalitě Českého středohoří

Certifikace	Název TIC	Umístění
ATIC+CzT	Centrum cestovního ruchu Litoměřice	Litoměřice
CzT	Městské informační středisko	Terezín
ATIC+CzT	Informační centrum	Lovosice
CzT	Informační středisko	Roudnice nad Labem
ATIC+CzT	Informační středisko	Ústí nad Labem

Výběru konkrétních TIC předcházela návštěva 8 TIC, dle vlastního uvážení na základě těchto návštěv byly TIC vybrány. Cílem návštěv bylo zahrnout do průzkumu TIC certifikovaných dle A.T.I.C. a necertifikovaných. Dále dle jejich konkrétní polohy z pohledu druhu turistických atraktivit, které spadají do jejich regionů.

Po získání potřebných dat proběhla konzultace s pracovníky CHKO České středohoří, zaměřená na spolupráci s TIC zaměřenou na téma ochrany životního prostředí. Dále vztahy k propagaci projektů zaměřených na ochranu přírody.

K získání dat potřebných pro vlastní šetření byl sestaven dotazník. Příprava dotazníku probíhala ve spolupráci se sociologickou laboratoří Provozně ekonomické fakulty České zemědělské univerzity v Praze. Cílem konzultací s pracovníky sociologické laboratoře bylo nastavení otázek pro návštěvníky do srozumitelné podoby a následným logickým vazbám jednotlivých otázek.

Dotazníkové šetření návštěvníků TIC bylo realizováno v průběhu roku 2013 a 2014 a to v období 8/2013 – 2/2014 a následně 6/2014 - 9/2014 s cílem částečně

pokryt období letní turistické sezóny a zároveň i zimního období. Šetření probíhalo metodou osobního dotazování (Face to Face) v blízkosti vybraných TIC. Touto metodou bylo získáno 173 vyplněných dotazníků. Současně byly umístěny dotazníky do vybraných TIC a ve spolupráci s pracovníky TIC získány vyplněné přímo ve vybraných zařízení v počtu 81. Sběr dat probíhal v různém časovém rozmezí ve všedních dnech i během víkendových dnů.

Dotazník (Příloha č. 1) zahrnoval dva základní okruhy otázek. První okruh otázek byl zaměřen na informace o cílových skupinách z pohledu věkové skupiny, bydliště, způsobu dopravy, cíle návštěvy a způsobu pohybu po Českém středohoří. Druhý okruh byl zaměřen na dostupnost TIC, nabídku a kvalitu poskytovaných služeb identifikovat klíčové faktory potřebné pro hodnocení umožňující následné hodnocení kvality služeb vybraných TIC.

Výsledky šetření včetně podkladů získaných vlastním šetřením přímo ve vybraných TIC bylo statisticky vyhodnoceno pomocí funkcí programu excel v grafické podobě a komentářem k výsledkům. V první fázi byla vyhodnocena data zaměřená přímo na respondenty, další oblast vyhodnocení byla zaměřena na požadavky respondentů získané prostřednictvím návštěvy TIC. Dotazy jsou zaměřeny na případné požadavky na konkrétní služby již poskytované prostřednictvím TIC a na služby, které by návštěvníci ještě vyžadovali nad rámec stávající nabídky. Vlastní dotazy směřovali na základní problematiku přínosu certifikace pro kvalitu služeb TIC a na možnosti zapojení TIC do realizace projektů v oblasti cestovního ruchu. Informace získané v rámci metodického postupu byly diskutovány s pracovníky vybraných TIC dle jednotlivých hodnocených kritérií.

Další část vlastního šetření zahrnovalo průzkum realizovaný formou dotazníkového šetření ve vybraných TIC (Ústí nad Labem, Terezín, Lovosice, Litoměřice, Louny, Roudnice nad Labem). V rámci dotazníkového šetření bylo realizováno vlastní šetření aktuálního stavu vybraných TIC a získaná data byla využita k celkovému hodnocení TIC. Šetření probíhalo formou návštěvy konkrétních vybraných TIC. Zaměřeno bylo na označení TIC, pohledově hodnocen exteriér a interiér. Následně probíhala diskuse s pracovníky dle dotazů formulovaných v připraveném čeklistu (Příloha č. 2). Bylo realizováno 7 diskusí s pracovníky dle předem připraveného okruhu dotazů. Diskuse probíhali v TIC Ústí nad Labem, Roudnici nad Labem, Terezíně, Lovosicích, Litoměřicích.

Na základě stanovených cílů je koncipována výzkumná část. Předmětem průzkumu budou TIC a jejich význam v regionálním rozvoji a v ochraně životního prostředí. Výzkumné šetření bude zahrnovat sběr a vyhodnocení dat, která budou získána pomocí kvantitativní metody – dotazováním. Jde o nejnámější metodu, kdy odpovědi na naše otázky získáváme přímo od respondentů. Lze se tak dozvědět o jejich znalostech, názorech, preferencích, spokojenosti atd. (Kozel at al., 2006). Obecně mezi výhody dotazníkového šetření patří především nízká časová i finanční náročnost. V případě elektronického dotazování lze k výhodám zařadit také nestrannost (nemožnost ovlivnit respondenta) a adresnost, neboť konkrétní webové stránky si většinou prohlíží uživatelé, které problematika právě těchto stránek zajímá (Kozel at al., 2006). Za nevýhodu dotazníkového šetření bývá obecně považováno riziko neodborného sestavení dotazníku a nemožnost hlouběji zjistit osobnostní charakteristiky respondentů oproti výzkumu kvalitativnímu (Chrástka, 2007). V rámci interpretace výsledků budou vybrané údaje porovnány s šetřením v regionu Jizerských hor, Krušných hor.

Vlastní šetření bylo zaměřeno na pět základních skupin (tab. č. 16) , které byly dále rozděleny do podrobnějších skupin dotazů (tab. č.17).

Tab. č. 16: Základní rozdělení skupin dotazů, Zdroj: vlastní zpracování

Zhodnocení exteriéru TIC	- čistota okolí TIC, dostupnost, označení „I“
Interiér a vybavenost TIC	- čistota, dostatek propagačních předmětů o lokalitě, možnost zakoupení suvenýrů
První dojem návštěvníka	- pocit přátelského prostředí
Pracovník TIC	- způsob komunikace, relevantnost odpovědí na základě dotazu, zdvořilost, přátelskost, vstřícnost
Subjektivní dojem	- celkové hodnocení TIC, doporučení k návštěvě

Tab. č. 17: Doplnující dotazy na vybraná TIC, Zdroj: vlastní zpracování

- zřizovatel, financování, možnosti TIC zapojování do realizace vlastních projektů, kompetence v oblasti CR

- naplňování cílů strategických koncepcí na všech úrovních (stát, kraj, město, obec) - sdílení informací v rámci sítě TIC v regionu – realizované projekty, akce v regionu, veletrhy CR
- statistiky návštěvnosti – období 2013 – 2014
- zapojování do akcí v rámci ochrany přírody – aktivní spolupráce se správou CHKO
- poskytování služeb v rámci státní správy - Czechpoint

Informace získané v rámci vlastního šetření byly zpracovány v tabulkovém přehledu současně se statistikou návštěvnosti jednotlivých TIC za období 2013 – 2014. Podklady potřebné ke zpracování tabulkového přehledu byly poskytnuty na základě žádosti v rámci diskusí, které probíhali v jednotlivých vybraných TIC. Získané podklady byly využity k vyhodnocení poskytování kvality služeb v porovnání s pravidly certifikace. Dále ke zhodnocení přínosu pro rozvoj cestovního ruchu ve vybrané lokalitě.

Na závěr budou na základě získaných podnětů shrnující výsledky šetření vyvozena doporučení pro praxi. Diskuse zaměřené na potřeby TIC z pohledu jejich pracovníků a potenciálu TIC v rámci rozvoje udržitelného cestovního ruchu. Proběhla diskuse se zástupcem správy CHKO České středohoří zaměřená na spolupráci v rámci propagace ochrany přírody v regionu Českého středohoří.

5. Výsledky

5.1 Výběr TIC v regionu

Lokalita Českého středohoří patří z pohledu rozlohy mezi největší velkoplošně chráněné lokality v ČR a nabízí návštěvníkům regionu široké spektrum atraktivit. TIC vybraná pro potřeby vlastního šetření jsou z pohledu polohy v regionu, aby výběr zahrnoval co nejširší plochu Českého středohoří. Záměrně bylo do výběru zařazeno TIC v Roudnici nad Labem, které leží v těsné blízkosti Českého středohoří a zároveň má v regionu horu Říp, která je pro tuto lokalitu charakteristickým prvkem a spadá do správy CHKO České středohoří.

5.2 Dotazníkové šetření

Cílovou skupinou byli návštěvníci TIC, celkem bylo získáno celkem 254 vyplněných dotazníků.

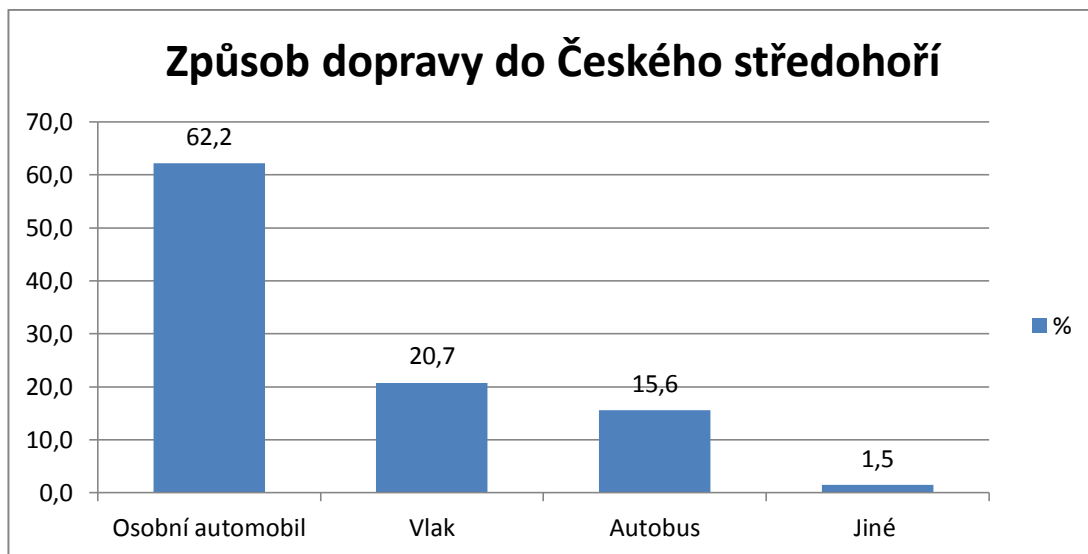
Dotazníkové šetření proběhlo v období 8/2013 – 12/2013 a následně 6/2014 - 9/2014 s cílem zajistit relevantní objem dat pro vyhodnocení. Celkově bylo získáno 254 vyplněných dotazníků.

Průměrný věk respondentů činil 40 let, kdy převažovala skupina ve věkovém rozmezí 30 – 40 let tedy celkem 50% dotazovaných respondentů. Mezi návštěvníky TIC patří skupina 20 – 29 let a 50 – 59 let, zahrnující celkem 32%. Malé procento návštěvníků v porovnání se získanými informacemi tvoří věková skupina do 19 let.

Výrazný rozdíl byl z pohledu bydliště dotazovaných návštěvníků, kde se projevila potřeba cestování za přírodními zajímavostmi. Z dotazovaných uvedlo 76% bydliště ve městě.

