

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: N6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

**Komplexní rozvoj doprovodné
infrastruktury cestovního ruchu na
Pelhřimovsku**

Vedoucí diplomové práce:

RNDr. Blažena Gehinová

Autor:

Bc. Blanka Picková

2013

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Fakulta ekonomická

Akademický rok: 2011/2012

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Blanka PICKOVÁ**
Osobní číslo: **E110175**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Komplexní rozvoj doprovodné infrastruktury cestovního ruchu na Pelhřimovsku**
Zadávající katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

Zásady pro vypracování:

Cíl práce:

Analýzovat nabídku a poptávku cestovního ruchu na Pelhřimovsku. Zvýšený důraz klást na analýzu doprovodné infrastruktury pro aktivní trávení volného času návštěvníků. Na základě šetření u návštěvníků a provozovatelů vybraných zařízení navrhnout modernizaci, příp. dobudování infrastruktury pro zvýšení komfortu, bezpečnosti a technického standardu sportovní a rekreační vybavenosti v řešeném území.

Metodický postup:

1. Studium teoretických východisek řešeného problému
2. Situační analýza
3. Marketingový výzkum a SWOT analýza
4. Komplexní rozvoj doprovodné infrastruktury pro sportovně-rekreační aktivity v řešeném území

Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Literární rešerše. 3. Cíle a metody. 4. Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání. 5. Vlastní návrhy. 6. Závěr. 7. Seznam literatury.

Rozsah grafických prací: dle potřeby
Rozsah pracovní zprávy: 60 - 80 stran
Forma zpracování diplomové práce: tištěná
Seznam odborné literatury:

Horáková, H. *Strategický marketing*. Praha: Grada Publishing, 2003.
Horner, S., Swarbrooke, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, 2003.
Jakubíková, D. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing, 2009.
Kirářová, A. *Marketing destinací cestovního ruchu*. Praha: Ekopress, 2003.
Kotler, P. a kol. *Moderní marketing*. Praha: Grada Publishing, 2007.
Oriška, J. *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis, 2010.
Palatková, M. *Marketingový management destinací*. Praha: Grada Publishing, 2011.
Zurínek, J., Zelený, L., Mervárt, M. *Dopravní procesy v cestovním ruchu*. Praha: ASPI, a.s., 2008.

Vedoucí diplomové práce: RNDr. Blažena Gehinová
Ekonomická fakulta

Datum zadání diplomové práce: 15. února 2012
Termín odevzdání diplomové práce: 16. dubna 2013

doc. Ing. Ladislav Rožimek, Ph.D.

děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 020
370 05 České Budějovice

Ing. Viktor Májek, Ph.D.

vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 15. března 2012

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma „Komplexní rozvoj doprovodné infrastruktury cestovního ruchu na Pelhřimovsku“ vypracovala samostatně s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v plném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce.

Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly, v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb., zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce.

Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

České Budějovice, 24. dubna 2013

.....

Bc. Blanka Picková

Poděkování

Na tomto místě bych chtěla především poděkovat vedoucí diplomové práce RNDr. Blaženě Gehinové za odborné vedení práce, za její pomoc, trpělivost a cenné rady, jež mi byly poskytnuty při zpracování diplomové práce.

Dále bych chtěla poděkovat všem, kteří mi poskytli informace potřebné k vypracování diplomové práce. Bez jejich pomoci by nebylo možné práci dokončit.

Zároveň patří poděkování také mému příteli, rodině a blízkým, kteří mi byli při vytváření této diplomové práce i v průběhu celého studia velkou oporou.

Obsah

1	Úvod	3
1.1	Vymezení tématu diplomové práce.....	3
1.2	Cíl práce	4
2	Přehled řešené problematiky	5
2.1	Cestovní ruch	5
2.1.1	Definice cestovního ruchu	5
2.1.2	Typologie cestovního ruchu.....	6
2.1.3	Specifika trhu cestovního ruchu	6
2.2	Služby cestovního ruchu	7
2.2.1	Doprovodná infrastruktura cestovního ruchu	9
2.3	Destinace cestovního ruchu.....	11
2.3.1	Charakteristika destinace cestovního ruchu.....	11
2.3.2	Primární a sekundární nabídka destinace cestovního ruchu	12
2.3.3	Typologie destinace	13
2.3.4	Přístupy k vymezení destinace.....	14
2.3.5	Segmentace návštěvníků destinace cestovního ruchu	15
2.3.6	Organizace cestovního ruchu v destinaci.....	16
2.4	Marketing destinace	17
2.4.1	Marketingový mix.....	17
2.4.2	Marketingový proces destinace	18
2.4.3	Analýza destinace cestovního ruchu.....	19
2.4.4	Analýza SWOT.....	19
2.4.5	Analýza potřeb a požadavků návštěvníků	20
2.4.6	Marketingový výzkum	21
3	Metodika práce	23
3.1	Pracovní hypotézy	24
4	Vyhodnocení nabídky cestovního ruchu na Pelhřimovsku.....	25
4.1	Obsahová charakteristika a vymezení řešeného území.....	25
4.1.1	Významná města řešeného území.....	26
4.2	Analýza složek primární nabídky.....	28
4.2.1	Přírodní předpoklady	28
4.2.2	Kulturně – historické předpoklady	31

4.3	Analýza složek sekundární nabídky.....	36
4.3.1	Turistická suprastruktura cestovního ruchu.....	36
4.3.2	Infrastruktura cestovního ruchu.....	39
4.3.3	Dopravní infrastruktura.....	53
4.3.4	Obchodní vybavenost a nabídka služeb.....	55
5	Marketingový výzkum.....	56
5.1	Postup a cíle dotazníkových šetření.....	56
5.2	Prezentace výsledků dotazníkového šetření u návštěvníků.....	57
5.3	Profil návštěvníka.....	66
5.4	Zodpovězení pracovních hypotéz.....	66
5.5	Prezentace výsledků dotazníkového šetření ve vybraných ubytovacích zařízeních.....	67
5.6	Vymezení nabídky ubytovacích zařízení.....	73
6	SWOT analýza Pelhřimovska.....	74
6.1	Analýza silných a slabých stránek.....	74
6.2	Analýza příležitostí a hrozeb.....	80
6.3	Závěrečná SWOT analýza.....	83
7	Návrh na modernizaci a zkvalitnění doprovodné infrastruktury.....	85
7.1	Vyhodnocení navrhovaných opatření.....	92
8	Závěr.....	93
8.1	Klíčová slova.....	94
9	Summary.....	95
9.1	Key words.....	96
10	Seznam použitých zdrojů.....	97
11	Seznam tabulek a grafů.....	102
12	Seznam příloh.....	103

1 Úvod

Cestovní ruch patří do největších a stále se rozvíjejících odvětví průmyslu světa. Má nepřehlédnutelnou roli v ekonomice a je velkým přínosem pro daný stát nebo konkrétní destinaci.

V posledních letech se tak cestování stává samozřejmou součástí lidského života. Lidé ho čím dál tím více vyhledávají a kladou na něj stále větší požadavky, jak na technické vybavení a bezpečnost, tak i na komfort a dostupnost služeb. Díky tomuto bude dle mého názoru cestovní ruch aktuální i v následujících letech a je to jeden z důvodů, že jsem si tento obor zvolila jako specializaci mého magisterského studia a zaměřila jsem na něj i svou diplomovou práci.

Česká centrála cestovního ruchu (CzechTourism) uvádí, že důležitým obdobím cestovního ruchu je druhá polovina dvacátého století, kdy zažívá svůj „boom“. Hraje důležitou roli, nejen v ekonomice (podílí se na růstu HDP země), ale i v kulturním a společenském životě, jelikož je považován za ukazatele životní úrovně obyvatelstva. Přínosy cestovního ruchu jsou zaznamenávány také v dalších oblastech, a to oblasti sociální a environmentální. [22]

Česká republika je považována za zajímavou evropskou turistickou destinaci, jak z pohledu zahraničního, tak i domácího turisty. Nachází se zde spousta přírodních atrakcí, turistických zajímavostí a také kulturních, historických i technických památek. Velkým turistickým lákadlem jsou také památky UNESCO¹, jejichž počtem na seznamu světového dědictví se Česká republika může právem pyšnit. Nabídka této destinace je velice pestrá a dokáže uspokojit široký okruh turistů z příjezdového i domácího cestovního ruchu.

1.1 Vymezení tématu diplomové práce

V mé diplomové práci jsem se zaměřila na turistický region Vysočina, konkrétně na Pelhřimovsko. Výhodou pro cestovní ruch v tomto regionu je fakt, že Vysočina je situována v dopravním i populačním středu země. Dalším kladem regionu je zachované čisté životní prostředí. [23]

¹Zkratka UNESCO je z anglického názvu „United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization“, český překlad „Organizace OSN pro výchovu, vědu a kulturu“.

Zvolila jsem si téma „Komplexní rozvoj doprovodné infrastruktury cestovního ruchu na Pelhřimovsku“. Důvodem zvolení tohoto tématu je vystudování oboru Cestovní ruch již na bakalářském studiu a nynější specializace na navazujícím magisterském studiu. Mám tedy k tomuto oboru blízko a ráda bych se mu věnovala i v rámci budoucího zaměstnání. Pro zvolení konkrétní destinace vedla skutečnost, že pocházím z města Pelhřimov.

V mé práci se zabývám problematikou doplňkové infrastruktury cestovního ruchu se zaměřením na aktivní cestovní ruch. V této oblasti má Pelhřimovsko jisté nedostatky, ale neustále svou nabídku rozšiřuje, obnovuje a snaží se nabízet nové turistické atraktivitu, což vede k celoroční návštěvnosti této oblasti.

1.2 Cíl práce

Hlavním cílem diplomové práce je analyzovat nabídku a poptávku cestovního ruchu na Pelhřimovsku. Zvýšený důraz je kladen na analýzu doprovodné infrastruktury pro aktivní trávení volného času návštěvníků. Na základě šetření u návštěvníků a provozovatelů vybraných zařízení navrhnout modernizaci, případně dobudování infrastruktury pro zvýšení komfortu, bezpečnosti a technického standardu sportovní a rekreační vybavenosti v řešeném území.

Jednotlivé cíle:

- provedení situační analýzy řešeného území;
- provedení marketingového výzkumu formou dotazníkového šetření u návštěvníků a provozovatelů vybraných zařízení, vyhodnocení jejich výsledků;
- provedení SWOT analýzy v řešeném území;
- navržení řešení pro modernizaci či dobudování infrastruktury.

2 Přehled řešené problematiky

2.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch, jak uvádí Vystoupil (2006, s 38), má vliv na tvorbu hrubého domácího produktu, na zaměstnanost, na platební bilanci státu a zvyšuje celkovou úroveň vzdělanosti obyvatelstva. Kiráľová (2003, s 9) ještě dodává, že se cestovní ruch podílí na záchraně kulturních, uměleckých i historických památek.

Podle prognózy UNWTO² by do roku 2020 měly mezinárodní turistické příjezdy celosvětově pokořit hranici jeden a půl miliardy cestujících. Došlo by tak k nárůstu přibližně o čtyři procenta ročně. Podnikat by se měly více mezikontinentální cesty než cesty v rámci jednoho kontinentu. Česká republika by měla podle této prognózy zaujímat v roce 2020 místo mezi deseti nejvíce navštěvovanými zeměmi světa. Odhaduje se, že v roce 2020 by k nám mělo docestovat čtyřicet čtyři miliónů turistů. Tento počet by měl tvořit podíl 2,7% na celosvětovém trhu cestovního ruchu. (Foret, Foretová, 2008, s 108)

2.1.1 Definice cestovního ruchu

Pokud bychom si chtěli cestovní ruch definovat, můžeme ho podle Jakubíkové (2009, s 18) označit jako „*pohyb lidí mimo jejich vlastní prostředí do míst, která jsou vzdálena od místa jejich bydliště, za různými účely*“. Výjimkou jsou migrace a výkon normální denní práce, ty za cestovní ruch podle autorky považovány nejsou.

Podle Orišky (1999, s 5) zní definice cestovního ruchu takto: „*Cestovním ruchem se rozumí soubor činností uspokojující potřeby, které souvisejí s cestou a pobytem mimo místo trvalého bydliště. Uskutečňuje se ve volném čase, nejen za účelem zotavení, poznání, kontaktu s lidmi, kulturního a sportovního vyžití, lázeňského léčení, ale také za účelem pracovních cest*“.

Nejčastěji se však používá definice cestovního ruchu podle UNWTO, jedná se o „*činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí, a to na dobu kratší, než je stanoveno, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než*

² Zkratka UNWTO je z anglického názvu „United Nations World Tourism Organization“, český název „Světová organizace cestovního ruchu“.

vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě“. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s 18)

Avšak Hornerová a Swarbrooke (2003, s 53) jsou toho názoru, že obecná definice zní příliš jednoduše a není příliš výstižná. Podle nich by oblast služebních cest měla být do cestovního ruchu také zahrnuta, jelikož ji považují za lukrativní a přínosnou. Dále nepovažují cestovní ruch za samostatné odvětví, ale za činnost, která je výsledkem služeb jiných odvětví a je tvořena jejich souhrnnou nabídkou.

2.1.2 Typologie cestovního ruchu

V předešlé kapitole byly charakterizovány obecné definice cestovního ruchu. Pokud se ale zabýváme cestovním ruchem podrobněji, je třeba ho rozčlenit, a to v závislosti na tom, jak se projevuje v reálné konkrétní podobě. Malá (1999, s 15) uvádí ve své publikaci základní členění cestovního ruchu na:

- formy cestovního ruchu (z hlediska motivace turistů);
- druhy cestovního ruchu (podle způsobu realizace v závislosti na ekonomických, geografických, společenských a dalších podmínkách).

Jakubíková (2009, s 20) dále cestovní ruch dělí podle dalších hledisek, a to podle místa realizace na domácí a zahraniční (výjezdový, příjezdový, tranzitní), podle účelu cesty na rekreační, kulturně poznávací, vzdělávací, společenský, sportovní, náboženský, zdravotní a léčebný, dle délky pobytu na krátkodobý, střednědobý a dlouhodobý, dle způsobu organizace na organizovaný nebo neorganizovaný, podle počtu účastníků na individuální či skupinový, dle prostředí na venkovský, městský a lázeňský, podle intenzity během roku na stálý, sezónní nebo mimo sezónní.

2.1.3 Specifika trhu cestovního ruchu

Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011, s 22) ve své publikaci uvádějí, že trh cestovního ruchu je mezinárodního charakteru a má celou řadu zvláštností. Ty vyplývají především z potřeb turistů a z charakteru služeb cestovního ruchu. Tento trh je také velice ovlivňován politickým prostředím a legislativou, zásadní vliv má politická stabilita či nestabilita v destinaci, míra podpory ze strany orgánů státní správy i samosprávy, stupeň a způsob spolupráce. Produktem trhu cestovního ruchu je nejčastěji služba, má nehmotný charakter a je tedy nutné si uvědomit, že ji nelze skladovat, spotřebovává se

ihned. Z toho vyplývá místní a časová vázanost tvorby, realizace a spotřeby služeb. Když nejsou služby spotřebovány v době, kdy jsou právě k dispozici, dochází k jejich pomíjivosti a jejich kapacita je ztracena, například není-li obsazeno sedadlo v letadle.

Je důležité si také uvědomit, jak uvádí Foret a Foretová (2008, s 14), že podnikání v cestovním ruchu nelze brát za krátkodobou záležitost. Jedná se o dlouhodobé aktivity trvající i řadu let, proto je nutné brát v úvahu i ne příliš vydařené sezóny a naopak být dobře připraven na sezóny nečekaně dobré. Stejně jako na jiných trzích se i na trhu cestovního ruchu prolíná vztah poptávky a nabídky, avšak zde jsou velice závislémi na přírodních vlivech i dalších nepředvídatelných událostech. Dalším specifikem tohoto trhu je, že nabídka, poptávka i spotřeba služby mohou být od sebe odděleny, například je-li kupován zájezd v zimě přes internet na letní pobyt. Jelikož se na tomto trhu objevuje vysoký podíl lidské práce, je nutné klást velký důraz na výběr a školení personálu.

2.2 Služby cestovního ruchu

Služby jsou podle Orišky (2010, s 7) obecně charakterizovány jako ekonomické statky, které mají převážně nehmotný charakter a jsou určeny k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. Dalším specifikem je komplexnost služeb. To znamená, že jsou produkovány nejen podniky cestovního ruchu, ale i dalšími subjekty soukromého a veřejného sektoru.

Specifické vlastnosti služeb dle Jakubíkové (2009, s 71) jsou nehmotnost, neoddělitelnost od poskytovatele, proměnlivost neboli variabilita, pomíjivost a absence vlastnictví.

1. *Nehmotnost.* – Podle Palatkové a Zichové (2011, s 62) patří nehmotnost mezi nejtypičtější vlastnosti služeb a je specifická tím, že službu nelze před její koupí vidět, cítit, vyzkoušet ani ochutnat. Proto ke snížení nejistoty před koupí služby, hledají zákazníci záchytné body kvality, podle nichž si vytvářejí závěry. Mezi ně patří například lokalita, exteriér či interiér a jeho vybavení, lidé poskytující službu, cena a další. Poskytovatelé musí tedy, jak tvrdí Jakubíková (2009, s 71), doložit kvalitu a snažit se tak službu zhmotnit. Tohoto „zhmotnění“ dosahují například prostřednictvím katalogů, internetových stránek, televizní reklamy a jiných prostředků.

2. *Neoddělitelnost od poskytovatele.* – Tato vlastnost vyplývá podle Palatkové a Zichové (2011, s 62) ze skutečnosti, že se jedná o služby osobního charakteru. Vyjadřuje tedy vzájemné působení mezi poskytovatelem služeb a zákazníkem. Aby tento vztah byl bezproblémový, je potřeba věnovat pozornost školení a výchově personálu.
3. *Proměnlivost (variabilita).* – Závislost kvality nabízené služby je dle Jakubíkové (2009, s 71) na tom, kdo, kde, kdy a jak ji poskytuje. To znamená, že jedna konkrétní služba vykonaná stejným člověkem pro stejného zákazníka se může pokaždé lišit. Aby k tomuto nedocházelo, pořádají se školení a klade se důraz na výchovu zaměstnanců. Často se také v tomto případě přistupuje ke standardizaci. Musí se však rozlišit, jaké služby standardizovat a jaké nabídnout zákazníkům odlišné od konkurence. Průběžně se tak provádí kontrola služeb, kdy se provádí průzkum spokojenosti zákazníka.
4. *Pomíjivost.* – Z této vlastnosti plyne podle Palatkové a Zichové (2011, s 62), že služba je neskladovatelná. Pokud není spotřebována v místě a čase, kdy je zrovna nabídka služby aktuální a kdy jsou na ni využity všechny dostupné zdroje, stává se ztracenou a nelze ji nijak nahradit. Cílem poskytovatelů služeb tedy je, jak uvádí Jakubíková (2009, s 71) zajistit rovnoměrnou vytíženost. Té dosáhnou pomocí dobré kombinace jednotlivých prvků marketingového mixu.
5. *Absence vlastnictví.* – Nelze vlastnit služby.

Dělení služeb podle Orišky (2010, s 13-15):

Podle významu:

- základní (doprava, ubytování, stravování);
- doplňkové (služby spojené s využitím atraktivit charakteristických pro určitý rekreační prostor).

Podle charakteru spotřeby:

- osobní (odnesení zavazadel...);
- věcné (úprava lyžařské výstroje...).

Podle způsobu úhrady:

- služby placené (ubytování, stravování...);
- služby neplacené (úschova lyží, parkování u hotelu...).

Podle místa:

- služby poskytované v místě obvyklého pobytu;
- služby poskytované během přepravy;
- služby v rekreačním prostoru.

Podle funkcí ve vztahu k jednotlivým uspokojovaným potřebám účastníků:

- dopravní, ubytovací, stravovací, animační, zprostředkovatelské, společensko-kulturní, sportovně-rekreační, lázeňsko-léčebné, směnářské, průvodcovské, informační, obchodní, komunální, zdravotní, poštovní, horská služba a jiné.

2.2.1 Doprovodná infrastruktura cestovního ruchu

Podrobnější zaměření bude pouze na doplňkové služby, neboli na doprovodnou infrastrukturu cestovního ruchu.

Jak už je zmiňováno výše, tyto služby jsou spojené s využitím atraktivit a vlastností typických pro určité rekreační místo. Přispívají také ke zvýšení celkového potencionálu dané destinace.

Řadíme sem například:

1. *Služby informační.* - Podle Orišky (2010, s 16) umožňují šíření objektivních poznatků o cílových místech, objektech a službách cestovního ruchu. Tím napomáhají účastníkům rozhodnout se a určují jim správný směr k uspokojení jejich požadavků.

Účelovým zařízením pro tyto služby je hlavně turistické informační centrum, uvádí ve své publikaci Jakubíková (2009, s 33), které značně ovlivňují rozsah a kvalitu služeb poskytovaných turistům. Důvodem je především široké spektrum poskytovaných informací, rozšiřování jejich obsahu, nabídka rezervací služeb několika způsoby, včetně on-line rezervace a podpora elektronické komerce. Turistické informační centrum naviguje turistu při příjezdu do regionu, v místě pobytu, nabízí mu atraktivity a akce v regionu, čímž má značný potenciál nejen k prodloužení pobytu turisty, ale i k jeho vyšší útratě za poskytnuté služby.

2. *Služby animační.* – Oriška (2010, s 18) je charakterizuje jako osobní služby spojené s péčí o návštěvníka. Animace znamená oživení, rozveselení nebo zábavu a v cestovním ruchu má význam z hlediska získání nevšedních zážitků. Vychází z lidské potřeby odpočinku, společenské komunikace a zábavy ve

volném čase. Animační služby mohou být součástí nabídky ubytovacích zařízení i středisek cestovního ruchu a jsou vykonávány pod odborným vedením animátora.

3. *Služby průvodcovské.* – Jsou také osobního charakteru a souvisí s doprovázením skupin nebo jednotlivých účastníků cestovního ruchu a s poskytováním informací. Tyto služby jsou zajišťovány převážně průvodci cestovního ruchu.
4. *Společensko-kulturní.* – Uspokojují společenské a kulturní potřeby turistů. Jejich poptávku do značné míry ovlivňuje délka pobytu v cílovém místě, proto je důležité, aby objekty poskytující tyto služby, přizpůsobily svou provozní dobu a rozmanitost nabídky programu poptávce návštěvníků. Často jsou také spojovány s animačními aktivitami.
5. *Sportovně-rekreační služby.* – Tyto služby jsou podle Jakubíkové (2009, s 35) velice významné a jejich poskytování je spojeno především se sportovním a rekreačním cestovním ruchem. Umožňují aktivní využití přírodních i uměle vytvořených podmínek pro rozvoj sportu, rekreace a turistiky. Jejich poskytování a spotřeba je spojena se snahou využít volný čas k aktivnímu odpočinku zahrnujícímu i určitý stupeň fyzické zátěže, který odbourává stereotypní způsob života.
6. *Obchodní služby.* – Jsou dle Orišky (2010, s 15) předpokladem komplexního uspokojení potřeb turistů. Souvisejí s nabídkou zboží, které požadují návštěvníci dané destinace. Patří sem například potraviny, nápoje, fotografické potřeby, sportovně-relaxační potřeby, mapy, knižní průvodce a jiné.
7. *Směnárenské služby.* – Jedná se o obchod s devizovými hodnotami, kterým se rozumí jejich nákup nebo prodej. Manipulovat se může s hotovostí (bankovky, mince) nebo s bezhotovostními hodnotami (cestovní šeky).
8. *Kongresové služby.* – Jsou určeny k uspokojování potřeb účastníků kongresových akcí. Ti mají předem připravený odborný program propojený s doprovodnými aktivitami. Kombinují se zde různé druhy služeb (ubytovací, stravovací, informační, společensko-zábavní...). Poskytování těchto služeb vyžaduje specifické materiálně-technické podmínky a jejich organizace je prováděna profesionálními organizátory kongresových akcí.

9. *Zdravotnické a záchranné služby.* – Stávají se součástí komplexní vybavenosti cílové destinace. V horských střediscích to může být například činnost horské služby, na koupalištích činnost vodní záchranné služby.
10. *Komunální služby.* – Jsou určeny jak pro místní obyvatelstvo, tak účastníky cestovního ruchu. Představují sortiment různorodých aktivit. Jedná se o služby osobní (kadeřnictví, manikúra...), služby oprav a půjčoven spotřebního zboží, služby dopravní infrastruktury (taxislужba, půjčovna aut...) a veřejně prospěšné služby (odvoz odpadků, čištění ulic...).

2.3 Destinace cestovního ruchu

2.3.1 Charakteristika destinace cestovního ruchu

Podle Királ'ové (2003, s 15) je rozvoj cestovního ruchu podmíněn existencí potenciálu, jež má výrazný teritoriální aspekt a je úzce vázán na krajinný systém. Potenciál může být přírodní nebo vytvořen lidskou činností a vyjadřuje způsobilost územního celku vytvořit podmínky pro rozvoj cestovního ruchu. Je rozmístěn nerovnoměrně a různorodě dle kvality, přičemž se obvykle liší i v rámci velkých územních celků.

Destinaci cestovního ruchu definuje třemi způsoby:

1. dle vlastních slov jako přirozeně dané území mající z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu specifické vlastnosti lišících se od ostatních destinací;
2. dle UNWTO jako „*místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu*“, ty si účastník cestovního ruchu vybírá pro svou návštěvu a poskytovatelé je přinášejí na trh (Királ'ová, 2003, s 15);
3. dle Výkladového slovníku cestovního ruchu v užším slova smyslu jako cílovou oblast v daném regionu, pro niž je typická významná nabídka atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu, v širším smyslu ji lze charakterizovat jako zemi, regiony, lidská sídla a další oblasti, které jsou typické velkou koncentrací atraktivit, rozvinutými službami a další infrastrukturou cestovního ruchu, výsledkem je pak dlouhodobá koncentrace návštěvníků; pro mezinárodní návštěvníky je tedy destinací celá země nebo nějaký z regionů státu, případně město. (Pásková, Zelenka, 2002, s 59)

Palatková (2011, s 11) destinaci značí jako místo určení nebo geograficky určený cíl cesty. Podle ní je destinace představována svazkem různých služeb, které jsou koncentrovány v určitém místě nebo oblasti, jež si klient vybírá jako cíl cesty. Může se jednat o kontinent, stát, kraj, region nebo oblast.

Destinace jsou podle ní vzájemně si konkurující jednotky, plnící řadu funkcí (marketingová, nabídková, plánovací, funkce zastoupení různých zájmových skupin) a jejich společným cílem je prodej. Jedná se o regionální, mezinárodně konkurenceschopné a strategicky řízené jednotky nabídky na mezinárodním trhu. Nabízejí zákazníkům odpovídající produkt a uspokojují jejich očekávání. Destinace se tak snaží o bezchybnou a kvalitní organizaci celého řetězce poskytovaných služeb.

Kiráľová (2003, s 16) je také toho názoru, že rozvoj cestovního ruchu v destinaci je podmíněn kvalitní nabídkou, která je schopna přilákat návštěvníky a následně maximálně uspokojit jejich potřeby a požadavky.

Nabídku cestovního ruchu autorka dělí na primární a sekundární. Složky primární nabídky jsou utvářejícími podmínkami pro uspokojení potřeb a požadavků. Struktura, rozmístění a úroveň sekundární nabídky cestovního ruchu je zas určujícím faktorem využitelnosti destinace pro aktivity cestovního ruchu.