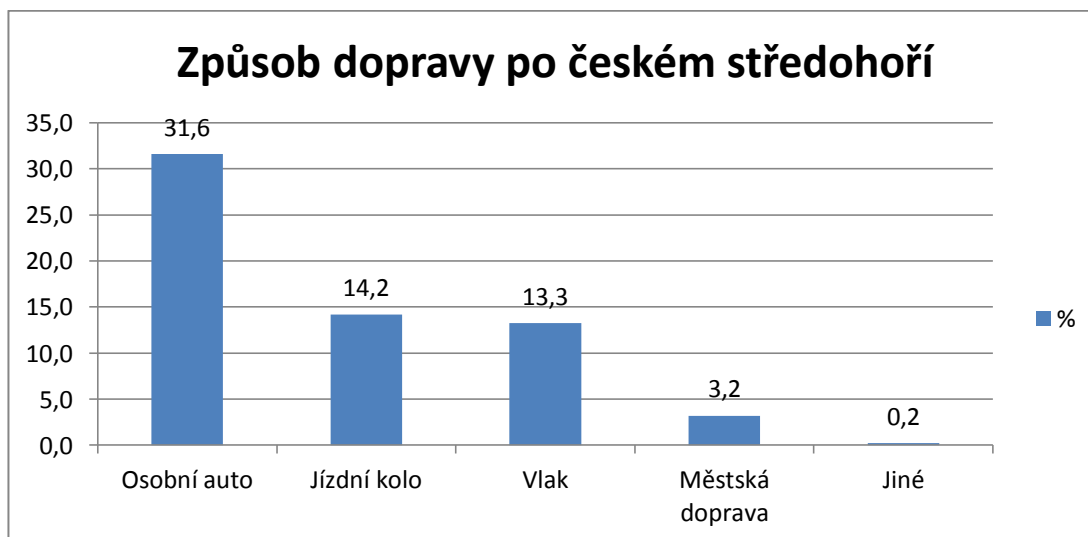
Zastoupení regionů dle krajů bylo v rámci ČR nejvýraznější z Ústeckého kraje, který zahrnoval 48% respondentů. Druhou největší skupinou byl Středočeský kraj třetinovým podílem respondentů. Z výsledků šetření lze předpokládat, že výrazné zastoupení návštěvníků je TIC nejen v rámci poskytování turistických informací, ale zároveň poskytováním informací obecných v rámci nabízených služeb. Některé TIC regionu poskytují služby veřejné správy, jako jsou například CzechPoint.

K dalším aspektům dotazovaných v rámci šetření byl způsob dopravy do Českého středohoří a s ním souvisejícím dotazem o následném pohybu po lokalitě. Osobním automobilem se do lokality dopravilo 61% dotázaných, 21% využilo služeb Českých drah a 15% autobusové dopravy, kvantifikace je uvedena v grafu (obr. č. 8).



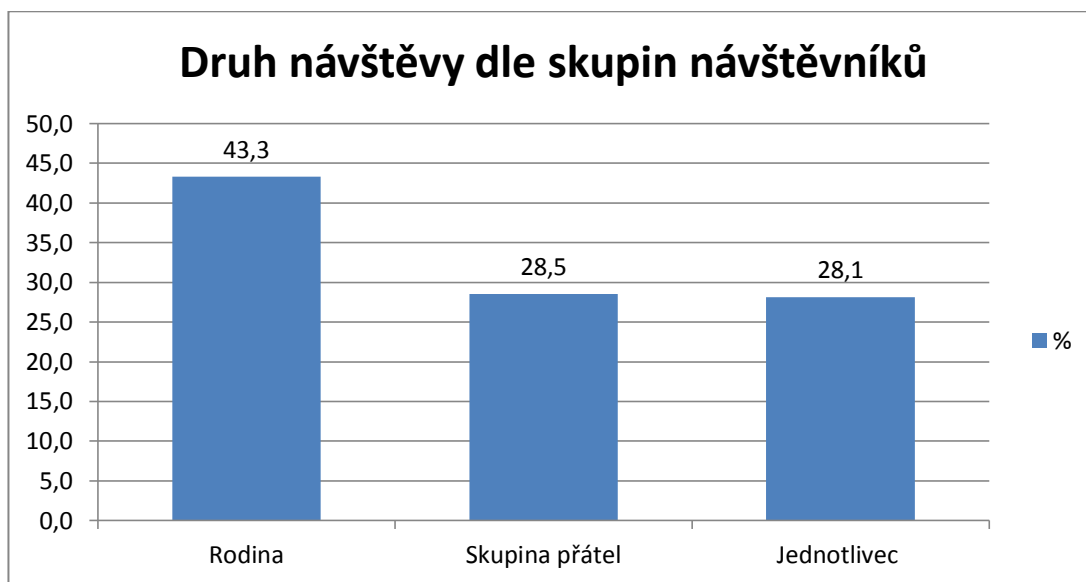
Obr. č. 8: Způsob dopravy do Českého středohoří – kvantifikace dle skupin

Současně lze porovnávat následný pohyb návštěvníků po zájmové lokalitě Českého středohoří, kdy není zcela jednoznačné rozdělení podle druhu dopravy do lokality a následně způsobu pohybu. Z průzkumu vyplývá, že 47% návštěvníků se dopraví do lokality osobním automobilem, ale pokračuje dále pěšky, případně na kole. Záleží na výběru atraktivit v regionu a možnosti pohybu po ní. Kvantifikace jednotlivých kategorií pohybu je uvedena grafu (obr. č. 9).



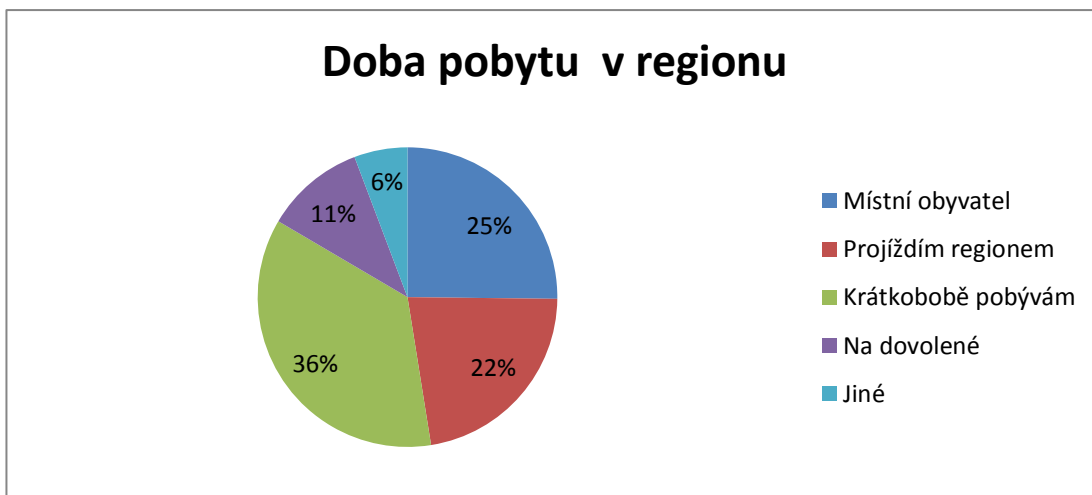
Obr. č. 9 – Kvantifikace způsobu pohybu návštěvníků po zájmovém území

Dalším parametrem sledovaným v dotazníkovém šetření bylo rozlišení návštěvníků dle počtu osob. Zda se jednalo o rodinu, jednotlivce nebo skupinu přátel. Z dotazníkového šetření lze definovat návštěvnost, dle těchto skupin. Z pohledu těchto kritérií je dle zjištění převažuje rodina v poměru 43% dotázaných, dále mezi skupinou jednotlivců a skupin přátel je rozdíl 0,4% (obr. č. 10).



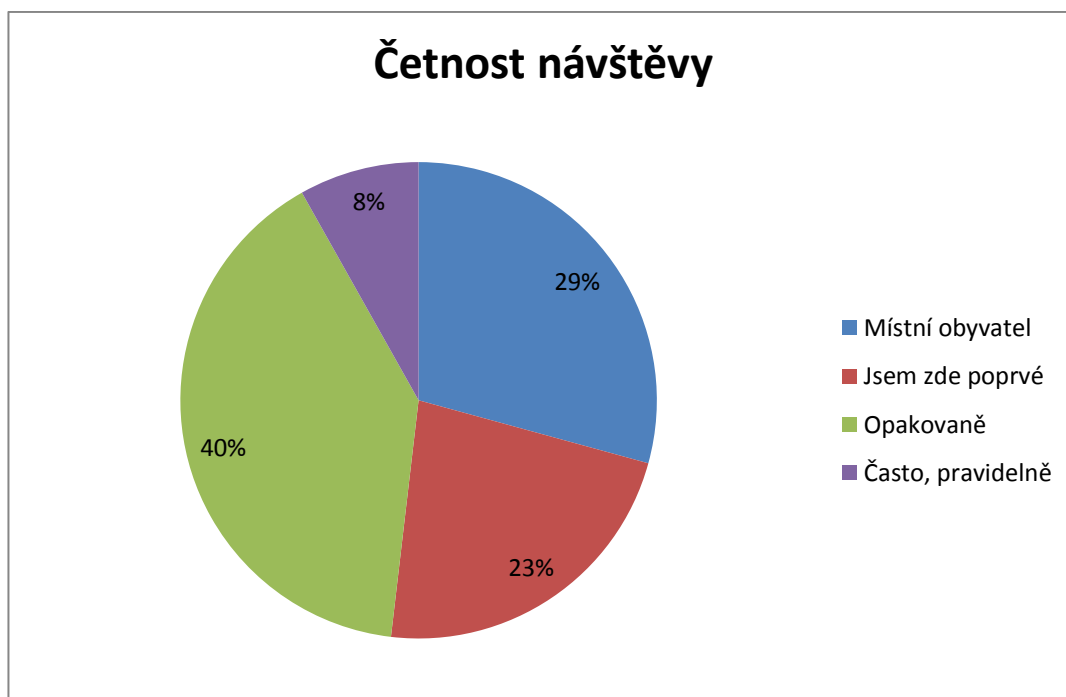
Obr. č. 10: Kvantifikace jednotlivých kategorií druhů návštěvy lokality

Z pohledu délky pobytu bylo zjištěno dle získaných z šetření, že 58% respondentů navštívilo lokalitu Českého středohoří a okolí opakovaně, 38% patřilo ke skupině místních obyvatel, 31% dotázaných zde bylo poprvé a 12% pouze projíždělo regionem. Dle výsledků lze předpokládat, že víc jak polovina dotázaných opakovaně navštěvuje vybranou lokalitu a zároveň konstatovat zájem nových návštěvníků, kteří patří k 1/3 respondentů (obr. č. 11).



Obr. č. 11: Doba pobytu v regionu

Dalším dotazem v rámci šetření bylo zjistit od návštěvníků četnost návštěv. Mezi místními obyvateli a návštěvníky, kteří navštívili region byl rozdíl 11%, 8% uvedlo, že region navštěvuje pravidelně a 23% navštívilo region poprvé (obr. č. 12).