2.3.2 Primární a sekundární nabídka destinace cestovního ruchu

Primární nabídka zahrnuje dle Kiráľové (2003, s 41) základní složky produktu, a to přírodní, kulturně-historický a kulturně-společenský potenciál.

1. *Přírodní potenciál.* – Palatková a Zichová (2011, s 58) řadí do tohoto potenciálu takové atraktivity, které umí přilákat návštěvníky do destinace na delší dobu. Tyto atraktivity jsou tedy pobytového charakteru. Jedná se o potenciál geomorfologický (ovlivňuje využití území destinace pro cestovní ruch, například využití destinace na turistiku, zimní sporty...), klimatický (teplota, srážky, větrnost, doba slunečního svitu...), hydrologický (využití povrchových vod, to znamená jezer, přírodních i umělých vodních ploch, minerálních pramenů...) a biologický (dotváří charakter destinace, patří sem fauna a flóra, typická jsou chráněná území přírody).
2. *Kulturně-historický potenciál.* – Jedná se dle Kiráľové (2003, s 41-42) o uměle vytvořené a lokalizované atraktivity destinace cestovního ruchu přitahující

určitý okruh návštěvníků. Do této skupiny se řadí hrady a zámky, muzea, skanzeny, rezervace lidové architektury, sakrální památky, městské památkové rezervace, národně-historické památky, zábavní a tematické parky.

3. *Kulturně-společenský potenciál.* – Podle Palatkové a Zichové (2011, s 59) jde o kulturně-společenské, sportovní a jiné atraktivity, které jsou uměle vytvořeny. Můžeme sem zařadit veletrhy a výstavy, kongresy a sympozia, hudební, folklorní a filmové festivaly, sportovní, náboženské a obchodní akce, dále významná kulturní a historická místa, kulturní zařízení a jiné.

Sekundární nabídka destinace, jak tvrdí Királ'ová (2003, s 42), představuje prostředky ke splnění potřeb a požadavků návštěvníků, aby byly naplněny jejich tužby a očekávání. Tuto nabídku tvoří turistická supra a infrastruktura, všeobecná infrastruktura.

1. *Turistická suprastruktura.* – Dle Palatkové a Zichové (2011, s 60) vytváří podmínky pro využívání primární nabídky cestovního ruchu a dlouhodobý pobyt návštěvníka v destinaci. Jsou zde zahrnuty stravovací a ubytovací služby.
2. *Turistická infrastruktura.* – Tuto skupinu tvoří tour operátoři, cestovní kanceláře, cestovní agentury, místní, regionální a národní informační kanceláře cestovního ruchu, směnárny, sportovně-rekreační zařízení, kulturně-společenská zařízení, rekreační doprava a záchranná služba. (Királ'ová, 2003, s 43)
3. *Všeobecná infrastruktura.* – Zahrnuje dopravu a dopravní dostupnost, kterou Zurynek, Zelený a Mervart (2008, s 11) z hlediska potřeb cestovního ruchu dělí na železniční, leteckou, silniční, dopravu integrovaných systémů, nekonvenční a na ostatní druhy, k nimž patří lanové dráhy, magnetické dopravní prostředky a půjčovny automobilů. Királ'ová (2003, s 45) do této skupiny ještě přidává obchodní síť a síť služeb, technické sítě, zásobování vodou, elektřinou, plynem a likvidaci odpadů.

Analýza primární a sekundární nabídky může vést ke zpracování seznamu nabídky destinace. Ten pak může sloužit jako podklad pro zpracování mapy destinace, doplněnou ještě o kapacitní údaje jednotlivých zařízení.

2.3.3 Typologie destinace

Destinaci cestovního ruchu, jak uvádí Királ'ová (2003, s 16-17), je také možno typologizovat, a to na základě různých kritérií. V praxi se obvykle používá vymezení

typu destinace na základě nejtypičtější atraktivity primární nebo sekundární nabídky. Důležitý je také fakt, že jednotlivým destinacím ve skutečnosti často odpovídá více destinačních typů.

Ve své knize dělí autorka destinace podle hlavní nabízené atraktivity na typ městský, přímořský, venkovský, horský, exotický, exkluzivní a jiné. Dále se dají destinace dělit podle aktivit, které je možné v těchto destinacích uskutečňovat, a to na:

- hlavní města;
- rozvinutá tradiční centra cestovního ruchu;
- střediska cestovního ruchu;
- účelově vybudované resorty.

Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011, s 137) tvrdí ve své publikaci, že destinace jsou na trhu cestovního ruchu nabízené různým segmentům s důrazem na jednotlivé atraktivity nebo aktivity. Proto se Királ'ová (2003, s 17) v zájmu snížení vlivu sezónnosti často typologizaci brání. V této souvislosti autorka raději doporučuje spíše členění podle aktivit, které je možné v destinaci uskutečňovat.

2.3.4 Přístupy k vymezení destinace

Pro toto vymezení neexistuje podle Palatkové (2011, s 13) žádný jednotný postup. Přístupy jsou tedy různé. Při vymezení destinace turismu jako geografického prostoru se nejedná obvykle jen o vymezení jedné destinace, ale o určení návazností na vyšší a nižší stupeň hierarchie destinace (nadmárodní – národní – regionální – místní – resort), tedy o určení zařazení destinace do širšího systému.

Také Hornerová a Swarbrooke (2003, s 289) uvádějí, že destinace existují na různých geografických úrovních. Ty jsou spolu ve vzájemných vztazích. Někteří turisté tak mohou považovat celý kontinent za jednu destinaci, pro jiné je zas destinací jen konkrétní země, region, město či středisko.

Palatková (2011, s 13) dále tvrdí, že vymezení destinace na národní úrovni je dáno administrativní (státní) hranicí, místní destinace pak nejčastěji hranicí města nebo obce. Nejsložitější podle ní je vymezení destinace na úrovni regionální.

Konkrétní příklad lze uvést na České republice, která byla rozdělena Českou turistickou centrálou (CzechTourism) pro potřeby propagace a regionální koordinace na turistické regiony a turistické oblasti. Turistické regiony jsou definovány jako „*území, kde*

cestovní ruch spojuje a sjednocuje jednotlivé prvky dané oblasti, avšak zároveň je i odlišuje od ostatních regionů“ (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s 42). Hlavní význam turistických regionů je chápán v možnosti ucelené prezentace země v zahraničí a v podpoře domácího cestovního ruchu. Jednotlivé regiony jsou prezentovány prostřednictvím turistických produktů, díky nimž by se měly vzájemně odlišovat. Turistických regionů je v České republice celkem sedmnáct: Praha, Střední Čechy, Západočeské lázně, Plzeňsko a Český les, Šumava, Jižní Čechy, Vysočina, Jižní Morava, Východní Morava, Severní Morava a Slezsko, Střední Morava a Jeseníky, Východní Čechy, Královéhradecko, Krkonoše a Podkrkonoší, Český ráj, Českolipsko a Jizerské hory, Severozápadní Čechy.

Turistické regiony se mohou dále podle autorů dělit na menší území, a to turistické oblasti, kterých Česká turistická centrála definovala celkem čtyřicet. Například region Jižní Morava se dále dělí na turistické oblasti Brno a okolí, Moravský kras a okolí, Pálava a Lednicko-valtický areál, Znojemsko a Podyjí, Slovácko.

Důležité je zdůraznit, že turistické regiony se prakticky nekryjí s administrativním uspořádáním země na samosprávné kraje. Ty disponují vlastními prostředky a vlastními plány i aktivitami na podporu a rozvoj cestovního ruchu. Proto systém turistických regionů a oblastí má omezenou finanční a zároveň i marketingovou podporu, kromě aktivit organizovaných organizací CzechTourism, a prosazuje se jen obtížně. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s 42).

2.3.5 Segmentace návštěvníků destinace cestovního ruchu

Jelikož existuje jen málo destinací, jak uvádí Királ'ová (2003, s 60-61), které vyhovují všem turistům, je potřeba pro zjištění jednotlivých požadavků a potřeb současných i potencionálních návštěvníků si je rozdělit do skupin.

Různé segmenty trhu mají různé potřeby a požadavky, různý stupeň současné i budoucí spotřeby, různá očekávání ohledně produktu, vyžadují odlišný způsob komunikace a jinak se na trhu chovají. Segmentovaný marketing podle Kotlera a Armstronga (2004, s 328) nabízí na rozdíl od masového marketingu mnoho výhod. Destinace díky němu může prezentovat své produkty účinněji, zaměřit svou nabídku na určitou skupinu návštěvníků, kterým nabídne lepší a pro destinaci ziskovější produkty.

Segmenty trhu je možno podle Királ'ové (2003, s 61) charakterizovat jako skupinu současných nebo potencionálních návštěvníků mající nějaké společné charakteristiky, které jsou významné z hlediska reakce těchto skupin na stimulaci poptávky po určitém produktu. V zájmu zjištění společných charakteristik je nutné, aby byla vybrána kritéria, na základě kterých se segmentace uskuteční.

Tato kritéria uvádí Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011, s 137-138) ve své knize. Jedná se o kritérium:

- *Geografické* – příkladem je vyhodnocování počtu návštěvníků z jednotlivých zdrojových zemí cestujících do cílových zemí za určité časové období;
- *Demografické* – věk, pohlaví, národnost, vzdělání, příjmy...;
- *Psychografické* – hodnotí se spotřební chování návštěvníků, požadavky a zvyklosti ve vztahu k životnímu stylu, sociální postavení...;
- *Behaviorální* – je zkoumán způsob nákupu, nákupní zvyklosti, tedy účel a důvod cesty.

2.3.6 Organizace cestovního ruchu v destinaci

Pásková a Zelenka (2002, s 275) definují organizaci cestovního ruchu jako organizaci zaměřenou na management destinace v oblasti vytváření a prosazení destinace a jejích produktů na trhu, uskutečňující záměry destinačního managementu. Úkolem organizace cestovního ruchu je řídit cestovní ruch a jeho rozvoj v dané destinaci a podpořit spolupráci, vznik a prodej společných produktů cestovního ruchu vytvářejících turisticky atraktivní oblast generující příjmy z cestovního ruchu.

Dle názoru Királ'ové (2003, s 18) v zájmu jednotného postupu při nabízení destinace na trhu cestovního ruchu je potřeba vytvořit takovou organizaci, která bude efektivně koordinovat činnosti všech zainteresovaných subjektů působících v destinaci. Dále bude schopna přizpůsobit se změnám na trhu a její odpovědnost za dosažené výsledky bude v souladu s její možností tyto výsledky ovlivnit. S tímto názorem se shodují Ryglová, Burian, Vajčnerová (2011, s 163), tvrdící, že destinace jako samostatné a konkurenceschopné jednotky cestovního ruchu musí být řízeny odpovídajícím způsobem. Tuto funkci pak musejí zastávat schopné organizace. V organizaci cestovního ruchu by měly být podle Királ'ové (2003, s 18) zastoupeny podnikatelské

subjekty, občanské a kulturní organizace, orgány státní správy, orgány samosprávy i obyvatelé dané destinace.

Efektivita destinace je dle Ryglové, Buriana a Vajčnerové (2011, s 164) především podmíněna spoluprací mezi jednotlivými organizacemi a subjekty cestovního ruchu tvořící stranu nabídky a poskytující návštěvníkům destinace jednotlivé služby. Například podnikatelé by nevytvářeli potřebný zisk bez dobře fungujících veřejných služeb (přístupové komunikace...), stejně jako by obec neprosperovala bez podpory drobných podnikatelů poskytujících služby cestovního ruchu. Uplatňuje se tedy stále více spolupráce mezi veřejným a soukromým sektorem na principu „3P“ (private – public – partnership).

2.4 Marketing destinace

Marketing se obecně definuje jako *„společenský a manažerský proces, jehož prostřednictvím uspokojují jednotlivci i skupiny své potřeby a přání v procesu výroby a směny výrobků či jiných hodnot.“* (Kotler, Armstrong, 2004, s 30)

Kotler (2007, s 38) ve své novější publikaci ještě dodává, že marketing dnešní doby nelze chápat pouze jen jako schopnost přesvědčit a prodat, ale jako schopnost uspokojit potřeby zákazníků.

Marketing cestovního ruchu definuje A. M. Morisson jako *„plynulý proces plánování, zkoumání, naplňování, kontroly a vyhodnocování činností potřebných k zajištění jak zákaznických potřeb a požadavků, tak i cílů organizace.“* (Kiráľová, 2003, s 13)

Marketing destinace je dle Jakubíkové (2009, s 38) *„proces sladování zdrojů destinace s potřebami trhu. Obsahuje analýzu místa plánování, organizování, řízení a kontrolu strategií na vymezení lokalit a směřuje hlavně k silným stránkám konkurenční pozice současných míst v mezinárodním souboji o atraktivní cílové skupiny.“*

2.4.1 Marketingový mix

Marketingový mix je podle Jakubíkové (2009, s 182) *„soubor marketingových nástrojů, které firma využívá k tomu, aby dosáhla marketingových cílů na cílovém trhu.“* Marketingový mix je tak přesně přizpůsoben požadavkům cílových zákazníků.

Marketingový mix podle Horákové (2003, s 72) zahrnuje takzvané „4P“, a to **P**roduct – produkt, **P**rice – cenu, **P**lace – místo, distribuci a **P**romotion - marketingovou

komunikaci. V oblasti služeb někteří autoři, například Ryglová, Burian, Vajčnerová (2011, s 134, 136), používají ještě další prvky. Marketingový mix je tak rozšířen o další „4P“. Patří sem **P**eople – lidé, **P**ackaging – balíky služeb, **P**rogramming – tvorba programů, **P**artnership – spolupráce, partnerství. U marketingové strategie destinace cestovního ruchu se používá všech „8P“.

Vymezení některých pojmů z marketingového mixu

Produkt lze podle Palatkové (2011, s 49) vymežit jako „*cokoli, co lze na trhu nabídnout, co získá pozornost, co může sloužit ke spotřebě, co může uspokojit nějaké přání nebo potřebu*“. V cestovním ruchu je tímto produktem služba. Pokud se hovoří o produktu destinace, je to vše, co je zákazníkům nabízeno ze strany subjektů destinace a vše, co zákazníci naopak chtějí, poptávají a uspokojuje to jejich potřeby.

Jakubíková (2009, s 238) označuje marketingovou komunikací „*prostředky, jimiž se firmy pokoušejí informovat spotřebitele, přesvědčovat je a připomínat jim produkty a značky, které prodávají*.“ Prostřednictvím komunikace jsou zákazníci informováni o produktech, mohou si tedy vybírat, rozhodovat se a porovnávat jednotlivé nabídky. Pomocí komunikačního marketingového mixu dochází k vzájemné výměně informací mezi zákazníkem a prodejcem.

V oblasti služeb je také důležitým pojmem „packaging“ neboli balíček služeb. Ten má podle Ryglové, Buriana a Vajčnerové (2011, s 134) význam ve spojování jednotlivých služeb k sobě do jednoho balíčku tvořícího ucelenou nabídku. Do tohoto balíčku pak mohou být přidávány další doplňkové služby dle přání zákazníka. Tyto balíčky většinou spoří čas a peníze.

Významné v oblasti cestovního ruchu je podle autorů i partnerství. Jedná se o spolupráci všech zainteresovaných subjektů. Tato spolupráce často bývá na mezinárodní úrovni. V oblasti partnerství zastávají významnou roli organizace cestovního ruchu, o nichž bylo psáno v kapitole 2.3.6.

2.4.2 Marketingový proces destinace

Podle Palatkové (2011, s 20) marketingový proces značí postup, jak dosáhnout vize a cílů, které si destinace vymezila. Součástí procesu marketingového řízení je strategický marketing a jeho plánování, které Kotler a Armstrong (2004, s 81) charakterizují jako proces tvorby a realizace firemní strategie, vycházející z jejich cílů a možností a

zohledňující měnící se marketingové příležitosti. S tímto souhlasí Horáková (2003, s 14) a dodává, že základem marketingového procesu je schopnost vytvořit, udržovat a rozvíjet žádoucí vazbu mezi cíli podniku, které jsou stanoveny na základě jeho poslání, a mezi strategiemi volenými pro uskutečnění cílů v návaznosti na vyhrazené zdroje a v rámci neustále se měnících podmínek.

Marketingový proces bývá označován zkratkou AOSTC: A (analýza – analysis), O (cíle – objectives), S (strategie – strategy), T (taktika – tactics), C (kontrola – control). (Palatková, 2011, s 21)

2.4.3 Analýza destinace cestovního ruchu

Kiráľová (2003, s 35) tvrdí, že trh cestovního ruchu je nestabilní. Proto poptávka po stále nových produktech a aktivitách nutí destinace cestovního ruchu rozšiřovat své produktové řady o nové složky. Musí nacházet nové segmenty trhu, jimž jejich nabídka vyhovuje. Mezi nynějšími destinacemi panuje velká konkurence a neustále se objevují nové, které se osvědčují. Pro subjekty cestovního ruchu je tedy důležité, aby co nejlépe poznaly nejen návštěvníky destinace, jejich potřeby a požadavky, ale i své možnosti, silné a slabé stránky, příležitosti a ohrožení, které se mohou na trhu objevit. V této souvislosti musí být uskutečněna analýza vnitřního prostředí i vnějšího okolí destinace.

2.4.4 Analýza SWOT

Dle Jakubíkové (2008, s 103) analýza SWOT sestává původně ze dvou analýz, a to analýzy silných a slabých stránek a analýzy příležitostí a hrozeb. Cílem SWOT analýzy je identifikace toho, do jaké míry jsou současná strategie firmy a její specifická silná a slabá místa relevantní a schopná se vyrovnat s neustále se měnícími podmínkami v prostředí.

Název SWOT analýzy vznikl z prvních písmen anglických slov, která uvádí Kotler ve své publikaci (2007, s 97-98):

- *Strengths*. Silné stránky jsou skutečnosti, které přinášejí výhody jak zákazníkům, tak firmě.
- *Weaknesses*. Slabé stránky jsou ty věci, které firma nedělá dobře, nebo ty, ve kterých si ostatní firmy vedou lépe.

- *Opportunities*. Příležitosti jsou skutečnosti, které mohou zvýšit poptávku nebo mohou lépe uspokojit zákazníky a přinést firmě úspěch.
- *Threats*. Hrozby jsou skutečnosti, trendy, události, které mohou snížit poptávku nebo zapříčinit nespokojenost zákazníků.

Na základě analýzy silných a slabých stránek destinace lze analyzovat, jak uvádí Királ'ová (2003, s 39), primární a sekundární nabídku cestovního ruchu, současný cílový segment a marketingový mix nejen ve vztahu k nabízené destinaci, ale i pro nejdůležitější konkurenční nabídky.

2.4.5 Analýza potřeb a požadavků návštěvníků

Podle Királ'ové (2003, s 55) závisí úspěšnost destinace na schopnosti analyzovat chování a změny v potřebách a požadavcích současných i potencionálních návštěvníků. Na základě výsledků analýzy pak stimulovat nebo i vytvářet poptávku po destinaci, jejich produktových řadách i jednotlivých komponentech produktu. Proto se dle Kotlera (2007, s 406) destinace věnují výzkumu jednotlivých marketingových podnětů a zjišťují, jak na tyto podněty návštěvníci reagují.

Rozhodování a následné chování návštěvníka je podle Hornerové a Swarbrooka (2003, s 237) ovlivňováno socioekonomickým postavením, životním stylem a demografickým prostředím. Podobného názoru je i Királ'ová (2003, s 58), ale ta za nejdůležitější faktor chování návštěvníků z hlediska destinace považuje motivaci. Na základě tohoto faktoru se pak vyvíjejí potřeby a přání návštěvníků. Proto v zájmu úspěšnosti nabídky destinace na trhu je nutné najít odpovědi na tyto otázky:

- Co návštěvník v destinaci hledá a proč sem přišel?
- Které své potřeby a přání chce v destinaci uspokojit a jaké jsou v této souvislosti jeho požadavky?

A. M. Morrison (1995, s 143-149) ve své publikaci uvádí příklady nejčastěji používaných metod při analýze potřeb a požadavků návštěvníků:

- experimentální výzkum (testy k určení pravděpodobné reakce zákazníků na nově zavedené služby a výrobky);
- pozorovací výzkum (sledování a zaznamenávání chování návštěvníků);
- průzkum (různé formy dotazování návštěvníků);
- simulační výzkum (simulace různých situací).

2.4.6 Marketingový výzkum

Z hlediska finanční a personální náročnosti je podle Királ'ové (2003, s 60) nejvhodnější pro potřeby destinace cestovního ruchu metoda průzkumu. Tedy vypracování standardního dotazníku, který je možno distribuovat návštěvníkům v ubytovacích a stravovacích zařízeních, v turistických informačních kancelářích a ve společensko-zábavních nebo sportovních zařízeních.

Metoda dotazníkového šetření je dle Kotlera (2007, s 411) nejrozšířenější metodou ve výzkumné studii. Její výhodou je pružnost vedoucí k získání různých typů informací v různých marketingových situacích. Naopak nevýhodou je částečná nenávratnost dotazníků, nechť respondentů odpovídat nebo špatné pochopení zadaných otázek.

Dotazník charakterizuje Kozel (2006, s 161) jako formulář s otázkami, na které respondenti odpovídají, popřípadě si vybírají z nabízených možností. V hlavičce dotazníku by se měl uvést dle Királ'ové (2003, s 60) účel, za jakým má být dotazník vyplněn, způsob vyplnění, poděkování za jeho vyplnění a datum vyplnění. Počet otázek v dotazníku by neměl přesáhnout počet dvacet pět, dále by měly otázky být v pevně stanoveném pořadí a s výstižnou formulací.

Druhy otázek uvedených v dotazníku podle Kozla (2006, s 169-170):

- *Otevřené.* – Nenabízí žádnou z variant odpovědí, respondent tak odpovídá podle vlastního uvážení. Tento typ otázek se používá především u kvalitativního výzkumu. Nevýhodou je obtížnost zpracování.
- *Uzavřené.* – Otázky i odpovědi jsou standardizovány, to znamená, že varianty možných odpovědí jsou v dotazníku vypsány, respondent pouze vyznačuje odpověď, která mu připadá správná. Jejich výhodou je jednoduchost zpracování a nevýhodou je omezení svobodného rozhodování respondenta, kterému je dopředu určeno, jak může odpovídat.
- *Polouzavřené.* – Jsou kompromisem mezi oběma výše uvedenými druhy a spojují jejich výhody. Respondentovi jsou předloženy varianty odpovědí, kdy poslední varianta dává možnost respondentovi volně se vyjádřit vlastními slovy. Při aplikaci těchto otázek je jistota, že varianty odpovědí představují všechny vyčerpávající možnosti odpovědí, proto je vhodné tyto otázky v dotaznících uvádět.

Kiráľová (2003, s 60) ještě dodává, že otázky se musí v dotazníku logicky odvíjet. První z nich mají respondenta příznivě naladit a motivovat ho k pokračování, další otázky jsou pak už obtížnější, které nutí respondenta k zamyšlení, a na závěr se řadí snadnější otázky. Formulace otázek musí být jasná a srozumitelná, aby je respondent pochopil a byl schopen na ně odpovědět. Z hlediska pravdivého vyplnění je vhodné do dotazníku uvést, že se jedná o anonymní průzkum.

3 Metodika práce

Diplomová práce je rozdělena na dvě části, a to teoretickou a praktickou.

První část, tedy literární rešerše, byla sepsána na základě prostudování odborné literatury, z níž byly získány teoretické poznatky k dané problematice. Je zde charakterizován cestovní ruch, jeho specifika, služby cestovního ruchu a vymezení destinace cestovního ruchu. Dále je specifikována oblast marketingu, především analýza destinace cestovního ruchu. Tyto informace byly získány z různých zdrojů. Čerpáno bylo hlavně z odborné literatury, internetové stránky byly použity pro získání konkrétních informací vztahujících se k tématu. Nutno je zmínit i propagační letáky, jež přinesly také důležité a potřebné informace pro zpracování diplomové práce.

Ve druhé, praktické části této práce bylo prvním krokem provedení vyhodnocení nabídky cestovního ruchu v řešeném území, kterým je Pelhřimovsko. Konkrétně se jedná o analýzu primární a sekundární nabídky cestovního ruchu této destinace. Dalším krokem byl marketingový výzkum. Ten byl proveden na základě dotazníkového šetření nejen u návštěvníků, ale i provozovatelů zařízení.

První dotazník (Příloha 1) vyplnilo dohromady 206 náhodných respondentů. Průzkum probíhal v období červenec až září a v měsíci prosinec roku 2012. Dotazování bylo prováděno formou osobního oslovování na území Pelhřimovska u turisticky navštěvovaných míst, dále byly dotazníky umístěny do informačních center v Pelhřimově a do některých ubytovacích zařízení. Na základě vyhodnocení dotazníků byl vytvořen profil návštěvníka a jeho poptávka po službách.

Druhý dotazník (Příloha 2) byl zodpovězen celkem 26 provozovateli ubytovacích zařízení na Pelhřimovsku. Průzkum byl prováděn až po zpracování prvního dotazníku, a to v lednu roku 2013. Dotazování probíhalo osobně, telefonicky nebo prostřednictvím emailu. Na základě výsledků z druhého dotazníkového šetření byla sestavena nabídka ubytovacích zařízení zaměřena na služby pro aktivní trávení volného času v šetřeném území.

Součástí praktické části diplomové práce je i provedení SWOT analýzy destinace. Po stanovení této analýzy a vyhodnocení obou průzkumů je navržena modernizace a dobudování doprovodné infrastruktury cestovního ruchu na Pelhřimovsku pro zvýšení

pohodlí, bezpečnosti a technického standardu sportovní a rekreační vybavenosti v řešeném území.

3.1 Pracovní hypotézy

Hypotéza č. 1:

Délka pobytu turistů na Pelhřimovsku se postupně zkracuje. Pelhřimovsko se tak začíná stávat pouze tranzitní destinací.

Hypotéza č. 2:

Hlavním důvodem návštěvy Pelhřimovska není sportovní vyžití, ale poznání památek a relaxace.

Hypotéza č. 3:

Návštěvníci Pelhřimovska tráví aktivně svůj volný čas nejčastěji formou cykloturistiky nebo pěší turistiky.

4 Vyhodnocení nabídky cestovního ruchu na Pelhřimovsku

Analýza primární a sekundární nabídky destinace je vypracována za účelem dosažení předem stanovených cílů diplomové práce. Tyto analýzy jsou využity k následnému vyhodnocení SWOT analýzy, tedy silných a slabých stránek, příležitostí a ohrožení dané oblasti.