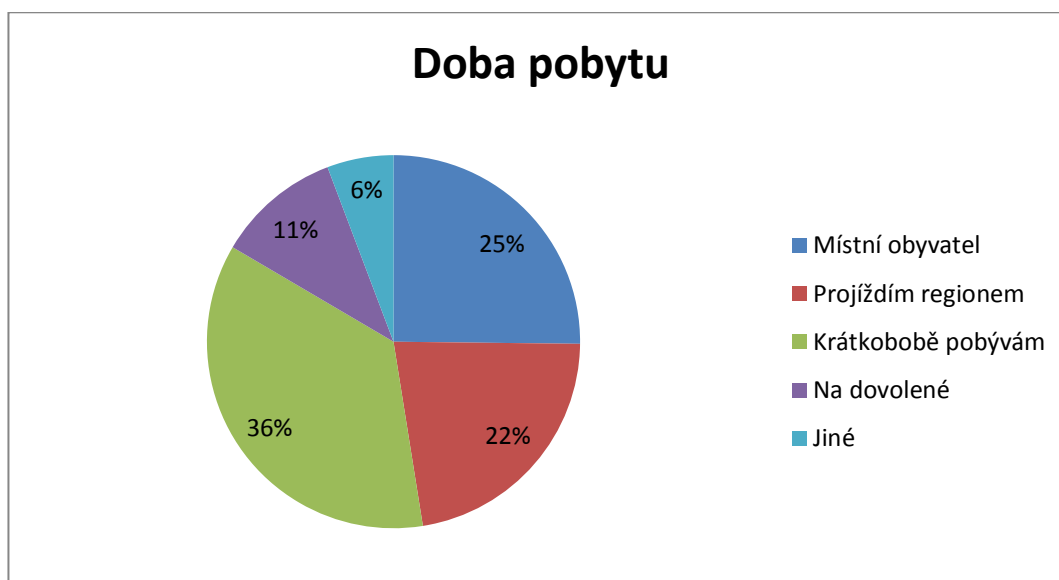
Obr. č. 12: Kvantifikace četnosti návštěv

Z informací získaných z první skupiny dotazů šetření, lze konstatovat, že průměrný věk návštěvníků TIC v českém středohoří je 40 let, více jak 2/3 pochází z měst. Převažuje návštěvnost obyvatel Ústeckého kraje a to z 48% dotázaných a

27% kraje Středočeského. Ostatní kraje jsou zastoupení krajů, je z pohledu získaných informací marginální na úrovni průměrně 5 %. Celkové zastoupení krajů je v počtu 6 ze 14 krajů ČR.

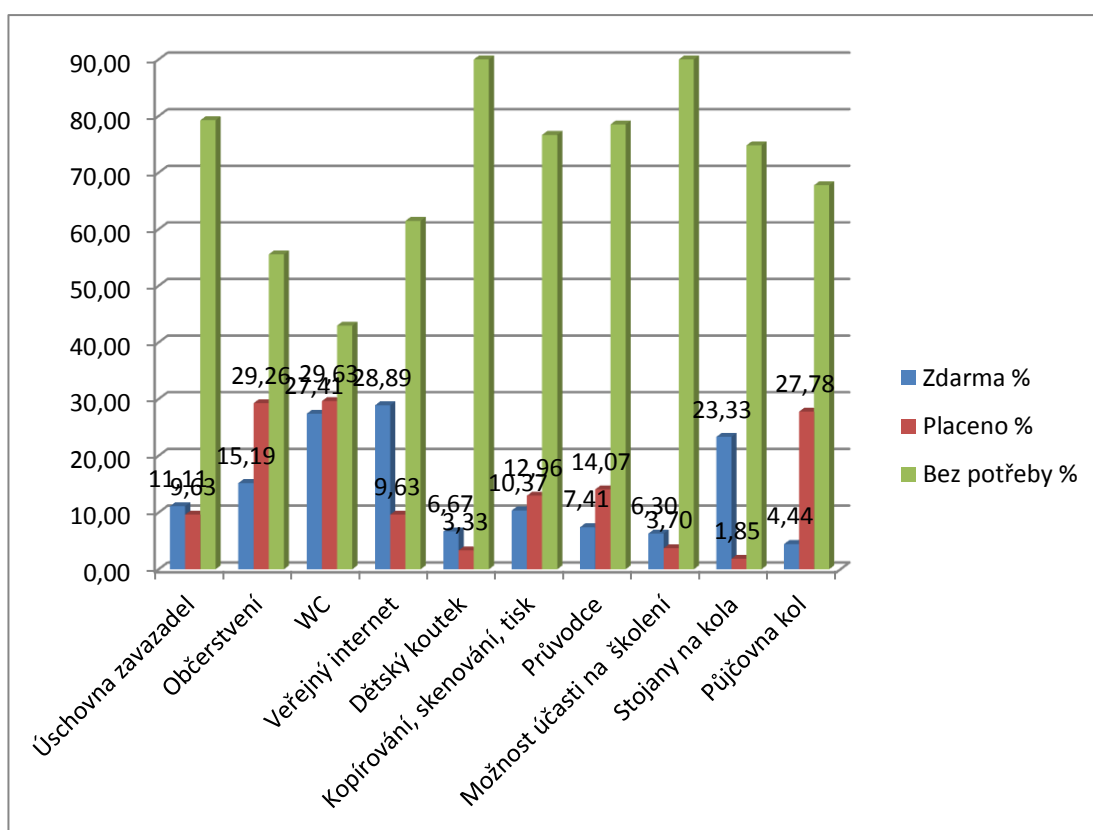
Návštěvníci se dle výsledků šetření dopravují do regionů Českého středohoří v 85 % osobním automobilem a zastoupení veřejných dopravních prostředků je na úrovni 21% vlaková doprava a 15% autobusová doprava. Lze předpokládat, že důvodem dopravy osobním automobilem je nedostatečná intenzita veřejné dopravy, případně náročný a členitý terén Českého středohoří. Podmínky cyklistické dopravy jsou v lokalitě Českého středohoří náročné a dochází ke kombinaci automobilové dopravy a cyklistické, případně pěší.

Z pohledu délky pobytu lze návštěvníky, rozdělit na 5 základních skupin (obr. č. 13). Z šetření vyplývá, že největší skupinou jsou krátkodobě pobývající návštěvníci představující 36% z dotázaných návštěvníků. Další výraznou skupinou jsou místní obyvatelé zahrnující 25% a projíždějící návštěvníci představují 22% respondentů. Návštěvníků pobývajícím za účelem dovolené a návštěvy turistických atraktivit je 11% respondentů. Skupina „jiné“ zahrnuje návštěvníky v rámci služebních a pracovních cest využívající služeb TIC.



Obr. č. 13: Kvantifikace návštěvníků dle doby pobytu ve vybrané lokalitě

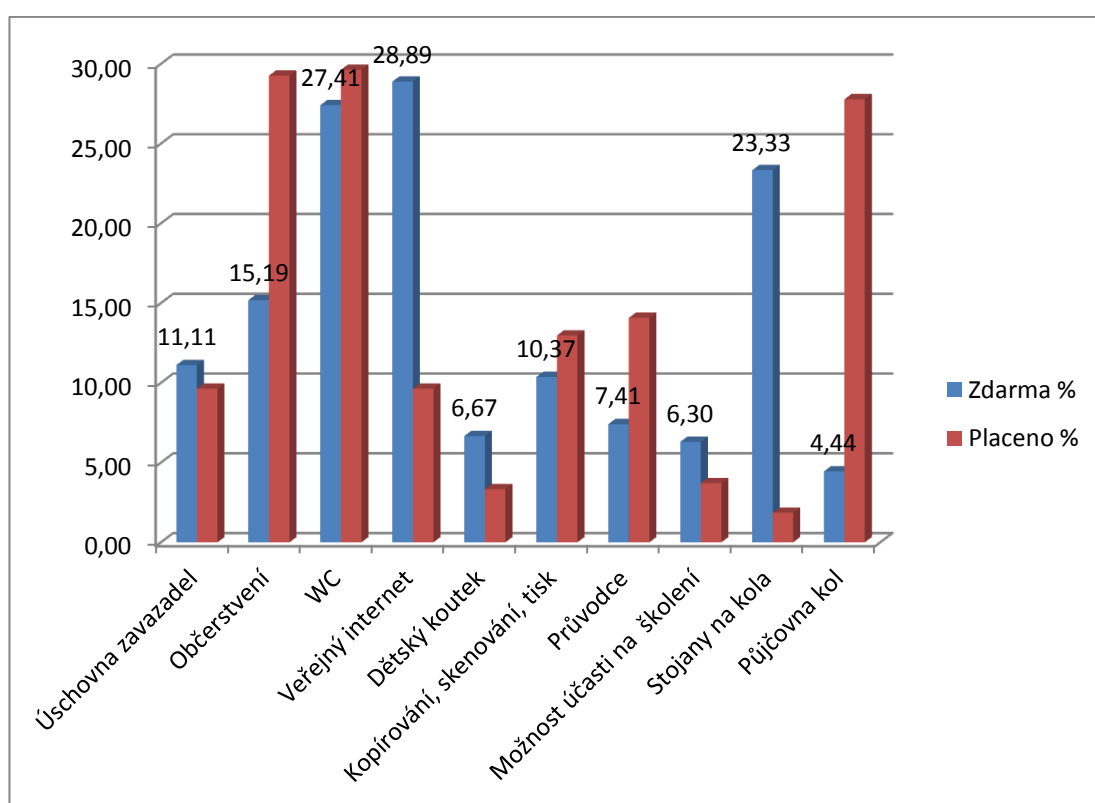
Součástí dotazníku byl soubor dotazů zaměřených na vybrané atributy potřeb, které by návštěvníci uvítali v TIC. Dotazy jsou rozděleny na způsob poskytování z pohledu placených a neplacených služeb (obr. č. 14). Bylo vybráno 10 atributů, které jsou hodnoceny v rámci dotazníkového šetření. Vyhodnocením bylo zjištěno, že celkově největší zájem je o internet, který by využilo 29% dotazovaných a to zdarma. Zaplatit za přístup na internet je ochotno 9,6% návštěvníků. Další nejvíce požadovanou službou je možnost využít WC, které zdarma požadovalo 27,5% a 30% by bylo ochotno za tuto službu zaplatit. V celkové bilanci se objevuje i část, které nemá žádnou potřebu o vybrané služby.



Obr. č. 14: Vybrané služby z pohledu požadavku návštěvníků TIC

Z procentuálního vyjádření lze vyjmout konkrétní druhy služeb, které z pohledu ochoty zaplatit jsou v nízkém procentu, ale v součtu obou možností to již zanedbatelné není. Konkrétně lze porovnat třeba dvě související služby. V případě využití stojanů na kola by je většina (23,3 %) využila zdarma a nejsou ochotni za ně platit. Na druhou stranu v případě půjčení jízdního kola je ochotno zaplatit 27,8% návštěvníků a v součtu by službu využilo 32,2 % návštěvníků. Dále z odpovědí

v rámci dotazníkového šetření vyplývá, že platit za úschovnu zavazadel není ochotno 11,1% návštěvníků a mohlo by se zdát, že by z těchto důvodů nemusel být zájem o tuto službu. V součtu obou možností vychází celkový zájem o tuto službu 21%, což není z pohledu počtu dotazovaných zanedbatelné procento. Obrázek č. 15 zobrazuje procentuální vyjádření vybraných služeb z pohledu možnosti placené a neplacené. Největší zájem je v součtu o využití WC, internet a občerstvení. Zájem byl i v malém rozsahu o využití dětského koutku, který nepatří mezi standartní služby, ale jeho potřeba je odůvodnitelná a výsledkem šetření je v součtu obou variant 10%. Z tohoto pohledu lze postupně porovnávat jednotlivé služby a je možné dojít k závěru, že by bylo možné z výsledků šetření zvážit zařazení některých služeb do nabídky.