4.1 Obecná charakteristika a vymezení řešeného území

Pelhřimovsko je často nazývané branou Vysočiny nebo krajem mezi třemi vrchy. Hranice tohoto území odpovídají vymezení okresu Pelhřimov, který se nachází v západní části Českomoravské vrchoviny a spadá do turistického regionu Vysočina (Příloha 3). Ve svém kraji sousedí s okresy Jihlava a Havlíčkův Brod, dále pak s okresy Jindřichův Hradec a Tábor z Jihočeského kraje a okresem Benešov ze Středočeského kraje. Při západní hranici dané oblasti prochází Pacovem, Bratřicemi a Čáslavskem 15. poledník, jež tvoří střed středoevropského času. (Musilová a kol., 2000, s 11)

Okres má rozlohu 1 290 km² a svou velikostí se řadí na třetí místo v kraji. Avšak i přes tento fakt, že je řazen mezi největší okresy, má Pelhřimovsko nejnižší počet obyvatel, přibližně 72 tisíc. Díky své nejmenší hustotě osídlení obyvatelstva na kilometr čtvereční obsadil v kraji poslední místo. [24]

Na území Pelhřimovska se nachází celkem 120 obcí, z nichž je osm měst a tři městyse. Nejvýznamnějším městem okresu je Pelhřimov. Dalšími městy jsou Humpolec, Kamenice nad Lipou, Žirovnice, Počátky, Pacov, Horní Cerekev a Černovice. Podrobné administrativní vymezení dané oblasti je vyobrazeno v Příloze 4. [25]

Nejstarší doklady o přítomnosti člověka v tomto regionu pocházejí ze střední doby kamenné (8000 – 5000 let před naším letopočtem). Jsou jimi pazourkové nástroje, objevené roku 1988 u Pacova. (Musilová a kol, s 29) Z hlediska kolonizace patří území dnešního Pelhřimovského okresu mezi regiony České republiky, které byly osídleny poměrně pozdě a dosti řídké. První osídlování Pelhřimovska nastalo ve 12. století a je v souvislosti se vznikem města Pelhřimov. (Martínek, 2005, s 8)

4.1.1 Významná města řešeného území

Pelhřimov

Toto historicky významné město leží v nejzápadnější části Českomoravské vrchoviny v nadmořské výšce 550 metrů. Často bývá nazýváno branou Vysočiny. Má přibližně 17 tisíc obyvatel a patří k turisticky méně prozkoumaným oblastem. Je bráno za středisko regionu s rozvíjejícími se službami a průmyslovou výrobou. Díky Mezinárodnímu festivalu rekordů a kuriozit, jenž je zde každý rok pořádán, lidé začali městu přidávat přívlastek „Pelhřimov, město rekordů a kuriozit“.

Historie města spadá do 12. století, odkud pochází první zmínky o původní osadě v místech dnešního pivovaru, děkanské zahrady a kostela sv. Víta. K založení města se však vztahuje i řada pověstí. Jedna z nich uvádí, že město založil v letech 1225 - 1226 pražský biskup Pelegrin (Pelhřim), který se stavil u místní studánky cestou do Říma. Místo se mu tak zalíbilo, že se zde rozhodl vybudovat město a nazval ho dle svého jména městem Pelhřimov. Tomu odpovídá také městský znak s podobou poutníka v bráně mezi dvěma věžemi. [26]

Postupný rozkvět města zastavily až dva velké požáry. První byl v roce 1646, kdy většina městských staveb lehla popelem, další pak v roce 1766. Díky těmto požárům má však město ucelený vzhled a měšťanské domy jsou jednotného renesančně-barokního charakteru.

Význam pro město měl i rozvoj průmyslu v 19. století. V Pelhřimově zakotvil především průmysl kartáčnický, pletářský a výroba zemědělských strojů. V dnešní době zde má velký význam i výroba cestovních kufrů. [26]

Z hlediska cestovního ruchu je Pelhřimov nejnavštěvovanější oblastí kraje. Turisté si zde mohou prohlédnout nádherné historické jádro města a mnoho dalších kulturních památek. Pro aktivnější návštěvníky jsou zde připraveny sportovní atraktivity a pro milovníky kultury jsou zde pořádány společenské akce.

Humpolec

Dalším důležitým a druhým největším městem regionu je Humpolec s přibližně jedenácti tisíci obyvateli. Leží v těsné blízkosti dálnice D1, přímo uprostřed trasy Praha – Brno. Humpolec byl založen ve 12. století a status města získal v roce 1807. Z ekonomického hlediska je pro město významný textilní průmysl a výroba piva.

Zajímavostí Humpolce je, že je spojováno s fiktivní postavou Hliníka z filmu Marečku, podejte mi pero, který tu má i své vlastní muzeum, takzvané HLINÍKárium. Návštěvníci města mohou navštívit také jiné atraktivity ve městě, kulturní i sportovní. Lákadlem turistů je i hrad Orlík vzdálený dva kilometry od města. [57]

Kamenice nad Lipou

Dalším městem regionu je Kamenice nad Lipou, jehož počátky byly v období třináctého století. Leží v polovině trasy mezi městy Pelhřimov a Jindřichův Hradec, má tři a půl tisíce obyvatel a řadí se mezi menší města okresu.

Hlavním turistickým cílem Kamenice nad Lipou je místní zámek. Dále mohou turisté navštívit zámeckou zahradu s památnou lípou, místní interaktivní muzeum nebo se svézt parním vláčkem po úzkokolejně železnici. [58]

Žirovnice

První zmínky o Žirovnici se datují do 14. století. Toto malebné malé město má téměř tři tisíce obyvatel a jeho dominantou je zámek, jehož součástí je Městské muzeum s expozicí perleťářství. Pro milovníky kultury jsou v zámeckých prostorech a nejen tam pořádány různé akce. Příznivci sportu mohou využít pro své aktivity sportovní halu, víceúčelové hřiště nebo koupaliště Budín. [59]

Pacov

Pacov leží v polovině trasy mezi městy Pelhřimov a Tábor. Toto město s pěti tisíci obyvateli má dobré kulturní i sportovní zázemí. Je zde pořádáno mnoho akcí, z nichž se některé staly místní tradicí. Jsou to například motokrosové závody nebo hudební festival Pacovský poledník. Pacov je vyhlášen městskou památkovou zónou. Mezi jeho kulturní památky se řadí například místní zámek, muzeum nebo židovský hřbitov. Často vyhledávaným turistickým cílem je také nedaleko vzdálený státní hrad Kámen. [60]

Počátky

Počátky byly založeny v druhé polovině 13. století a jsou označeny za městskou památkovou zónu. Město je malé, s počtem obyvatel přesahující lehce počet dva tisíce. Přestože jsou Počátky poměrně klidným místem, stávají se často cílem turistických návštěv. Je to dáno tím, že se v jeho blízkosti nalézá chatová osada Volmanec a Lázně sv. Kateřiny. Turisté zde mohou navštívit například místní vlastivědné muzeum, vystoupat na vyhlídkovou věž, projít si naučnými stezkami nebo si prohlédnout rodný dům básníka Otokara Březiny. [61]

Všechna výše zmiňovaná města jsou zaregistrovaná v klubu Pohádkového království jižních Čech a Šumavy, jehož králem je filmový režisér Zdeněk Troška. Pohádkové království má svoji mapu s kreslenými postavičkami, které propagují jednotlivá města. Turisté si mohou zakoupit cestovní pas či vandrovní knížku tohoto království, do nichž sbírají razítka jednotlivých pohádkových bytostí. Tato razítka získají v pohádkové kanceláři, sídlící většinou v turistických informačních centrech nebo v pokladně významné kulturní památky města. [57, 62]

4.2 Analýza složek primární nabídky

Analýza primární nabídky cestovního ruchu je velmi důležitá, jelikož nám vymezuje základní složky produktu cestovního ruchu, nabízeného danou destinací. Mezi tyto složky se řadí přírodní a kulturně-historické předpoklady. (Királ'ová, 2003, s 41)

4.2.1 Přírodní předpoklady

Přírodní potenciál je vytvářen působením přírodních činitelů, je stálého charakteru, má velký význam na cestovní ruch a určuje kvalitu daného regionu.

Pelhřimovsko je vyhledávanou oblastí turistů, nejen českých, ale i zahraničních. Potenciálem této destinace je její poloha, jelikož se nachází téměř ve středu země a je branou do Středočeského a Jihočeského kraje. Důležitým předpokladem a zároveň i motivem k návštěvě je zachovalá přírodní krajina.

1. Geomorfologické podmínky

Celé území Pelhřimovska má převážně podhorský charakter. Nachází se v provincii Česká Vysočina, konkrétněji v její části Českomoravská subprovincie, v oblasti Českomoravské vrchoviny. Oblast se v řešeném území dělí na Křemešnickou a Křižanovskou vrchovinu. [28]

Pro Pelhřimovsko je typická bohatá členitost terénu s průměrnou nadmořskou výškou 550 - 600 metrů. Plochy pod pět set metrů nad mořem se vyskytují jen výjimečně a v nesouvislých celcích většinou podél vodních toků v severní části okresu. Nejnižší položenou obcí je Želiv s nadmořskou výškou 406 metrů, naopak nejvyšším bodem je vrchol Křemešnicku nacházející ve výšce 765 metrů nad mořem. [29]

Díky těmto podmínkám je oblast vhodná pro pěší turistiku i cykloturistiku. Nachází se zde dobře značené turistické chodníky a cyklotrasy vedoucí po upravených cestách i terénem. V zimním období je krajina uzpůsobena ke sjezdovému lyžování a běhu na lyžích.

2. Hydrologické podmínky

Území okresu leží na hlavním evropském povodí dvou veletoků Dunaje a Labe odvádějící vodu do Severního a Černého moře. Pelhřimovský region má velké množství povrchových vodních toků, jedná se však o potoky a řeky s poměrně malým vodním průtokem. To vede k omezení možnosti jejich využití. Nalézá se zde pramen řeky Želivky, poskytující pitnou vodu pro větší část Prahy a okresu Pelhřimov. [29]

Na jihu a východě oblasti se rozprostírá větší množství rybníků. Ty jsou převážně využívány k chovu ryb. Turisté se mohou přijet podívat na tradiční výlovy ryb, které se pořádají dvakrát v roce, a to na jaře a na podzim. Vlastníci rybářských průkazů mohou rybníky využít ke sportovnímu rybaření. Ke koupání nejsou rybníky příliš vhodné, jelikož v letní sezóně obsahují velké množství sinic a vodních řas.

Na severu se region dotýká konce Švihovské vodní nádrže na řece Želivce. Velký význam má vodní nádrž Trnávka s kanálem na řece Želivce. Kanál je využíván nejen k ovlivňování průtoku vody, ale využívá se také pro sjezd na sportovních lodích. Oblast kolem Trnávky je využívána hojně turisty. Nachází se zde chatové osady a vodní plocha nabízí možnosti ke koupání nebo k plavbě na lodích i šlapadlech. Další vodní nádrž je Sedlice ležící na řece Hejlovce. Ta je k dispozici spíše místním chatařům a turisté ji nevyhledávají. [28]

Obě nádrže jsou v letní sezóně vhodné ke koupání. Spolu s nimi je navštěvován rybník Stráž nedaleko Pelhřimova, zatopený lom u Horní Cerekve nebo rybník Volmanec u Počátek.

3. Klimatické podmínky

Řešené území se nachází v mírně teplé podnebné oblasti s průměrnými ročními teplotami dosahujícími 6 až 8 °C. Roční úhrn srážek se pohybuje mezi 600 – 700 milimetry, kdy nejvíce srážek spadne v letních měsících. [31]

Tyto klimatické podmínky jsou dány nadmořskou výškou a ovlivňují sezónnost kraje. Pro cestovní ruch jsou přijatelné v letním i zimním období. K rekreaci se však využívá spíše letní sezóna.

4. Biologické podmínky

Pro krajinu Pelhřimovska jsou typické mělké kotliny obklopené zalesněnými vrchy, kde zdejší příroda dodnes zachovala mnohé z jejího původního bohatství. Současný charakter vegetace je silně ovlivněn intenzivním zemědělstvím a lesnickým hospodařením. (Musilová a kol., 2000, s 21)

Nádherná příroda a téměř nedotčenost krajiny na Pelhřimovsku lákají turisty k rekreaci a odpočinku. Je zde velký počet lesů, v nichž převládají jehličnaté stromy, především smrk ztepilý. Turisté je využívají k procházkám a houbaření. Z flóry zde mohou návštěvníci ještě spatřit i zvláště chráněné druhy rostlin, na loukách roste prstnatec bezový, vemeník dvoulistý, na rašeliništích a rašelinných loukách je k vidění rosnatka okrouhloolistá, tolije bahenní, klikva bahenní, tučnice obecná a mnoho dalších zajímavých druhů. Řešené území je bohaté i z oblasti fauny. Lesy, louky a vodní plochy jsou plné různých živočichů, jak chráněných, tak typických pro dané prostředí. Patří sem například rejsek obecný, netopýr ušatý, myšice křovinná a lesní, jezevec lesní, liška obecná a jiné. [30, 32]

Na území regionu se nevyskytují velkoplošná chráněná území, pouze oblasti s menšími chráněnými památkami. Patří sem například přírodní rezervace Křemešník, přírodní rezervace Rybník Pařez, přírodní rezervace Údolí potoka u Dolské myslivny, přírodní rezervace Rašelinné louky v Proseči-Obořišti, národní přírodní památka Jankovský potok a mnoho jiných. [29]

Křemešník

Vrch Křemešník se nachází 9 kilometrů od Pelhřimova a se svou nadmořskou výškou 765 metrů je nejvyšším bodem regionu. V roce 1985 byla v jeho vrcholových částech vyhlášena přírodní rezervace Křemešník. Nachází se zde poutní kostel Nejsvětější trojice z 18. století, k němuž vede téměř kilometrová Křížová cesta. Nedaleko kostela byl v roce 1930 postaven malý Větrný zámek. Vrch se stal vyhledávaným poutním místem také díky studánce s léčivou vodou. Její pramen vyvěrá dodnes, protéká stříbrnosnými rudami a je lehce radioaktivní. Okolo vrcholu vede stejnojmenná naučná stezka o délce tří kilometrů. Má celkem deset stanovišť nacházejících se v krásném

přírodním prostředí. Na každé zastávce jsou nachystány naučné tabule o místní přírodě a památkách. [33]

Křemešník láká turisty nejen na krásu krajiny, ale také na turistické atraktivity. V letní sezóně mohou turisté vystoupat ještě výše, a to na nedalekou rozhlednu Pípalku mající 44 metrů a 205 schodů. Dalším lákadlem je lanové centrum a skákací trampolína. V zimních měsících bývá využita sjezdová trať s lyžařským vlekem na jihozápadním svahu vrchu Křemešníka nebo okolní terén uzpůsoben k běhu na lyžích. [33]

Rybník Pařez

Nachází se v údolí Meziklaského potoka nedaleko obce Kaliště na Humpolecku. Je specifický svými mokřadními rašelinnými společenstvy na březích rybníka s výskytem řady zvláště chráněných druhů rostlin a živočichů. Jeho hlavní zvláštnost se značí tím, že je jedinou lokalitou kriticky ohrožené třtiny nachové, která zde byla nalezena jako nový druh pro flóru naší republiky. [34]

Pelhřimovsko má dobré přírodní předpoklady. Je to dáno především jeho zachovalou krajinou a krásami přírody. Členitý reliéf je vhodný pro pěší turistiku a cykloturistiku. Klimatické podmínky jsou vyhovující zejména pro letní sezónu. Zimní sezóna je v regionu díky těmto podmínkám relativně krátká. Zastoupení vodních ploch v řešeném území je dostačující, avšak kvalita místních vod má klesající tendenci. Významné jsou také přírodní rezervace a chráněná území v regionu. Problémem ale bývá jejich narušování způsobené výstavbou a modernizací turistické infrastruktury.