Obr. č. 15: Vybrané služby z pohledu potřeb návštěvníků

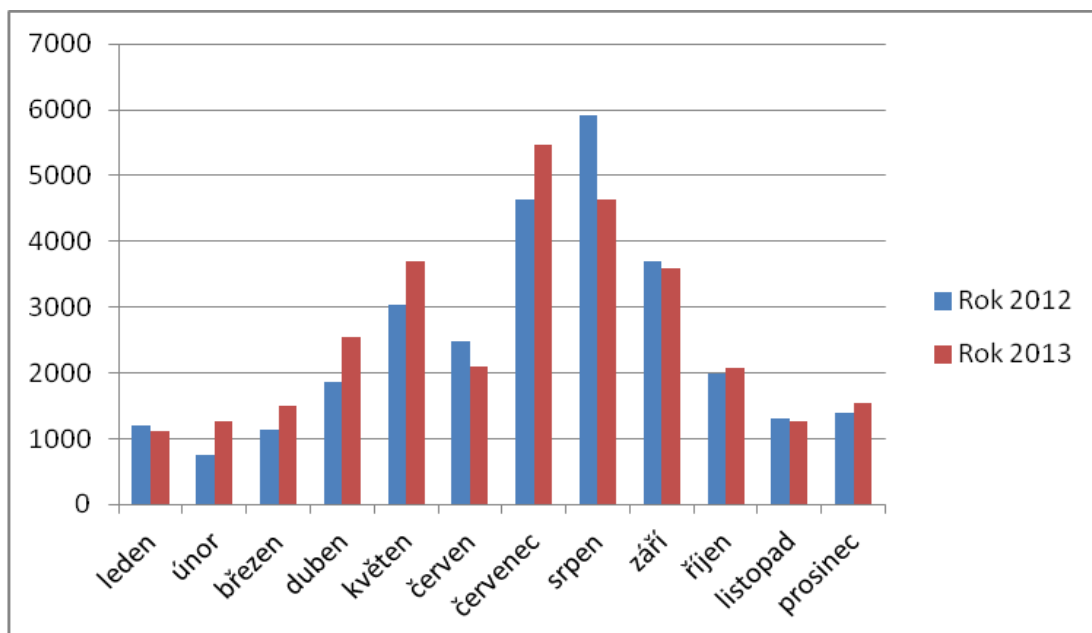
5.3 Subjektivní hodnocení vybraných TIC

V rámci vlastního šetření a diskusemi s pracovníky vybraných TIC vyplývá několik zásadních zjištění, které jasně vymezují podstatu a význam TIC v jednotlivých regionech v oblasti Českého středohoří.

TIC – Litoměřice

Informační centrum patří do kategorie certifikovaných TIC v regionu a nachází se v centru města Litoměřice. Označení TIC je v souladu s podmínkami dosažené úrovně certifikace. V tomto případě dle A. T. I. C je dosažená úroveň B. Litoměřice patří k městům Ústeckého kraje, který se podílí na rozvoji cestovního ruchu ve spolupráci s Centrem cestovního ruchu a Destinační agenturou. TIC bylo v době návštěvy správně označené, exteriér čistý. Před vstupem byli stojany na jízdní kola s informací o možnosti zapůjčení. Interiér byl čistý, přehledně uspořádaný a velmi dobře vybavený letáky a propagačními předměty. Obsluha byla vstřícná a ochotná pomoci s odpovědí na dotazy. Vybavenost TIC odpovídala standartu dle podmínek certifikace. K dispozici jsem měl statistiky návštěvnosti za období 2012 a 2013, které mi pracovníci TIC ochotně poskytli.

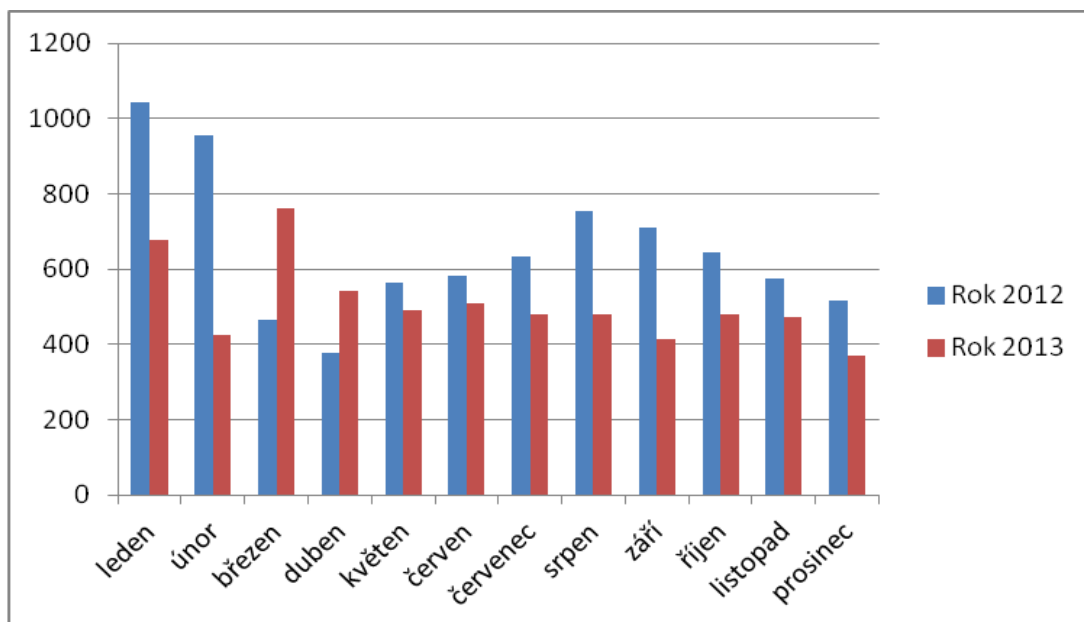
Ze statistik TIC Litoměřice vyplývá, že je v roce 2013 nepatrný nárůst a to celkem o 4,4 % oproti předchozímu roku (obr. č. 16). Poměr zahraničních a turistických návštěvníků, je ve stejném poměru jako v předchozím období. Jedním z důvodů nárůstu návštěvnosti může být skutečnost, že v roce 2012 v době letní turistické sezóny byla celá oblast postižena rozsáhlými povodněmi, které mohli mít vliv na návštěvnost celého regionu. Z grafu je patrný rozdíl návštěvnosti v období letní sezony a zimní, který je způsobený objekty zájmu návštěvníků lokality. Litoměřice jsou historické město ležící na úpatí Českého středohoří. Zájem o návštěvu památek je spíše v letním období.



Obr. č. 16: TIC Litoměřice - porovnání návštěvnosti za rok 2013 a 2014, Zdroj: vlastní zpracování

TIC – Lovosice

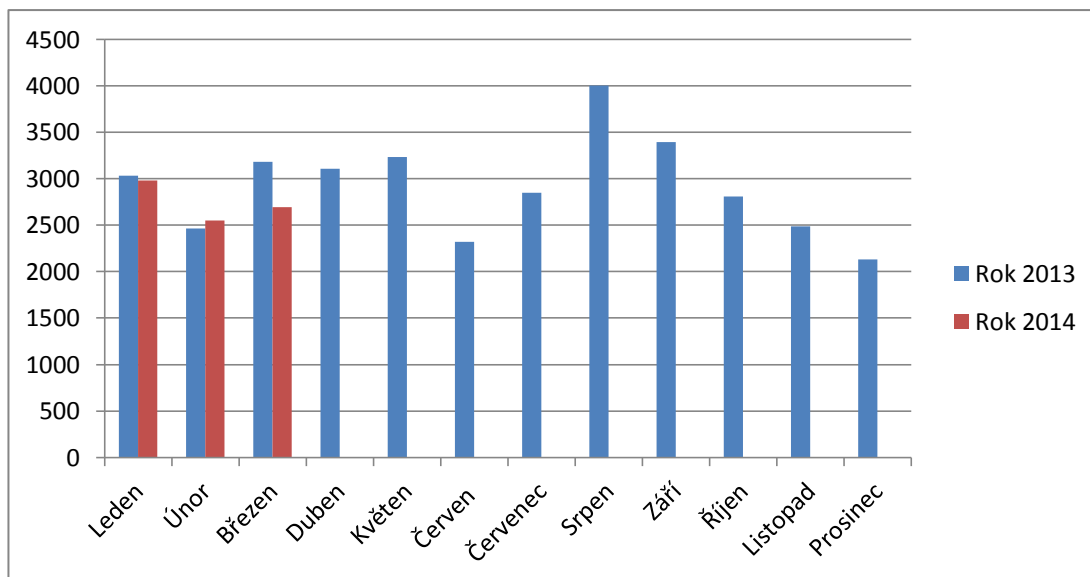
Turistické informační centrum v Lovosicích se nachází v centru města v těsném sousedství s městským úřadem. Exteriér TIC byl v době návštěvy čistý s dostatečným označením, informací o provozní době a kontakty na pracovníky. Interiér je čistý a dostatečně vybavený letáky, brožurami a propagačními předměty zaměřenými na zajímavosti v regionu. Pracovníci TIC byli velmi vstřícní a ochotni poskytnout požadované informace. Stejně tak jako v TIC v Litoměřicích jsem dostal k dispozici statistiky návštěvnosti v letech 2012, 2013. Statistiky jsem zpracoval v jednoduchém grafu, z kterého je patrný výrazný rozdíl, ačkoliv jsou Lovosice vzdáleny od Litoměřic jen zhruba 8 kilometrů. Domnívám se rozdíl je způsobený v dostupnosti jednotlivých atraktivit regionu, kdy Litoměřice jsou navštěvovány spíše pro historické památky, tak Lovosice disponují dostupností přírodních atraktivit. Z tohoto pohledu je možné vysvětlit návštěvnost Lovosic v zimním období, kdy jedním z hlavních cílů jsou přírodní atraktivity. Mezi nejvýznamnější patří Milešovka, Lovoš a nedaleké Oparenské údolí. Tyto významné atraktivity jsou vyhledávány i v zimním období. TIC Lovosice patří do skupiny certifikovaných zařízení s dosaženým stupněm B. Statistika návštěvnosti je uvedena na obrázku č. 17.



Obr. č. 17: TIC Lovosice - porovnání návštěvnosti za rok 2013 a 2014, Zdroj: vlastní zpracování

TIC Ústí nad Labem

Turistické informační centrum v Ústí nad Labem se nachází v centru města. TIC je velmi dobře označeno, dostupnost je vzhledem k umístění velmi dobrá. Exteriér je čistý a už vstupní prostor umístěný v budově poskytne návštěvníkovi možnost získat základní informace. Interiér je čistý a v době návštěvy byl velmi dobře vybaven propagačními předměty vázanými na informace o regionu. V TIC se nachází stojan na kola, kde je možné uzamčení. Možnost využití internetu v prostoru TIC. Vybavenost odpovídá požadavkům certifikace kategorie B dle A.T.I.C.. Pracovníci TIC byli velmi vstřícní a ochotni zodpovědět požadované dotazy a současně jsem získal statistiku návštěvnosti za období roku 2013 a první čtvrtletí roku 2014 (obr. č. 18). TIC se nachází v krajském městě což svědčí o výrazně větší návštěvnosti v porovnání s Lovosicemi.



Obr. č. 18: TIC Ústí nad Labem - porovnání návštěvnosti za rok 2013 a začátek roku 2014, Zdroj: vlastní zpracování

TIC Roudnice nad Labem

Turistické informační centrum se nachází v centru historické části města. Značení TIC je v turistické sezoně trochu zastíněno zelené, která lemují celé náměstí. Toto může v některých případech snižovat viditelnost značení při pohledu z větší vzdálenosti. Exteriér TIC byl čistý a v porovnání s výše uvedenými zařízeními se jedná o menší TIC, které v rámci služeb zajišťuje i CzechPoint. Z tohoto důvodu je návštěvnost vázána i na tuto službu. TIC bylo vybaveno dostatkem propagačních materiálů, letáků, a brožur o regionu. Statistiky návštěvnosti se mi v tomto případě nepodařilo získat. Z pohledu certifikace dle A.T.I.C. patří do kategorie C.

TIC Terežín

TIC v Terežíně se nachází v centru města na náměstí v historické části. Mezi vybranými TIC je jediné, které není ve skupině certifikovaných infocenter dle A.T.I.C. Z tohoto pohledu bych doporučoval zvážit v rámci zvýšení kvality poskytovaných služeb, vybavenosti a tím i provozní dobu infocentra zapojení do certifikace. Město Terežín je vzhledem k historii velmi často navštěvováno zahraničními turisty, kteří nemají možnost v případě, že nejsou členy organizované skupiny návštěvníků s průvodcem získat dostatek informací o lokalitě. TIC není vybaveno stojanem na kola, dostatkem propagačních předmětů a letáků.