4.2.2 Kulturně-historické předpoklady

Kulturně-historické předpoklady vyplývají z tvůrčí činnosti člověka. Jedná se většinou o uměle vytvořené atraktivity, jimiž mohou být hrady a zámky, muzea, skanzeny, rezervace lidové architektury, sakrální památky, městské památkové rezervace, národně-historické památky, zábavní a tematické parky a jiné.

Pelhřimovsko je bohaté na velké množství kulturně-historických památek. Město Pelhřimov bylo vyhlášeno městskou památkovou rezervací a některá další města městskými památkovými zónami, například Kamenice nad Lipou nebo Počátky. Tento region bývá často navštěvován turisty nejen pro své přírodní krásy, ale i kvůli výše zmiňovaným památkám a turistickým atraktivitám.

Významné kulturní památky a muzea v jednotlivých městech regionu

Pelhřimov

Každé město v regionu je zajímavé určitou svou památkou a historií, avšak největší koncentraci kulturně-historických památek má město Pelhřimov, které je vyhlášeno městskou památkovou rezervací. Velký význam má pelhřimovské čtvercové náměstí, kde jsou zastoupeny snad všechny významné stavební slohy, gotikou počínaje a funkcionalismem první republiky konče. Uprostřed náměstí je vystavěna kašna, v jejímž středu je umístěn osmiboký sloupek se zdobenou římsou. Na ní je čtyřboká hlavice se čtyřmi lvími hlavami, chrlícími vodu. Na vrcholu hlavice je umístěna socha sv. Jakuba, patrona poutníků. Důležitou stavbou je také barokní kostel sv. Bartoloměje, postaven ve 14. století původně v gotickém stylu. Součástí kostela je třicet metrů vysoká kostelní věž, která bývala sídlem hlásného. V současnosti je zpřístupněna veřejnosti k vyhlídce na město. Za dominantu Pelhřimova je považováno také divadlo. Jeho budova sloužila prvotně jako sklad soli, v 18. století však vyhořela a v následujícím století byla přestavěna v neoklasickém stylu na divadlo. Jeho vstupní část zdůrazňuje balkon na pilířích a velké, půlkruhově zakončené okno. Dalšími památkami města jsou například dvě mohutné gotické brány, zámek pánů z Říčan, barokní poutní kaple Panny Marie Bolestné nebo kostel sv. Víta. [27, 35]

Nejnámějším muzeem v Pelhřimově je Muzeum rekordů a kuriozit, rozmístěné v pěti patrech věže Jihlavské brány. Je otevřeno celoročně a nabízí unikátní expozice nejkurióznějších věcí, pyšnicích se svým určitým „nej“ (nejmenší motorka, největší velikonoční pomlázka, nejdelší šála...). Muzeum spravuje také expozici Zlaté české ručičky, umístěnou v Domě dobrých dnů. Tato výstava předmětů ze sirek je zpřístupněna denně po celý rok a řadí se mezi světové unikáty. Vytvořil ji Tomáš Korda z Vrchlabí, výroba exponátů mu trvala 40 let a použil na ni celkem 820 215 zápalek. V zámku pánů z Říčan se nachází Muzeum Vysočiny, nabízející expozici o historii Pelhřimovska a prohlídku městské šatlavy. Je otevřeno po celý rok, a to každý den kromě pondělí. Zajímavostí nejen pro děti, ale i dospělé je Muzeum strašidel umístěné v jednom z měšťanských domů na náměstí. Vystavované exponáty jsou repliky z vosku nadpřirozených bytostí, které by se mohly v okolí Pelhřimova skutečně vyskytovat. Tyto repliky si lze prohlédnout v letní sezóně od pondělí do neděle. Mimo sezónu je vždy v pondělí zavřeno. Ve Švejnarovském domě na rohu náměstí se spolu s turistickým informačním centrem nachází ještě Síň Lipských s expozicí o životě a

práci režiséra Oldřicha Lipského a jeho bratra, herce Lubomíra Lipského. Dále je zde Pelhřimovské Peklo, nabízející interaktivní expozici týkající se pohádkového pekla. Provoz těchto muzeí je uzpůsoben otevírací době turistického informačního centra (viz kapitola 4.3.2 Infrastruktura cestovního ruchu). [35]

Kamenice nad Lipou

Kamenice nad Lipou je vyhlášena městskou památkovou zónou. Dominantou města je zámek, který je umístěn na náměstí. Původně to byl gotický hrad, jenž byl přestavěn ve druhé polovině 16. století na renesanční zámek. Později prošel ještě barokními a klasicistickými úpravami a současnou podobu má od roku 1842. V jeho zahradě se nachází památná lípa. Další významnou památkou je kostel Všech Svatých s cenným pozdně barokním mobiliářem z dílny řezbáře Víta z Pelhřimova. [58]

Městské muzeum se nachází na náměstí a nabízí expozici o historii města Kamenice nad Lipou a jeho okolí. V letní sezóně, od dubna do listopadu, je otevřeno od úterý do neděle. Mimo sezónu, od listopadu do března, je v provozu pouze o víkendech. [37]

Žirovnice

Nejvýznamnější památkou města je místní zámek, vybudovaný na půdorysu trojúhelníku, jehož součástí je věž na jižní straně, arkády na nádvoří a palác s kaplí na jižní straně nádvoří. V sálech jižního křídla a v kapli jsou dochovány pozdně gotické nástěnné malby z konce 15. století. (Musilová a kol., 2000, s 65-67)

V prostorách zámku je umístěno Městské muzeum s expozicí o historii perleťářství a výstavou perleťových knoflíků. Nachází se zde více jak 70 exponátů historických šicích strojů. V zámeckém špýcharu je nově zpřístupněna Expozice venkovských tradic a řemesel. Otevírací doba muzea je pouze sezónní, od dubna do října, každý den kromě pondělí. Mimo sezónu je vstup možný po předešlé domluvě. [40]

Pacov

Pacov je vyhlášen městskou památkovou zónou. Důležitými památkami města je zámek, přestavěný v 16. století z původního místního hradu a kostel sv. Archanděla Michaela ze 13. století se vzácným dokladem funerální kamenické výzdoby kostela, kterým je žulový rytý náhrobek Hrona z Pacova ze začátku 13. století. [60]

Městské muzeum Antonína Sovy se nachází v místním zámku. Nabízí expozici o historii Pacovska, stálou výstavu Pacov a motocyklový sport, expozici Život a dílo básníka Antonína Sovy a galerii akademického malíře Jana Autengruber. Muzeum je

od dubna do listopadu otevřeno od úterý do neděle. Mimo sezónu, listopad až březen, je zavřeno nejen v pondělí, ale i o víkendech. [39]

Počátky

Město Počátky se také řadí mezi městské památkové zóny. Jeho zajímavostí je empírová kašna na náměstí s barokním sousoším sv. Jana Nepomuckého z počátku 18. století. Významný je také kostel sv. Jana Křtitele s věží, která je v současnosti zpřístupněna veřejnosti a slouží jako vyhlídková věž města. Další památkou je nedaleko vzdálený původně gotický kostel sv. Kateřiny v Lázních sv. Kateřiny. Je postaven ve stylu vrcholného baroka. Pozornost zasluhují dva boční oltáře z druhé poloviny 18. století a cenný varhanní pozitiv. [61]

Městské muzeum je nejstarším muzeem v regionu, ve kterém je dokumentována historie Počátecka. Je situováno na náměstí a jeho provoz je každodenní po celý rok. Mezi muzea ve městě se také řadí Rodný dům básníka Otokara Březiny se stálou expozicí, jež je věnována dílu a životu básníka, nacházející se přímo v jeho rodném domku v Počátkách. Otevřeno je od dubna do října každý den. V ostatních měsících je o víkendu zavřeno. [38]

Humpolec

Humpolec je městem v regionu, které není příliš bohaté na kulturní a historické památky. Za zmínku stojí pouze raně gotická stavba kostela sv. Mikuláše z poloviny 13. století, později přestavěna do barokního a novogotického stylu a židovský hřbitov založený v 18. století. [57]

V Muzeu Dr. Aleše Hrdličky, umístěném na náměstí, se nachází expozice o historii Humpolecka, stálá výstava minerálů, pohádková Expozice loutek a stálá pohádková výstava Peklo. Muzeum je bezbariérové a jeho provozní doba je od dubna do listopadu každý den kromě pondělí. Mimo sezónu je vstup do muzea uzavřen i o víkendech. Raritou města je recesistické muzeum HLINÍKÁrium věnované fiktivní postavě Hliníka z filmu Marečku, podejte mi pero. Muzeum nabízí možnost zhlédnutí nejvtipnějších scének z filmu, podílelo se na odhalení pamětní desky Hliníka ve městě a návštěvníci zde mají možnost zanechat své ohlasy spojené s fiktivní postavou (komentáře, předměty, fotografie...). Jako suvenýr si mohou zakoupit tričko s nápisem „Hliník se odstěhoval do Humpolce!“ nebo „Marečkovovo pero“, dále výroční turistickou známku, turistickou nálepku či láhev na „Hujerovici“. Otevírací doba je v prosinci a lednu

v pracovní dny, v květnu, červnu a září od pondělí do soboty a v červenci a srpnu každý den. Během ostatních měsíců je vstup možný pouze po předešlé domluvě. [36]

V Humpolci se nalézají také dva skanzeny. Jsou jimi židovský Skanzen Zichpil situovaný na okraji města a Včelařský skanzen se stálou výstavou ve Včelařském domě na Dolním náměstí v Humpolci. Tento skanzen i výstavu je možné navštívit pouze po telefonické dohodě. Židovský skanzen má v červenci a srpnu každodenní provoz. V červnu a září je zpřístupněn pouze o víkendech a o svátcích. Ostatní měsíce je zavřeno, vstup je možný jedině po předešlé domluvě. [57]

Ostatní významné kulturní památky v regionu

Hrad Kámen

Státní hrad Kámen stojí na žulové skále, vyvřelé z rulového podloží. Původně gotický hrad ze začátku 14. století byl přestavěn na zámek v roce 1673, další jeho přestavba proběhla v 19. století. Po rozsáhlých asanačních pracích v nedávné době bylo v hradu umístěno muzeum motocyklů. Hrad je v provozu od května do září kromě pondělí každý den. V dubnu a říjnu je otevírací doba pouze o svátcích a víkendech. Zbylé měsíce je zpřístupněn jen po předešlé domluvě. [35]

Hrad Orlík

Hrad Orlík je spíše zřícenina, připomínající hrad z poloviny 14. století. Ten byl dříve zván hrad Humpolec a sloužil jako sídlo majitelům Humpolce. Zachovala se kamenná hranolová věž, brána a část paláce. V lese pod hradem jsou k vidění pozůstatky po dolování stříbra. V červenci a srpnu je otevřeno denně s výjimkou pondělí. V květnu, červnu a září je provoz hradu od čtvrtka do neděle. V dubnu a říjnu je vstup možný pouze o víkendech a o svátcích. Zbylé měsíce je zavřeno. [35]

Křemešník

Zde se nachází barokní kostel Nejsvětější trojice s kaplí, pocházející z první poloviny 18. století. Kolem kostela se nacházejí ambity s dvěma kaplemi, kde na dolním konci ambitů naleznete takzvanou "Kapli Mrtvých", památník vojáků z okolí, padlých v obou světových válkách. Další památkou je Křížová cesta ke kostelu. Poblíž kostela je Větrný zámek, romantická stavba, kterou tu začal stavět, ale příchodem druhé světové války již nedokončil, významný sochař a medailér Josef Šejnost. U studánky s radioaktivní vodou, která dala vznik poutnímu místu na Křemešníku, je barokní kaple z roku 1689, do nynější podoby upravena v roce 1939. [35]

Židovská synagoga v Nové Cerekvi

Tato židovská synagoga, jednolodní mohutná stavba se dvěma masivními hranolovými věžemi v západním průčelí, byla postavena v roce 1855, ve slohu napodobujícím babylónsko-asyrskou architekturu. Synagoga je originálním příkladem historismu v architektuře druhé poloviny 19. století. Zajímavostí synagogy je, že je jediná svého druhu ve střední Evropě. [35]

Pelhřimovsko je regionem bohatým na množství kulturně-historických památek. Nejen města, ale i jejich okolí nabízejí turistům zajímavé atraktivity. Dopravní dostupnost těchto památek je dobrá. Problémem je zhoršující se stav památek kvůli nedostatku finančních prostředků na rekonstrukci. V řešeném území se téměř nevyskytují technické památky, což mu ale neubírá na atraktivnosti. V mnoha vesnicích v regionu se nacházejí ještě další kostelíky, malé kaple a významné památníky. Pro cestovní ruch však nemají velký význam a nejsou turisty vyhledávány.

4.3 Analýza složek sekundární nabídky

Turisté do destinace přijíždějí s určitými tužbami a požadavky a právě sekundární nabídka cestovního ruchu tvoří ty složky nabídky, jejichž cílem je naplnění přání a očekávání turistů. Patří sem turistická suprastruktura a turistická infrastruktura.

4.3.1 Turistická suprastruktura cestovního ruchu

Turistická suprastruktura vytváří podmínky pro užívání primární nabídky cestovního ruchu a dlouhodobý pobyt turistů v dané destinaci. Mezi tyto složky se řadí ubytovací a stravovací zařízení. Nabídka těchto zařízení by měla být široká a kvalitní. (Kiráľová, 2003, s 42)

1. Ubytovací zařízení

Podle oficiálních statistik, které jsou uvedeny na internetových stránkách Českého statistického úřadu, se nachází na Pelhřimovsku celkem 76 hromadných ubytovacích zařízení s kapacitou 1 321 pokojů a 4 274 lůžek. Z této kategorie jsou v největším počtu zastoupeny penziony (celkem 16), dále hotely (celkem 14) a turistické ubytovny (celkem 12). Označení Ostatní hromadná ubytovací zařízení jinde nespecifikovaná má na daném území 34 ubytovacích zařízení. [41]

Kapacita hromadných ubytovacích zařízení bývá plně vytížena pouze během letní sezóny nebo v době pořádání kulturních či sportovních akcí v regionu. Počet příjezdů hostů do ubytovacích zařízení byl v roce 2011 celkem 52 021. Z toho je uvedeno 43 247 příjezdů hostů z České republiky, z čehož vyplývá, že pelhřimovské ubytovací zařízení využívají hlavně čeští turisté nežli cizinci. Počet přenocování všech hostů činil v roce 2011 celkem 153 852. [42]

Penziony jsou v regionu nejčastějšími ubytovacími zařízeními a jsou kategorizované většinou třemi nebo dvěma hvězdičkami. Jako příklad lze uvést penzion Lucerna** a penzion Výsluní*** v Pelhřimově, penzion Trávka** v rekreační oblasti u Želiva nebo penzion Růže*** u Humpolce. Kategorie hotelů je na Pelhřimovsku zastoupena například hotelem Fabrika**** v Humpolci, hotelem Artaban**** v Žirovnici, hotelem Slavie*** v Pelhřimově, hotelem Křemešník*** na vrchu Křemešníku nebo hotelem Gurmania*** ve Starém Pelhřimově. Dalšími druhy hromadných ubytovacích zařízení jsou kempy a chatové osady, z nichž lze v řešeném území jmenovat například kemp Valek v Moravci u Pelhřimova, kemp Kovárna u Červené Řečice, chatová osada Kladiny u Pelhřimova či chatová osada Volmanec u Počátek. Konkrétní počet jednotlivých ubytovacích zařízení s jejich kapacitou (počtem lůžek) nacházející se v regionu je uveden v následující tabulce.

Tabulka 1 Hromadná ubytovací zařízení na Pelhřimovsku

Kategorie	Počet zařízení	Počet lůžek
Hotel ****	3	231
Hotel ***	6	1 055
Hotel **	4	214
Hotel *	1	53
Penzion	16	445
Turistická ubytovna	7	247
Chatová osada	5	-
Kemp	8	-
Ostatní jinde neuvedená	26	1 239
Celkem	76	4 274

Zdroj: Vlastní zpracování dle Českého statistického úřadu. [43, 44]

Celková kapacita hromadných ubytovacích zařízení na Pelhřimovsku je dostačující. Nejvytíženější jsou hotely a penziony ve městech. Na vesnicích a v malých městečkách se nacházejí jen menší rodinné penziony a je zde možnost pronájmu chalup, apartmánů

či chat v jejich okolí. Tuto možnost využívají často rodiny s dětmi nebo starší lidé, kteří vyhledávají klid, bezpečí a odpočinek.

Celkový počet lůžek v ubytovacích zařízeních v regionu je stabilní. V posledních letech měl spíše rostoucí tendenci, avšak od roku 2012 začal mírně klesat. Je to způsobeno také ekonomickou situací v České republice, kvůli níž lidé méně cestují a ubytovatelé jsou tak nuceni snižovat své kapacity. Snaží se však zvyšovat kvalitu nabídky služeb svých ubytovacích zařízení. Ta je potřeba neustále zvyšovat, převážně pak v těch zařízeních, spadajících do skupiny s nižší kategorizací.

2. Stravovací zařízení

Stravovací služby jsou nezbytnou součástí cestovního ruchu, jelikož uspokojují základní požadavky turistů během jejich návštěvy nebo pobytu v destinaci. Je tedy důležité klást důraz nejen na kvalitu poskytovaných služeb, ale i čistotu stravovacích zařízení a na pestrost nabídky pokrmů.

Na Pelhřimovsku jsou zastoupeny všechny druhy stravovacích zařízení. Lze zde nalézt restaurace, hostince, jídelny, rychlá občerstvení, bistra a bufety. Stravovací služby také poskytuje většina hotelů, jejichž hotelové restaurace nabízejí své služby jak svým hostům, tak i veřejnosti. Mezi součást stravovacích zařízení patří také nespočet kaváren, vináren a cukráren, poskytujících doplňkové stravovací služby.

Většina stravovacích zařízení na Pelhřimovsku nabízí jídla tradiční české kuchyně, výjimkou jsou pizzerie nabízející italskou kuchyni nebo čínské restaurace. Některé restaurace se také snaží podle nejnovějších trendů vařit jídla „zdravé kuchyně“ podle daných počtu kalorií, hodící se pro lidi držící redukční dietu nebo řídící se pravidly zdravého životního stylu.

V Pelhřimově je zastoupení stravovacích zařízení největší a z široké nabídky lze vybrat například restauraci Měšťanský dům zaměřenou na českou kuchyni i speciality, dále restauraci Střepina vařící klasické české pokrmy nebo restauraci Ponte di Pietra specializovanou na italskou kuchyni. Větší množství stravovacích zařízení má i město Humpolec. Nachází se zde například restaurace Karamba vařící mexické speciality nebo restaurace Papa's Garden s nabídkou české i zahraniční kuchyně. Na vesnicích je nabídka služeb stravování omezená. Poskytují ji převážně hostince mající celkovou kvalitu na nižší úrovni.

Kvalita vybavení a služeb stravovacích zařízení v regionu je dobrá a má zvyšující se tendenci. Je to způsobeno velkou konkurencí, která poskytovatele služeb motivuje k tomu neustále se zlepšovat a zvyšovat komfort svých zařízení. Jediným výrazným nedostatkem je nedostačující znalost cizích jazyků u obsluhujícího personálu. Vzniká zde problém špatné komunikace a neúplného porozumění se zahraničními turisty, což snižuje celkovou kvalitu zařízení. Cena pokrmů v zařízeních odpovídá téměř vždy úrovni služeb.

4.3.2 Infrastruktura cestovního ruchu

Do infrastruktury cestovního ruchu se řadí cestovní kanceláře, cestovní agentury, místní, regionální a národní informační kanceláře cestovního ruchu, směnárny, sportovně-rekreační zařízení, kulturně-společenská zařízení, lázeňské služby a další. (Királ'ová, 2003, s 43)

1. Cestovní kanceláře a cestovní agentury

Na Pelhřimovsku jsou cestovní kanceláře a agentury nejvíce zastoupeny v Pelhřimově a Humpolci. V Pacově a Kamenici nad Lipou mají pouze jednu cestovní agenturu specializovanou na provizní prodej zájezdů.

Místní cestovní kanceláře jsou zaměřeny převážně na výjezdový cestovní ruch. Zajišťují pobytové zájezdy, poznávací zájezdy, jednodenní zájezdy za lyžováním, školní zájezdy nebo cykloturistiku. Svým klientům dále nabízejí prodej vstupenek na kulturní akce, zajištění letenek nebo rezervaci ubytování.

Nejvyhledávanějšími cestovními kancelářemi v Pelhřimově jsou CK Aventinus, CK Pelhřim a CK Alena tour. Svou pobočku tady má CK Čedok nebo CA INVIA.CZ. V Humpolci si svůj zájezd klienti mohou zakoupit například v CA Hliník nebo v CA Adores.

Cestovní kanceláře a agentury nemají velký vliv na cestovní ruch v regionu. Zaměřují se především na výjezdový cestovní ruch, čímž nepropagují danou destinaci a nezapojují se do místních aktivit a zájmů spojených s cestovním ruchem.

2. Turistická informační centra

Turistická informační centra (TIC) mají v destinaci nezastupitelnou roli a jsou součástí informačního systému cestovního ruchu České republiky. Hlavním úkolem zaměstnanců TIC je poskytovat turistům bezplatné individuální informační služby o destinaci. Rozdávají jim informační brožury, letáky a mapy daného turistického regionu. Dále jim vyhledávají ubytování a dopravní spoje, radí turistům tipy na výlety a poukazují na konání místních společenských, kulturních a sportovních akcí. Většina TIC poskytuje navíc služby veřejného internetu a prodej upomínkových předmětů. Cílem TIC je spokojený a dobře informovaný zákazník, proto je nesmírně důležité, aby zaměstnanci TIC byli velice komunikativní, ochotní a měli výbornou znalost cizích jazyků.

Na Pelhřimovsku se nachází celkem šest turistických informačních center, a to TIC Pelhřimov, TIC Humpolec, TIC Počátky, TIC Žirovnice, TIC Kamenice nad Lipou a TIC Pacov.

Turistické informační centrum Pelhřimov

TIC Pelhřimov se nachází v centru města na Masarykově náměstí, spadá to kategorie B a je v provozu celoročně. V letní sezóně, od června do září, je otevřeno denně od 8:30 do 17:00, s výjimkou pátků, kdy je otevřeno až do 18:00. Mimo sezónu je otevírací doba ve všední dny od 8:30 do 17:00 a v sobotu od 8:30 do 12:30. Zaměstnanci pelhřimovského TIC hovoří dvěma světovými jazyky, anglicky a německy.

TIC Pelhřimov poskytuje služby nejen turistům (informační služby, rozdávání letáků a map, prodej upomínkových předmětů a pohlednic, úschovna kol a zavazadel...), ale i místním občanům (prodej vstupenek na místní i jiné akce, služby veřejného internetu, kopírování a tisk).

TIC Pelhřimov dostalo také několik ocenění. V roce 2008 získalo cenu Grand Prix Regiontour za nejlepší turistickou nabídku v České republice v rámci mezinárodních veletrhů cestovního ruchu GO a REGIONTOUR za produkt „Pelhřimovská vstupenka“ s výhodnými slevami pro turisty. V roce 2009 a 2010 se umístilo na prvním místě v soutěži „Nejlepší turistické informační centrum kraje Vysočina“, pořádané vydavatelstvím Vltava-Labe-Press ve spolupráci s Asociací turistických informačních center České republiky (A.T.I.C. ČR). [45]

Turistické informační centrum Humpolec

TIC Humpolec je členem příspěvkové organizace s názvem Městské kulturní a informační středisko v Humpolci. Vznikla v roce 2000 sloučením místního kina, knihovny, muzea a informačního centra. Tato organizace zajišťuje informační služby, pořádá společenské, kulturní a sportovní akce, vydává měsíčník Zálesí a zajišťuje zápis do kroniky Města Humpolce.

TIC Humpolec je umístěno na Havlíčkově náměstí. V prázdninových měsících je otevřeno denně, v pracovní dny od 8:00 do 17:00 a o víkendech od 9:30 do 16:00. V měsících květen, červen a září je v provozu od pondělí do pátku od 8:00 do 17:00 a v sobotu od 9:30 do 16:00. Mimo sezónu je otevírací doba od 8:00 do 17:00 a pouze v pracovních dnech. [46]

Turistické informační centrum Žirovnice

TIC Žirovnice se nachází přímo na nádvoří zámku Žirovnice. Jeho otevírací doba se přizpůsobuje době provozu zámku. V hlavní sezóně, červenci a srpnu, je otevřeno od úterý do neděle od 9:00 do 18:00, mimo hlavní turistickou sezónu, v dubnu, květnu, červnu, září a říjnu také od úterý do neděle, ale pouze od 9:00 do 16:30. V době uzavření zámku, od listopadu do března, je provoz ve všech pracovních dnech od 7:00 do 15:00.

Kromě poskytování komplexních informačních služeb nabízí TIC Žirovnice navíc prodej vstupenek do zámeckého areálu, prodej suvenýrů, regionální literatury a bezplatné využití veřejného internetu. Dále provozuje půjčovnu crossových kol a spravuje internetové stránky města Žirovnice. [47]

Turistické informační centrum Kamenice nad Lipou

TIC Kamenice nad Lipou sídlí také na nádvoří, v tomto případě na zámku Kamenice nad Lipou. Spadá do kategorie C a jeho zaměstnanci hovoří dvěma cizími jazyky. Od května do září je zajištěn každodenní provoz, a to v pondělí od 7:00 do 15:30, ve zbylých pracovních dnech od 8:30 do 17:00 a o víkendu od 10:00 do 17:00. V dubnu a říjnu je také otevřeno denně, ale provozní doba je od pondělí do pátku od 7:00 do 15:30, v sobotu a neděli pak zůstává stejná, a to od 10:00 do 17:00. Mimo hlavní sezónu, od listopadu do března, je TIC v provozu pouze v pracovních dnech od 7:00 do 15:30.

TIC Kamenice nad Lipou poskytuje informační služby o městě a jeho okolí, akcích, možnostech na výlety a ubytování. Zabývá se také prodejem upomínkových předmětů, turistických průvodců, map a vstupenek do místního zámku. [48]

Turistické informační centrum Počátky

TIC Počátky se nachází na Palackého náměstí a na rozdíl od předešlých TIC není otevřeno denně. Mimo hlavní sezónu, od září do června, je otevřeno pouze v pracovních dnech, v pondělí a ve středu od 8:00 do 16:30, ve zbylých všedních dnech od 7:00 do 15:30. O letních prázdninách je v provozu také v sobotu, a to od 10:00 do 15:00.