Shrnutí

Vybraná TIC splňují většinu požadavků návštěvníků regionů. Jsou z pohledu čistoty jak exteriéru, tak interiéru na velmi dobré úrovni. Vybavenost, nabídka poskytovaných služeb, jazyková vybavenost pracovníků, přístup k návštěvníkům je na požadované úrovni. S výjimkou TIC v Terezíně se jedná o certifikovaná zařízení splňující požadované kritéria, které jsou schopni při náhodných kontrolách bez větších problémů obhájit. Ve všech případech doporučuji jejich návštěvu.

5.4 Propagace cestovního ruchu prostřednictvím webových stránek

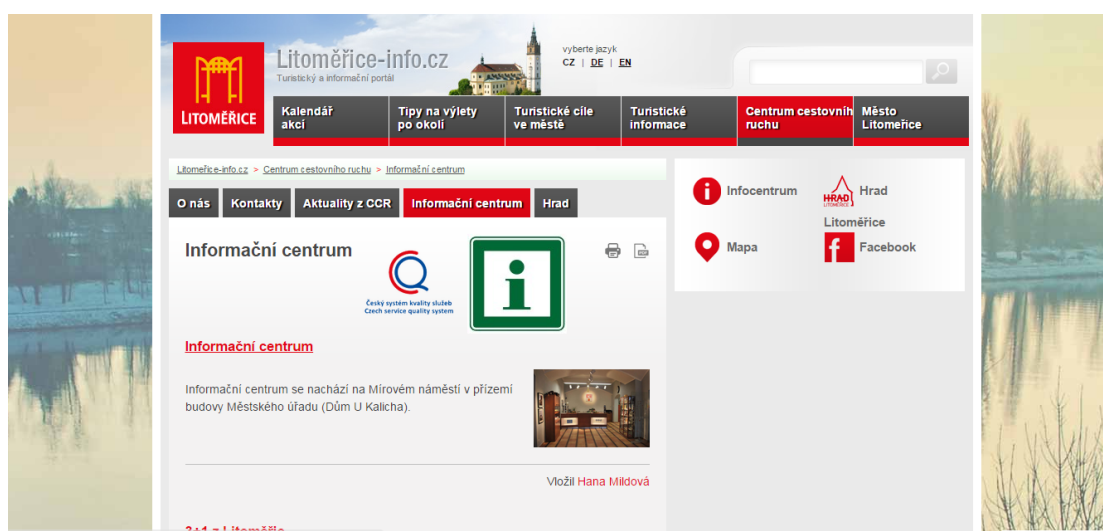
S rozvojem moderních technologií, které jsou součástí našeho každodenního života, úzce souvisí propagace cestovního ruchu prostřednictvím webových stránek TIC. Prezentace regionů prostřednictvím internetových stránek stala jedním z hlavních komunikačních a marketingových nástrojů nejen v rámci TIC a celém spektru cestovního ruchu. Současně by funkce propagace touto cestou měla primárně poskytnout co nejvíce komplexní bezplatný servis a dále informace o dostupných službách, které souvisejí s cestovním ruchem dané destinace. S tím úzce souvisí i dostupnost internetu prostřednictvím mobilních telefonů, které jsou v stále více využívány nejen jako komunikační zařízení, ale i jako zdroj potřebných informací.

Dle Zelenky (2008) je základní obecnou vlastností webových stránek podpora. V této souvislosti je myšlena podpora využití hypertextových odkazů umožňující přímou komunikaci návštěvníků prostřednictvím emailu, interaktivní mapové aplikace, dostupnost brožurek, publikací a propagačních letáků v elektronické podobě. Základním prvkem je možnost vyhledávání pomocí klíčových slov, na která je vázán obsah webových stránek.

Webové stránky vybraných TIC Ústeckého kraje

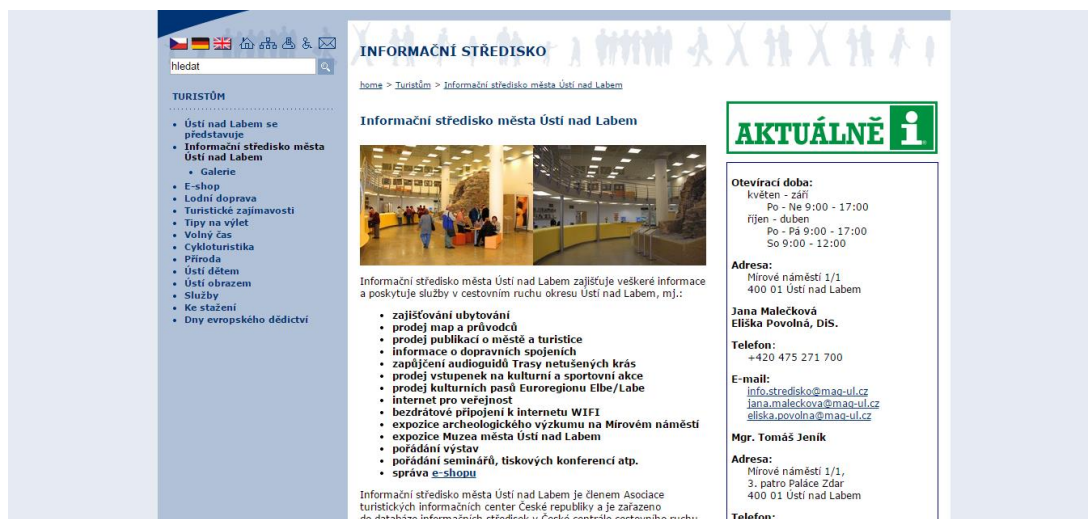
V České republice je možné najít všechna certifikovaná TIC na internetu zadáním klíčového slova, případně zadáním názvu konkrétního TIC. V této kapitole jsou uvedeny ukázky vybraných TIC, které byly předmětem šetření. V mnoha případech jsou webové stránky TIC provozovány dle zřizovatele jako součást jeho webových stránek.

V Litoměřicích je TIC umístěné v centru města a velmi úzce spolupracuje s Destinační agenturou a Centrem cestovního ruchu. Celkově patří cestovní ruch v Litoměřicích k jedné z prioritní oblasti s ohledem na velké množství památek a přírodních zajímavostí. TIC Litoměřice (obr. č. 19) naleznete na stránce <http://www.litomerice-info.cz/cz/informacni-centrum/>, případně je možné i prostřednictvím odkazu z webových stránek města Litoměřice.



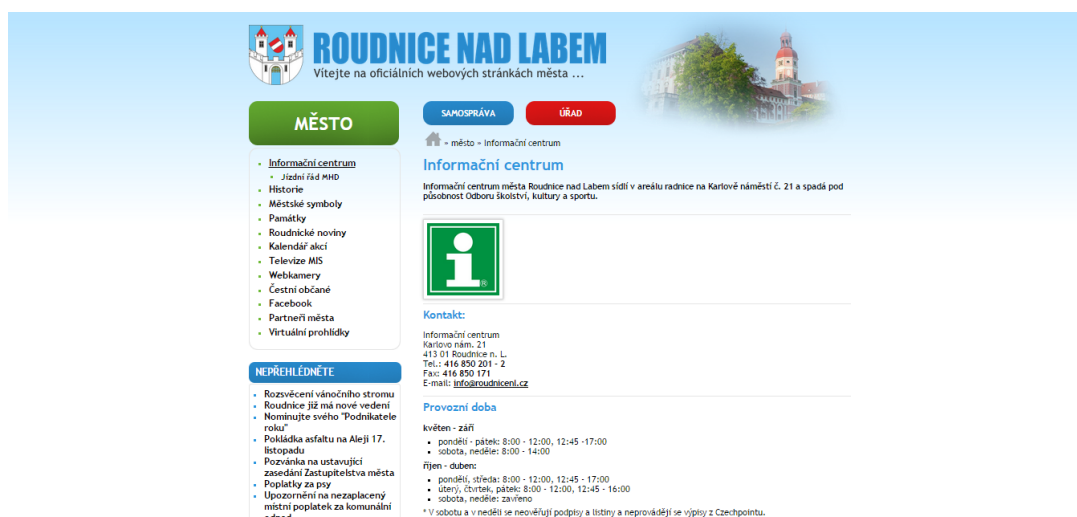
Obr. č. 19: Webové stránky TIC Litoměřice, Zdroj: URL 1

Ústí nad Labem má umístěné turistické informační centrum také v centru, kde je snadno dostupné a sídlí v objektu, který poskytuje současně více služeb. Webové stránky (obr. č. 20) jsou dostupné z adresy <http://www.usti-nad-labem.cz/cz/turistum/informacni-stredisko-mesta-usti-nad-labem/>. V tomto případě je přímo součástí webových stránek krajského města.



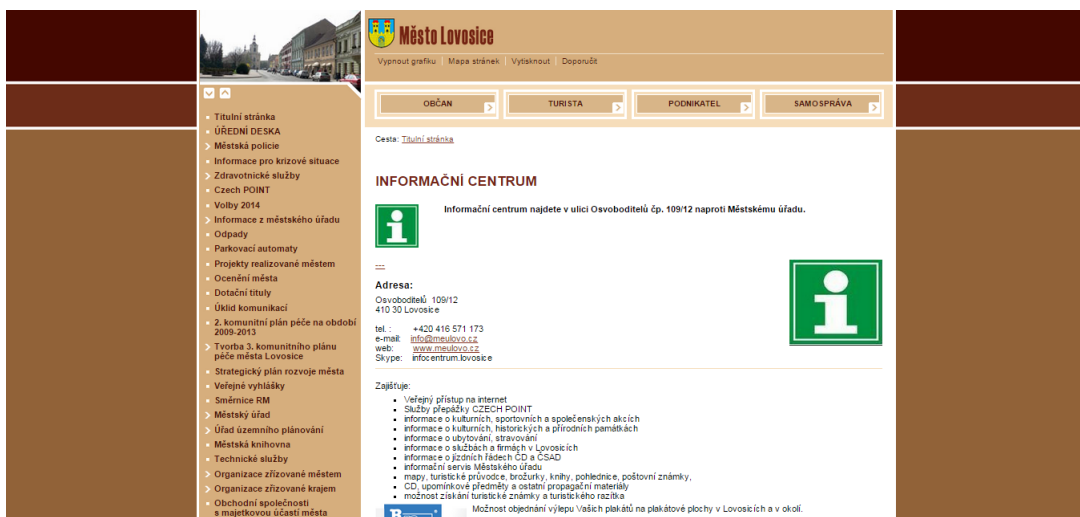
Obr. č. 20: Webové stránky TIC Ústí nad Labem, Zdroj: URL 2

Dalším TIC, které bylo součástí šetření je TIC v Roudnici nad Labem, které není přímo součástí Českého středohoří, ale do jeho oblasti náleží jeden z výrazných turistických cílů, kterým je hora Říp. TIC je velmi dobře dostupné a nachází se na náměstí Roudnice nad Labem. Webové stránky (obr. č. 21) jsou dostupné z adresy <http://www.roudnicenl.cz/mesto/informacni-centrum> a jsou součástí webových stránek města.



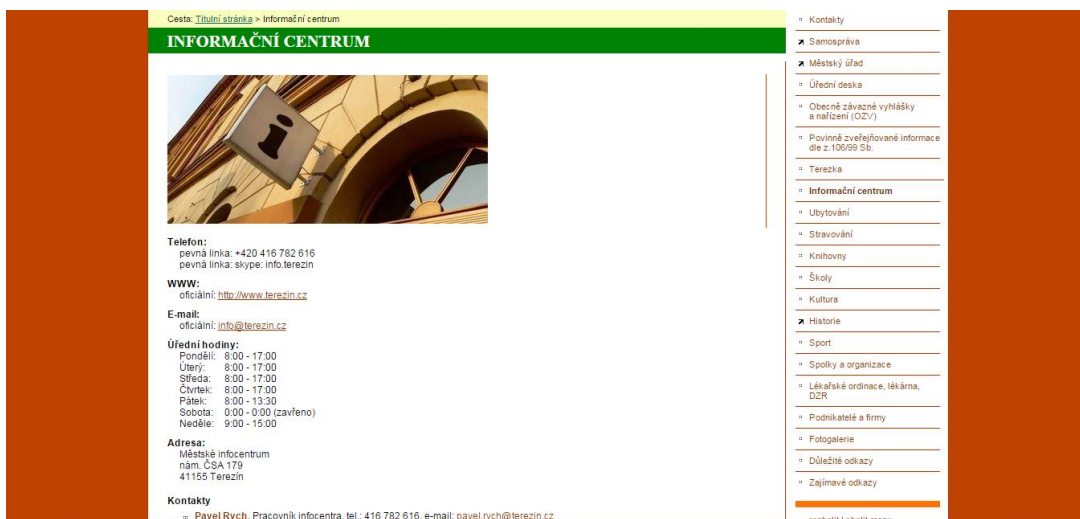
Obr. č. 21: Webové stránky TIC Roudnice nad Labem, Zdroj: URL 3

TIC v Lovosicích je umístěno v centru města a je stejně tak jako předchozí TIC velmi dobře dostupné. Webové stránky TIC (obr. č. 22) jsou součástí stránek města Lovosice dostupné z <http://www.meulovo.cz/informacni-centrum/d-1619/p1=1606>.



Obr. č. 22: Webové stránky TIC Lovosice, Zdroj: URL 4

TIC v Terezíně je prezentováno na webových stránkách města (obr. č. 23) stručnou informací o provozní době s uvedením kontaktů na pracovníky, které jsou dostupné z <http://www.terezin.cz/informacni-centrum/os-989/p1=2347>. Turistické informace jsou dále poskytovány prostřednictvím odkazů na stránkách města Terezín.



Obr. č. 23: Webové stránky TIC Terezín, Zdroj: URL 5

Vybrané TIC mají webové stránky zřízeny ve všech případech zřízeny formou odkazu z webových stránek měst, ve kterých se nacházejí. Jedná se o certifikované TIC, která mají velmi podobnou strukturu z pohledu poskytovaných informací a

odlišnosti jsou dány konkrétními akcemi v jednotlivých lokalitách. Pokud se jedná o lokální akci tak ve většině případů nejsou informace sdíleny na ostatních webových stránkách. V případě akcí v rámci Ústeckého kraje je v mnoha případech tato informace sdílena.

6. Diskuse

Informační centra patří z pohledu cestovního ruchu k prvnímu zdroji informací návštěvníků po příjezdu do vybraného regionu. V České republice jsou informační centra označena jednotným značením a zpravidla je podpořeno jejich nalezení směrovými cedulkami, které návštěvníkům usnadní najít cestu. Označení informačních center v České republice je v podobě bílého „I“ v zeleném poli.

Podoba loga pro turistické a informační centra je definována grafickým manuálem, který upravuje přesně rozměr, barevné provedení (A.T.I.C, 2013).

V zemích sousedících s Českou republikou je snaha o spolupráci v rozvoji cestovního ruchu a provázání nabídky služeb včetně úrovně kvality. Loga nejsou jednotná, jsou individuální v rámci jednotlivých zemí (Příloha č. 3). Slovenská AICES navázala v roce 1998 spolupráci s A.T.I.C. ve snaze propojit aktivity v rozvoji cestovního ruchu. Jsou zřejmé disproporce v nastavení legislativy v oblasti cestovního ruchu v České republice a na Slovensku (Fraňová, 2014). V souvislosti s rozvojem cestovního ruchu v obou destinacích je aktivní spolupráce nezbytná, stejně tak jako propojení systémů a sdílení informací.

Základním parametrem funkčnosti turistického informačního centra v regionu je vhodnost jeho umístění a dostupnost. Všeobecně by se dalo říct, že TIC jsou z pohledu umístění na dobře dostupném místě. Většina měst i menších obcí, které mají informační centra je prvotní informace o umístění k dispozici již v místech dopravních terminálů případně zastávek hromadné dopravy. Vybraná TIC jsou umístěna v centru měst a je snadná dostupnost jak z pohledu dopravní obslužnosti tak směrového značení. Jak uvádí Jakubíková (2009) je vhodné TIC umístit na rušné frekventované místo v centru města nebo příslušné obce, kde je snadný přístup a možnost umístit směrové značení. Z průzkumu v rámci dotazníkového šetření v evropských městech jsou zřejmé charakteristické znaky. Jedná se o způsob cestování, kdy se má jednat o cestu za prožitky a nikoliv v rámci pracovní cesty (Horner, Swarbrooke, 2003).

Dalším faktorem je hodnocení kvality nabízených služeb. Vybraná TIC s výjimkou TIC v Terezíně a Roudnici nad Labem jsou zapojeni do „Českého systému kvality služeb“. TIC zařazená do tohoto programu garantují dle dosaženého stupně kvalitu nabízených služeb. Tohoto ocenění dosáhla TIC v Ústí nad Labem,

Litoměřicích. Lovosické TIC je do programu zapojeno. Pracovníci TIC chápou zapojení do systému certifikace obecně jako velmi přínosné. Dle Sandleiterové (2013) je toto ocenění více preferováno v SRN, kde je na něj pohlíženo jako na prestižní ocenění. TIC v Liberci v Libereckém kraji získalo jako první toto ocenění. Dalšími adepty jsou TIC v Kořenově nebo Bedřichově (Sandleiterová, 2013). V evropských zemích je preferován přístup ke zlepšování kvality služeb v souvislosti s cestovním ruchem. Je žádoucí nastavení jednotného systému řízení kvality a to nejen ve velkých městech (Govers, Go, 2000).

Dle výsledků dotazníkového šetření je zřejmé, že poskytované služby jsou v TIC v ČR na obdobné úrovni. Tato skutečnost je dána zejména požadavky vyplývajícími z účasti TIC v rámci certifikací a případně zapojování do systémů hodnotící kvalitu poskytovaných služeb. Snahou je zvýšit celkovou kvalitu služeb a co nejlépe reprezentovat atraktivitu daného regionu. V mnoha případech se návštěvník spokojí se základní informací o regionu, kterou provází zájem o ubytování, aktuální akce a dopravu v regionu.

Z dotazníkového šetření vyplývá, že větší procento návštěvníků bylo z větších měst a méně z venkova. Zastoupení návštěvníků TIC z pohledu bydliště bylo v poměru 76% z měst a 24% venkova, kdy hranice rozdělení těchto dvou skupin bylo dáno počtem obyvatel. V případě tohoto šetření byla hranice mezi venkovem a městem 3000 obyvatel. (Perlín, 2009).

Dotazníkové šetření zahrnovalo dotaz na skupinu služeb, které byly dále děleny na placené služby a služby zdarma. Nejmenší zájem byl o dětský koutek a to bez ohledu na možnost placenou a zdarma a dále možnost účasti na školeních, kdy obě tyto služby nepotřebuje 90% dotázaných respondentů. Následně se 79 % nepovažují návštěvníci TIC za potřebnou možnost úschovy zavazadel.

Jako nejžádanější službu TIC by návštěvníci využívali WC (57%), občerstvení (44,5%) a přístup na internet (39%). Zde již dle odpovědí respondentů hrála i roli možnost výběru z pohledu placené a neplacené služby, za které jsou návštěvníci ochotni zaplatit. V evropských informačních centrech patří veřejný internet k nejvíce rozšířeným službám, který využije 55% návštěvníků (Rittichové 2011). Dále pak ve srovnání s výsledky šetření ve vybraných TIC je možné porovnat služby, mezi které patří kopírování a skenování a možnost využití WC. Zde hraje roli, skutečnost za

jakých podmínek jsou návštěvníci ochotni služby využívat. V případě placených služeb je ochotno využívat internet necelých 10 %, ale zdarma by využilo 29%. Rozdíl mezi ochotou zaplatit za služby je dán charakterem služby samotné. Za občerstvení jsou návštěvníci ochotni zaplatit (29,3%), ale internet by využili zdarma.

Tato problematika byla diskutována s pracovníky vybraných TIC v rámci vlastního šetření. Z odpovědí na dotazy je zřejmé, že internet a možnost využití WC patří mezi služby, které jsou návštěvníky ve velké míře žádány. Ne vždy je žádoucí poskytování těchto služeb. V případě internetu shodně odpověděli pracovníci v Litoměřicích, Ústí na Labem, že je zde reálná obava o častějším využití místním obyvatelstvem než návštěvníky. Důvodem je většinou soukromé využití než potřeba v rámci získání informací o daném regionu.

Diskuse s pracovníky TIC byly zaměřeny i na spolupráci v souvislosti s ochranou přírody v regionu. TIC v Litoměřicích aktivně spolupracuje se správou CHKO České středohoří a to z pohledu poskytování informačních letáků. V případě akcí pořádaných správou CHKO zveřejňují informace na webových stránkách a poskytují informační letáčky s plány akcí. Dá se konstatovat, že spolupráce z pohledu možnosti umístění propagačních letáčků, publikací a prezentace akcí je možné hodnotit kladně. Tuto skutečnost potvrdili i pracovníci správy CHKO.

Z pohledu zlepšení služeb a rozvoji cestovního ruchu Ústecký kraj prezentuje přírodní a kulturní atraktivity vytvořeným informačním portálem, který rozděluje území na čtyři destinace s vlastním logem. Jedná se o projekt, který výrazně podporuje rozvoj cestovního ruchu a TIC v destinaci Českého středohoří aktivně podporuje všemi dostupnými prostředky propagaci regionu nejen v místě, ale i v celorepublikovém měřítku. S tím souvisí jednotné „vizitky“ TIC na kterých jsou uvedeny základní údaje o umístění, kontaktu a provozní době TIC (Příloha č. 4). Z pohledu rozvoje cestovního ruchu se jedná o velmi promyšlený marketing, který významně podporuje cestovní ruch v těchto destinacích. Destinace je tvořena nabídkou, ve skutečnosti je však definována vnímáním a potřebami účastníka cestovního ruchu, tedy z pohledu poptávky. Skutečné vymezení destinace určí poptávka trhu a koncový zákazník (Kirařová, 2003). Na cestovní ruch by nemělo být nahlíženo pouze z pohledu ekonomického, kdy je to jedna z příležitostí vytvořit pracovní místa a přilákat návštěvníky. Rozvoj cestovního ruchu by měl být vázán i na péči o přírodní prostředí a kulturu (Hall, 2008).

K dalším tematickým dotazům patřila spolupráce jednotlivých TIC přes hranice svých regionů, do kterých patří. Z odpovědí pracovníků vyplynula skutečnost, že působnost TIC v lokalitě je přímo vázána pouze na danou lokalitu. Je to dáno požadavky a potřebami zřizovatele a provozovatele TIC. V případě vybraných zařízení, je zřizovatelem a provozovatelem municipalita, ve které je TIC umístěno. Z toho vyplývá i financování a možnosti, které mají pracovníci TIC k dispozici z pohledu rozvoje cestovního ruchu v regionu a následné spolupráce. Z těchto důvodů se dá konstatovat, že mezi jednotlivými zařízeními v rámci destinace dochází k rivalitě, která může být chápána v pozitivním smyslu. Pro provozovatele je konkurence podnětem k potřebě zlepšovat a rozvíjet nejen sortiment služeb, ale i jejich kvalitu.

Z tohoto pohledu by bylo vhodné nejen zachovat zdravou míru rivality, ale prohloubit spolupráci v rámci propagace regionu nejen daných atraktivit, ale i z pohledu aktuálně realizovaných projektů. V regionu Českého středohoří probíhá průběžně realizace projektů financovaných z různých zdrojů s rozdílným zaměřením. Jedná se o projekty zaměřené výhradně na ochranu přírody, ale i na obnovu památek. Problémem je, že i když realizace projektů přesahuje regiony tak zpravidla není dostatečná informovanost mezi sousedícími TIC. Z tohoto pohledu by větší spolupráce umožnila efektivnější poskytování informací o jednotlivých akcích v destinaci a zároveň prohlubovala spolupráci nejen mezi TIC, ale i mezi organizacemi, které projekty realizují. Celkový efekt by byl vyšší a podpořilo by to přípravu dalších projektů. Z informací zjištěných v rámci vlastního šetření je zřejmé, že v případě oslovení pracovníků TIC v souvislosti s umístěním propagačních letáků vázaných na realizaci projektu není obecně problém. Problémem je následné sdílení získaných informací a šíření mimo vlastní TIC. K tomuto účelu jsou většinou využívány webové stránky.

Přínosem TIC pro rozvoj cestovního ruchu a udržitelného rozvoje oblasti Českého středohoří je z pohledu ekonomického a osvětového ve vztahu k ochraně přírody. TIC jsou obecně využívána jako základní zdroj informací o regionu, kde návštěvník získá základní informace o regionu. Jsou schopni poskytnout informace o dopravě ubytování, aktuálních akcí a to je potenciálem ekonomického přínosu. Návštěvnost je dána poskytováním základních informací zdarma a umožňuje získání i propagačních letáků. Ve spolupráci s destinačními agenturami, které mohou využívat finanční

zdroje k realizaci projektů spojených s rozvojem cestovního ruchu je pro návštěvníky funkční celek, který je možné stále zdokonalovat a přizpůsobovat potřebám návštěvníků. V této souvislosti dochází ke zvýšení poptávky po službách a tím i k pozitivnímu ekonomickému dopadu (SPF Group, 2009).

7. Závěr

Hlavním cílem diplomové práce bylo zhodnocení přínosu turistických informačních center v regionu Českého středohoří v oblasti ochrany životního prostředí. Dílčím cílem bylo dále vyhodnocení vybraných TIC z pohledu kvality poskytovaných služeb formou dotazníkového šetření. Dotazníkové šetření zahrnovalo vlastní průzkum na základě stanovených kritérií.

Dotazníkové šetření probíhalo v dvou obdobích a to v roce 2013 a 2014 v průběhu letní a částečně i zimní sezony. Cílem průzkumu byli TIC, která se nacházejí přímo v Českém středohoří nebo jsou umístěna na pomezí lokality. Výsledky z dotazníkového šetření byly ovlivněny zejména počtem respondentů. Porovnáním dvou období průzkumu poskytovalo dostatečné množství dat pro zpracování. Celkem bylo zpracováno 270 dotazníků získaných přímo ve vybraných TIC, nebo dotazováním v jejich bezprostředním okolí v průběhu turistické sezony.

Turistická informační centra v průběhu roku zaznamenávají návštěvnost turistů přímo v TIC. Statistiky návštěvnosti jsou využívány k vyhodnocení návštěvnosti ve dvou základních kategoriích. Základním rozdělením je na tuzemské a zahraniční návštěvníky. Dále záleží na konkrétních TIC, jaké informace zpracovávají na základě nabízených služeb. Význam a hlavním předmětem činnosti TIC není pouze zaměření na turistický cestovní ruch, ale slouží jako primární cíl návštěvníka z pohledu získání informací dle jeho potřeby. Pokud má TIC v nabídce služeb Czech Point tak je velmi často využíváno k účelům ryze k tomuto účelu a statistiky jsou rozlišovány ve vztahu k nabízené službě. Specifikace významu TIC by se dala charakterizovat v širokém spektru využití z pohledu možností poskytovaných informací.

Vyhodnocení výsledků dotazníkového šetření poskytlo informace, které umožňují objektivně zhodnotit vybraná TIC a navrhnout několik doporučení:

Certifikovaná TIC v celkovém pohledu splňovala všechna kritéria, která vyplývají z podmínek úrovně získané kategorie hodnocení kvality a poskytovaných služeb. Všechna TIC byla velmi dobře označena, na dostupném místě s informací o provozní době a kontakty na provozovatele. Pracovníci byli vstřícní a ochotni poskytnout požadované informace o regionu z pohledu turistických atraktivit, ubytování, dopravě. Vybavenost propagačními letáky, brožurami, upomínkovými předměty byla vždy dostatečná a poskytovala v rámci regionu všechny dostupné informace.

Webové stránky TIC jsou přehledné a obsahují aktuální informace o uskutečněných akcích a připravovaných v následujícím období.

TIC v Terezíně, které jediné z hodnocených nepatří do skupiny certifikovaných informačních center, bylo z pohledu poskytovaných služeb, otevírací doby a sortimentu propagačních předmětů výrazně slabší oproti certifikovaným TIC. Terezín patří k jedné z nejvíce navštěvovaných lokalit turisty zaměřených na historii a v koncepci rozvoje cestovního ruchu je mu věnována velká pozornost. Z těchto důvodů bych doporučoval zapojení TIC do systému certifikace ve snaze zkvalitnit a rozšířit poskytované služby. Terezín je destinací navštěvovanou převážně zahraničními turisty, kteří ve většině případů vyhledávají informace prostřednictvím TIC.

V celkovém hodnocení kvality služeb poskytovaných ve vybraných turistických informačních centrech dle subjektivního hodnocení obstála všechna vybraná infocentra z pohledu jejich zařazení dle certifikace. Výhrady mám pouze k TIC v Terezíně, kde se domnívám, že by bylo potřeba zvýšit sortiment poskytovaných služeb a zapojit TIC do systému certifikace.

Z pohledu hlavního důvodu šetření v terénu a hodnocení přínosu TIC z pohledu přínosu rozvoje cestovního ruchu v souvislosti s ochranou přírody se domnívám, že obecně patří TIC k subjektům, které mají velký potenciál. Zejména z toho důvodu, že patří všeobecně k důvěryhodným zdrojům informací o regionu v závislosti na kvalitě poskytovaných informací. Z celkového pohledu bych doporučil větší spolupráci z pohledu sdílení informací mezi jednotlivými TIC v regionu. Rozšíření a provázání informačních zdrojů a databází zahrnující informace například o pořádaných akcích, realizovaných projektech a dalších informací, které umožní návštěvníkovi lepší orientaci nejen v konkrétní lokalitě, kde se nachází, ale zároveň o sousedních lokalitách a jejich atraktivitách.

Celkově bych doporučil vzájemné sdílení informací a předávání příkladů „dobré praxe“ což by mělo prohloubit spolupráci mezi regiony Českého středohoří a jeho přilehlého okolí.

8. Zdroje:

- A.T.I.C ČR: Jednotná klasifikace TIC 2013 [online]. 2013 [2013-11-14]: <http://www.aticcr.cz/jednotna-klasifikace-turisticky-ch-informacnich-center-cr/ds-1087/p1=1916>
- BARŠE R. O. [eds], 1955: České středohoří – Vlastní turistický průvodce. Státní tělovýchovné nakladatelství, Praha, 64 s.
- BIEN, A., 2008: A simple user's guide to certification for sustainable tourism and ecotourism. Center for ecotourism and sustainable development, 3. vyd. [cit. 2013-06-14].
- CzechTourism, 2013: Mystery shopping TIC 2013[online], 48s.
- CzechTourism, 2013: TIC - výsledky průzkumu [online], 32s.
- FRAŇOVÁ, I., 2014: Súčasný stav TIC v destinácii CR v SR, konferencie Ostrava, 11s.
- FREYER, W., 2001: Tourismus, Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. Oldenburg, München-Wien
- GOVERS, R., GO, F., 2000: Tourism Management. Integrated quality management for tourist destinations: a European perspective on achieving competitiveness Volume 21, Issue 1, Pages 79-88
- HORNER, S., SWARBROOKE, J., 2003: Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Grada Publishing, Praha, 486 s.
- HALL, D., 2008: From Bricklaying to Bricolage: Transition and Tourism Development in Central and Eastern Europe. Tourism Geographies, č. 4.
- CHRÁSKA, M., 2007: Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu. Grada Publishing, Praha, 1. vyd., 265 s.
- INDROVÁ, J.: Cestovní ruch: důležitá součást ekonomiky a významný faktor rozvoje destinací. Ochrana krajiny. 2010, zvláštní číslo. [cit. 2012-23-10].
- INDROVÁ, J., a kol.: Cestovní ruch pro všechny. [online], Ministerstvo pro místní rozvoj, Praha [cit. 2013-03-02].
- JAKUBÍKOVÁ, D., 2009: Marketing v cestovním ruchu. Grada Publishing, Praha, 288 s.
- JOHNSON, M., 1995: Czech and Slovak tourism Patterns, problems and prospects, Tourism Management, Vol. 16, No, 1, pp. 21-28
- KELLER, P.; SMERAL, E., 1997: Governments Need to Stay Involved in Tourism. WTO, Madrid

KINSKÝ J., MORAVEC P., VLAČIHA V., 2006: Chráněná krajinná oblast České středohoří. Agentura ochrany přírody a krajiny ČR, Správa CHKO České středohoří, 55 s.

KIRAĽOVÁ, A., 2003: Marketing destinace cestovního ruchu. EKOPRESS, Praha, 174s.

Kolektiv autorů, 2009: Akční plán Státního programu environmentálního vzdělávání, výchovy a osvěty v České republice na léta 2010 až 2012, 20 s.

KOZEL, R. a kol., 2006: Moderní marketingový výzkum. Grada Publishing a.s., Praha, 277 s.

KUNCOVÁ J., 1970: Chráněné rostliny v Severních Čechách, IV., Metodický přehled pro školy. Krajské středisko státní památkové péče a ochrany přírody, Ústí nad Labem, 32 s.

MMR, 2013: Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014 – 2020, 96 s.

MOUTINHO L., 2000: Strategic management in tourism, CABI Publishing, 349 s.

MÜLLER, H., 2011. Qualitatorientiertes Tourismus Management. Haupt UTB, Bern

OPPERMANN, M., CHON, K. S.: 1997 Tourism in Developing Countries. International Thomson Business Press, London, 177 s.

PAGE, S., CONNELL, J., 2006. Tourism: a modern synthesis. Thomson Learning, London, Second edition, 546 s.

PARASURAMAN, A. , ZETHAML, V. A., BERRY, L.,1985:A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, Journal of Marketing, Vol. 49

PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J., 2002: Výkladový slovník cestovního ruchu, MMR, Praha, 448 s.

PERLÍN, R.: Vymezení venkovských obcí v Česku[online], Deník veřejné správy, 2009

RITTICHOVÁ, J., 2011: Srovnání nabídky vybraných turistických informačních center v EU. (Bakalářská práce). Masarykova univerzita Brno.

SANDLEITEROVÁ, L., 2014: Hodnocení přínosu informačních center pro regionální rozvoj a ochranu prostředí v Jizerských horách. (Diplomová práce). Česká zemědělská univerzita v Praze. Praha

SEATON, A. V.; BENNETT, M. M., 1996. The Marketing of Tourism Products: Concepts, Issues and Cases. International Thomson Business Press, London

SCHWAININGER, M., 1989: Tourism marketing and management handbook, 599-605 s.

SPF Group, 2009: Strategie rozvoje cestovního ruchu Ústeckého kraje na roky 2010 – 2015, 85 s.

Správa CHKO České středohoří: Základní informace CHKO České středohoří [online], 2013 [2013-11-14]:
<http://ceskestredohori.ochranaprirody.cz/>

SYSEL, J., 2012: Koncepce managementu kvality a jejich aplikace v cestovním ruchu. (Doktorská disertační práce). Vysoká škola ekonomická, Praha, 135s.

TITTELBACHOVÁ, Š. 2011: Turismus a veřejná správa. Grada, Praha, 1. vyd., 196 s

UWTO. World Tourism organization UWTO: Understanding Tourism:Basic Glossary [online].2014 [cit. 2014-02-18].

VYSTOUPIL, Jiří; ŠAUER, Martin et al., 2011: Geografie cestovního ruchu České republiky. Aleš Čeněk, Plzeň, 315s.

WILLIAMS, Ch.; BUSWELL, J., 2003. Concept of Quality in Leisure and Tourism. CABI

ZELENKA, J., 2008: Cestovní ruch: informační a komunikační technologie. vyd. 1. Hradec Králové: Gaudeamus, 239 s.

Internetové zdroje:

URL 1: <http://www.litomerice-info.cz/cz/informacni-centrum/>

URL 2: <http://www.usti-nad-labem.cz/cz/turistum/informacni-stredisko-mesta-usti-nad-labem/>

URL 3: <http://www.roudnicenl.cz/mesto/informacni-centrum>

URL 4: <http://www.meulovo.cz/informacni-centrum/d-1619/p1=1606>.

URL 5: <http://www.terezin.cz/informacni-centrum/os-989/p1=2347>

URL 6: <http://www.szklarskaporeba.pl/pl/turystyka/informacja-turystyczna.html>

URL 7: http://www.aices.sk/kontakt.phtml?search_string=logo

URL 8: <http://www.worpswede.de/i-marke-des-dtv>

URL 9: <http://www.csks.cz/>

9. Seznam zkratek

TIC – turistické informační centrum

A.T.I.C.- Asociace turistických s informačních center

CHKO – chráněná krajinná oblast

TUR – trvale udržitelný rozvoj

RR – regionální rozvoj

UNWTO – Světová organizace cestovního ruchu

MMR- Ministerstvo pro místní rozvoj

MŽP – Ministerstvo životního prostředí

AICES – Asociácia informačních centier Slovenska

MKCR - Ministerstvo kultury České republiky

NPÚ – Národní památkový ústav

MZE – Ministerstvo zemědělství

MDCR – Ministerstvo dopravy

MPO – Ministerstvo dopravy a průmyslu

MŠMT – Ministerstvo školství a tělovýchovy

MZV – Ministerstvo zahraničních věcí

2. část – Údaje TIC

10. Bylo TIC snadno dostupné?

1. Ano

2. Ne

11. Za jakým účelem jste navštívil/a toto TIC ? (můžete označit více možností)

1. Zjištění konkrétních informací o regionu/lokalitě

3. Nákup pohlednic, suvenýrů, map

2. Zjištění informací o ubytování, stravování

4. Využití služeb IC (WC, občerstvení, internet)

5. Jiné (doplňte)

12. Dostali jste to, kvůli čemu jste do TIC přišli ?

1. Ano

2. Částečně

3. Ne

13. Co si myslíte, že by mělo TIC nabízet za služby (vyberte všechny položky, které byste využili)

		Zdarma	Placeno
1	Úschovna zavazadel		
2	Občerstvení (pitná voda, káva, čaj)		
3	WC		
4	Veřejný internet		
5	Dětský koutek		
6	Kopírování, skenování, tisk		
7	Průvodce		
8	Možnost účasti na seminářích, školení		
9	Stojany na kola		
10	Půjčovna kol		

14. Ohodnoťte kritéria uvedená v tabulce (zakroužkujte hodnotu v tabulce)

	velmi dobře	spíše dobře	spíše špatně	velmi špatně	nedokážu posoudit	
1	Jak hodnotíte propagaci cestovního ruchu v regionu prostřednictvím TIC?	1	2	3	4	5
2	Jak hodnotíte kvalitu služeb nabízených v TIC?	1	2	3	4	5

15. Chcete být seznámen s výsledkem?

1. Ano

2. Ne

Kontakt (email):

Příloha č. 2 - Hodnotící list turistického informačního centra

TIC -	Ano	Ne
Exteriér TIC		
1. Jsou výlohy/vstupní prostory a bezprostřední okolí TIC čisté a upravené ?		
2. Lákal/a TIC ke vstupu, ihned zvenku zaujalo ?		
Interiér a vybavenost TIC		
3. Bylo prostředí na TIC čisté a upravené ?		
4. Bylo TIC vybaveno dostatečným množstvím letáků, propagačních materiálů pro zákazníky (zdarma nebo k zakoupení) ?		
5. Vyskytovaly se na TIC materiály (plakáty, letáky) na akce, které již proběhly ?		
6. Bylo TIC vybaveno přístupem na internet?		
6a. Byl přístup na internet zdarma?		
7. Bylo TIC vybaveno WC?		
7a. Je k dispozici u TIC stojan na kola?		
První dojem zákazníka		
8. Cítil/a jsem se na TIC vítán/a		
9. Vyskytl se při obsluze některý z níže uvedených nedostatků ?		
Pracovník TIC		
10. Konzumoval pracovník jídlo v přítomnosti zákazníků ?		
11. Pracovník byl zdvořilý (pozdravil, rozloučil se)		
12. Pracovník byl vstřícný, přátelský		
13. Pracovník mi věnoval dostatek času		
14. Z pracovníka bylo patrné, že ho jeho práce baví		
15. Navržené řešení odpovídalo mým požadavkům, byl/a jsem s navrženým řešením spokojen/a		
16. Pracovník můj dotaz zodpověděl jasně a srozumitelně		
17. Pracovník na mne působil jako odborník, měl přehled o regionu, o možnostech pro turisty		
18. Pracovník dokázal atraktivně představit navržený cíl, dokázal by turistu k návštěvě nalákat		
19. Pracovník s Vámi udržoval během jednání oční kontakt		
20. Pracovník byl v komunikaci aktivní (sám se ptal, jestli ještě něco nepotřebujete, nečekal na Váš další dotaz)		
21. Pracovník naslouchal Vašemu dotazu se zájmem, zajímal se o Vaše potřeby		
22. Pracovník Vám popřál při rozloučení pěkný pobyt/pěkný den (případně použil jinou zdvořilostní frázi)		
23. Doporučil/a byste využití služeb tohoto TIC svým známým ?		
Subjektivní dojmy		
24. Doporučil/a byste tohoto TIC		
25. Celkově ohodnoťte toto TIC		

Datum:

Příloha č. 3 – Značení TIC v zemích sousedících s Českou republikou

Oficiální označení TIC v Polské republice



Zdroj: URL 6

Asociace turistických informačních center ve Slovenské republice



Zdroj: URL 7

Označení TIC ve Spolkové republice Německo



Zdroj: URL 8



Logotyp Český systém kvality služeb



Zdroj: URL 9

Příloha č. 4 – Kartičky TIC v destinaci Brány do Čech

Ustecký kraj
LITOMĚŘICE
www.litomerice.cz







Mírové náměstí 16/8a
412 01 Litoměřice
tel.: 416 916 440
info@litomerice-info.cz
www.litomerice-info.cz

Places of interest 

1. Historic City District
2. Guided City Tours
3. Climb the Observation Tower
4. Galleries
5. Museums
6. The Garden of Bohemia

Sehenswürdigkeiten 

1. Städtische Denkmalschutzzone
2. Stadtführungen
3. Aufstieg auf den Aussichtsturm
4. Galerien
5. Museen
6. Der Garten von Böhmen

Open / Geöffnet:

X. - IV.
Po-Pá / Mon-Fri 9.00 – 17.00
So / Sat 9.00 – 12.00

V. - IX.
Po-Ne / Mon-Sun 9.00 – 18.00



Ustecký kraj
LITOMĚŘICE
www.litomerice.cz






Mírové náměstí 16/8a
412 01 Litoměřice
tel.: 416 916 440
info@litomerice-info.cz
www.litomerice-info.cz

Zajímavosti: 

1. Větruše - vyhlídka s hotelem a volnočasovým areálem
2. Hrad Střekov
3. Zoologická zahrada
4. Mariánský most
5. Termální koupaliště Brná
6. Skanzen Zubrnice
7. Státní zámek Velké Březno
8. Museum města Ústí nad Labem

Places of interest: 

1. Větruše - observation tower with hotel and leisure time centre
2. Střekov castle
3. Zoological garden
4. Mariánský Bridge
5. Thermal swimming pool Brná
6. The open-air museum Zubrnice
7. The state chateau in Velké Březno
8. Museum of the city Ústí nad Labem

Interessante Orte: 

1. Větruše - Aussichtsturm mit Hotel und Freizeitareal
2. Burg Střekov
3. Zoologischer Garten
4. Marienbrücke
5. Thermalbad Brná
6. Freilichtmuseum in Zubrnice
7. Staatliches Schloß Velké Březno
8. Museum der Stadt Ústí nad Labem



EUROCARD

LOVOSICE

www.meulovo.cz

**Informační centrum Lovosice**

Osvoboditelů 109/12, 410 30 Lovosice

tel.: +420 416 571 173-4

e-mail: info@meulovo.cz

NAŠE SLUŽBY

- turistické informace z oblasti Lovosice a okolí
- informace o kulturních, sportovních a společenských akcích
- informace o ubytování, stravování
- prodej pohlednic, map, turistických známek, publikací a propagačního materiálu
- kopírování, internet pro veřejnost
- Czech POINT, ověřování podpisů a listin

UNSERE DIENSTLEISTUNGEN

- touristische Informationen aus Lovosice und Umgebung
- Informationen über die kulturellen, sportlichen und gesellschaftlichen Veranstaltungen
- Informationen über die Unterkunft und Verpflegungsmöglichkeiten
- Verkauf von Eintrittskarten, Karten, touristischen Plaketen, Publikationen und Werbematerialien
- das Kopieren, Internet für die Öffentlichkeit
- Czech POINT, Prüfung von Unterschriften und Dokumenten

PROVOZNI DOBA IC / ÖFFNUNGSZEITEN IC**V - IX**

Po / Mon: 8:00 - 17:00

Út / Die: 8:00 - 17:00

St / Mitt: 8:00 - 17:00

Čt / Donn: 8:00 - 17:00

Pá / Frei: 8:00 - 17:00

So / Sam: 8:00 - 12:00

X - IV

Po / Mon: 8:00 - 17:00

Út / Die: 8:00 - 16:00

St / Mitt: 8:00 - 17:00

Čt / Donn: 8:00 - 16:00

Pá / Frei: 8:00 - 15:00

**TEREZÍN**
pevnostní město**Městské informační centrum**

Náměstí ČSA 179, 411 55, Terezín

Tel.: +420 416 782 616

Fax: +420 416 782 397

E-mail: info@terezin.cz

www.terezin.cz

**Zajímavosti:**

- Barokní pevnostní město, založené v roce 1780 císařem Josefem II.
- Zachovalý pevnostní systém přístupný veřejnosti.
- Židovské památky z doby existence ghetta.
- Expozice Památníku Terezín.
- Město leží na řece Ohři nedaleko Litoměřic.
- Množství turisticky zajímavých míst v blízkém Českém Středohoří.

Interessante:

- Barockfestigungsstadt, gegründet im Jahr 1780 von dem Kaiser Josef der II.
- Gut erhaltenes Festigungssystem, zugänglich für die Öffentlichkeit
- Jüdische Sehenswürdigkeiten aus der Zeit der Existenz vom Ghetto
- Exposition des Gedenkstätte Theresienstadt
- Die Stadt, die nicht weit von Litoměřice auf dem Fluß Ohře liegt
- Eine Menge von touristisch interessanten Plätzen, die sich in dem nahen Böhmischem Mittelgebirge befinden