Mezi hlavní činnosti TIC Počátky patří komplexní turistický informační servis, prodej suvenýrů, map a vstupenek na místní kulturní akce, úschovna zavazadel i kol a nabídka využití veřejného internetu za poplatek. Dále poskytuje pronájem společenských prostor v Počátkách, vylepuje plakáty na místní akce, zabývá se vydáváním, distribucí a prodejem Počáteckého zpravodaje, spravuje internetové stránky města Počátky a nabízí zde možnost kopírování, tisku, skenování a laminování.

V roce 2011 získalo TIC Počátky první místo v soutěži „Nejlepší turistické informační centrum kraje Vysočina“, pořádané vydavatelstvím Vltava-Labe-Press ve spolupráci s Asociací turistických informačních center České republiky (A.T.I.C. ČR). [49]

Turistické informační centrum Pacov

TIC Pacov se nachází na náměstí Svobody v prostorách místního zámku. Stejně jako předešlé TIC, není otevřeno po celý rok. Jeho provozní doba není ovlivněna hlavní sezónou a tak se nemění. Otevřeno je od úterý do pátku od 8:00 do 16:00 a o víkendu od 13:00 do 16:00.

TIC Pacov nabízí služby v podobě vyhledávání informací pro návštěvníky, kopírování, propagace dané oblasti, poskytování propagačních materiálů, prodeje turistických průvodců, turistických map a pohlednic. [50]

Turistická informační centra mají v regionu významnou a nezastupitelnou roli. Jsou to nejčastější a prvotní cíle turistů. Je tedy důležité dobře je seznámit se všemi informacemi o dané oblasti. Tyto informační služby se snaží zaměstnanci místních TIC poskytovat s maximální kvalitou, k čemuž přispívá jejich výborná komunikativnost, příjemné vystupování, odborné poradenství, schopnost propagace regionu a jazyková vybavenost.

3. Propagace cestovního ruchu na Pelhřimovsku

Pelhřimovsko je propagováno převážně prostřednictvím svých turistických informačních center, jejichž zaměstnanci se každoročně účastní veletrhů zaměřených na cestovní ruch. Konkrétně se jedná o veletrh Holiday World v Praze a REGIONTOUR v Brně.

Dále je region spolu s městem Pelhřimov propagován na oficiálních webových stránkách www.pelhrimovsko.cz, jejichž zřizovatelem je Kulturní zařízení města Pelhřimova. Často vyhledávaným se stal v poslední době také internetový portál pejr.info, který vznikl koncem roku 2012. Jeho provozovatelem sice není město Pelhřimov, ale nabízí, stejně jako oficiální stránky regionu, komplexní a podrobné informace o Pelhřimovsku. Navíc je zde možnost vkládání inzerátů, vlastních akcí a probíhá zde diskuze týkající se dění v regionu. Podobně jako Pelhřimov, mají všechna ostatní města i mnoho obcí na Pelhřimovsku zřízena své vlastní internetové stránky, umožňující jim lepší propagaci jejich oblasti.

Velkou reklamu dělá Pelhřimovu také agentura Dobrý den, která provozuje Muzeum rekordů a kuriozit. Se svými ukázkami z muzea navštěvuje různé veletrhy a města v České republice a láká lidi k návštěvě Pelhřimova a k prohlídce jejich celé expozice v muzeu. Pořádá také různé firemní a společenské akce, kde propaguje nejen svou agenturu, ale i celý region. Jejich největší akcí je každoročně pořádaný Mezinárodní festival rekordů a kuriozit v Pelhřimově.

Propagace Pelhřimovska je na dobré úrovni. Nejdůležitější je pravidelná aktualizace internetových stránek jednotlivých měst a obcí, aby turisté nedostávali zastaralé informace. Velký význam mají pro propagaci turistická informační centra, jejichž zaměstnanci se snaží vybízet turisty k návštěvě místních atraktivit. Důležitá je také spolupráce mezi městy, veřejnými i soukromými subjekty, která vede ke komplexní propagaci Pelhřimovska. Nabízejí ho jako jeden produkt, čímž pozvednou celkové povědomí o regionu.

4. Organizace cestovního ruchu na Pelhřimovsku

Pelhřimovsko je členem příspěvkové organizace Vysočina Tourism se sídlem v Jihlavě. Tato organizace byla zřízena krajem v listopadu v roce 2007 a svou činnost zahájila v lednu v roce 2008. Jejím hlavním cílem je vytvoření dostatečně silné konkurenční pozice kraje Vysočina na trhu cestovního ruchu.

Tato organizace řídí a organizuje analytické činnosti, koordinuje spolupráci subjektů cestovního ruchu z veřejného i soukromého sektoru, komunikuje s obchodními partnery a turisty a řídí návštěvnický management. Dále propaguje a prezentuje region na celonárodních a zahraničních trzích, shromažďuje informace o turistickém potenciálu regionu, provádí jejich průběžné aktualizace a zpracovává je pro jednotlivé cílové skupiny. Zajišťuje také koordinaci činností turistických informačních center na území kraje a spolupracuje s partnery a ostatními organizacemi v oblasti cestovního ruchu.

Členové organizace se řídí touto vizí: *„Chceme být prestižní, výkonnou a respektovanou organizací přispívající v zájmu svého zřizovatele a partnerů v Kraji Vysočina z řad měst a obcí, podnikatelského sektoru a veřejnosti k rozvoji udržitelného cestovního ruchu s cílem udržení zaměstnanosti v regionu. Svými marketingovými aktivitami chceme přispět k tomu, aby se Vysočina stala vyhledávanou turistickou destinací. Zároveň chceme být uznávaným partnerem a platným členem profesních a odborných organizací v cestovním ruchu.“* [51]

Členství Pelhřimovska v této příspěvkové organizaci je velmi přínosné. V rámci této spolupráce je nejen lépe propagováno, ale také jsou více zastupovány a podporovány jeho zájmy a projekty, vedoucí k získání možné finanční podpory na rozvoj a zkvalitnění regionu.

5. Lázeňské služby

Jedinými lázněmi v regionu jsou Lázně sv. Kateřiny u Počátek. Toto středisko disponuje 79 dvoulůžkovými pokoji ve třech objektech, v hotelu Svatá Kateřina, v hotelu Garnison a v hotelu Gymnasion. Lázně sv. Kateřiny se však neřadí mezi resorty nabízející klasické lázeňské služby zaměřené na léčbu nemocí. Tyto lázně jsou především relaxační a kromě odpočinkových aktivit se také soustředí na zdravý životní styl, štíhlou linii a redukci váhy. Denním programem je tedy sport a zdravý pohyb. Po aktivně stráveném dni mohou klienti lázní využít relaxační procedury, mezi něž patří sauna, teplá vířivá koupel, zábaly nebo masáže.

K takzvaným „mokrým“ procedurám mající blahodárný účinek se v resortu využívá voda ze zdejšího pramenu sv. Kateřiny. Ta vyniká svou schopností pozitivně působit na pokožku, nervy, srdce, plíce a zažívání. Látky, které se při koupelích a parních lázních odpařují, dodají tělu, co mu chybí, ozdraví mysl a zbystří mozek.

Lázně sv. Kateřiny jsou velice populární a atraktivní. Navštěvují je lidé všech věkových kategorií, rodiny s dětmi a jsou zde pořádány firemní školení. Zajímavostí resortu je, že v zimním období si klienti mohou vyzkoušet jízdu na psím spřežení. [52]

Solné jeskyně

Mezi lázeňské služby se mohou řadit také blahodárné účinky solných jeskyní. Prostředí těchto zařízení napodobuje přímořské mikroklima, které je zvláště bohaté na minerály a stopové prvky potřebné pro posílení zdraví organismu. Na Pelhřimovsku se nachází celkem čtyři uměle vytvořené solné jeskyně, a to Solná jeskyně Relaxpoint a Solná jeskyně Kateřinka v Pelhřimově, Solná jeskyně v Pacově a Solno-jódová jeskyně Axis v Humpolci. [53]

Lázeňství je obor, který není na Pelhřimovsku příliš zastoupen. Chybí zde totiž přírodní léčivé zdroje, jež jsou základním předpokladem pro poskytování lázeňských služeb.

6. Směnářenské služby

Na Pelhřimovsku se nenacházejí žádné směnářské kanceláře. Směnářské služby zde poskytují místním obyvatelům i turistům banky, mezi něž patří například Komerční banka, ČSOB, Česká spořitelna a jiné. Absence směnárny v regionu je jedním z jeho nedostatků, které uváděli turisté v rámci dotazníkového šetření.

7. Sportovně-rekreační služby

Sportovně-rekreační služby umožňují aktivní využití přírodních i uměle vytvořených podmínek pro rozvoj sportu, rekreace a turistiky. Jejich poskytování a spotřeba je spojena se snahou využít volný čas k aktivnímu odpočinku zahrnujícímu i určitý stupeň fyzické zátěže, který odbourává stereotypní způsob života. Tyto služby poskytují sportovně-rekreační zařízení, která mohou být stavěna jako součást ubytovacích zařízení nebo jako součást vybavenosti cílových míst cestovního ruchu. Tato zařízení se dále rozlišují podle toho, jestli mohou nebo nemohou být poskytovány nezávisle na přírodních podmínkách. (Orieška, 2010, s 164, 166)

Pelhřimovsko je dobře uzpůsobeno k aktivnímu trávení volného času. Zvláště terén je dobrý pro cykloturistiku, přírodní krásy zas nabádají k procházkám a pěší turistice, vodní plochy mohou být využity ke koupání, jízdě na lodi nebo sportovnímu rybaření. Ke sportu a relaxaci zde byla vybudována sportovně-rekreační zařízení.

Sportovně-rekreační zařízení

V regionu se nachází dostatek sportovních zařízení. Jejich největší zastoupení má město Pelhřimov. Nachází se zde víceúčelová sportovní hala s kuželnou, třemi tělocvičnami a posilovnou, dále krytý bazén s vířivkami a saunou, zimní stadion, víceúčelový venkovní areál s fotbalovým hřištěm, volejbalovým hřištěm a atletickou dráhou, venkovní i kryté tenisové kurty, sportovně-relaxační centrum Kohinor, posilovny, dva bowlingové kluby a půjčovna jízdních kol a lyží. Z těchto zařízení je moderně vybaveno sportovně-relaxační centrum Kohinor, bowlingové kluby a nově zrekonstruovaná kuželna. Všechna zařízení mají sociální zázemí (toalety, sprchy, šatny) zvyšující komfort služeb, některé z nich nabízejí také doplňkovou službu v podobě občerstvení (krytý bazén, zimní stadion, kuželna, tenisové kurty). Problémem většiny těchto zařízení je nedostačující parkovací plocha pro své klienty. Tento problém nevykazuje pouze zimní stadion a areál krytého bazén. Tento areál se však potýká s absencí venkovního bazénu, po kterém je v letních měsících velká poptávka. Důležité je také zmínit malý počet půjčoven jízdních kol, kdy v turistické sezóně výrazně převažuje poptávka nad nabídkou. [35]

Dobré sportovní zázemí má také město Humpolec. Nachází se zde víceúčelová hala, zimní stadion, sportovně-relaxační centrum, lanové centrum a horolezecká stěna. Lanové centrum a sportovně-relaxační centrum vykazují moderní vybavení. Všechna tato sportovní zařízení mají sociální zařízení a nachází se u nich malá záchytná parkoviště. Humpolec navíc nově nabízí sportovní zážitkovou atraktivitu, a to skákací boty. Turisté si tyto netypické boty mohou zapůjčit za poplatek na místním TIC, kde budou také proškoleni o jejich použití. Poté v nich mohou proskákat město, prohlédnout si ho a vychutnat si zábavný a adrenalinový zážitek. Nedostatkem města je absence půjčoven jízdních kol. [57]

Sportovní zařízení nabízí i ostatní města. Kamenice nad Lipou je vybavena fotbalovým stadionem, sportovní halou, kuželnou, volejbalovým hřištěm a tenisovými kurty. Žirovnice poskytuje sportovní služby ve sportovní hale, volejbalových kurtech, na fotbalovém stadionu a v kuželně. Obě dvě města se však potýkají s nižší kvalitou jak vybavení těchto zařízení, tak i sociálního zázemí. Záchytná parkoviště u těchto zařízení jsou dostačující velikosti. Malé kapacitní výkyvy mohou nastat v době letní sezóny. Chybí zde fitness centra, venkovní koupaliště či bazén a půjčovny jízdních kol. Výjimkou menších měst jsou Počátky, jež mají vybudovaný kvalitní moderní sportovní

venkovní areál, víceúčelovou sportovní halu se soláriem a fotbalový stadion. Stejně jako předešlá města nemají problém s kapacitou parkovišť u sportovních zařízení, s výjimkou letní sezóny. Nachází se zde absence půjčovny kol a venkovního koupaliště. Ke koupání a relaxaci může být však využito nedalece vzdálené koupaliště Volmanec. V ostatních městech se nachází alespoň menší hřiště nebo prolézačky. Problém s nabídkou sportovních zařízení mají obce v regionu, kde tato zařízení nejsou vystavěna a v mnoha případech se zde nenachází ani malá dětská hřiště. [55, 59, 61]

Kvalitně sportovně vybaven je také vrch Křemešník. Nachází se zde sjezdovka s lyžařským vlekem a uměle upravená dráha kolem vrchu pro běh na lyžích. V letní sezóně je v provozu lanové centrum, velká skákací trampolína a kuličkový hrad se skluzavkou pro děti. Do budoucna je v plánu využívat sjezdovku nejen v zimě, ale i v létě. Zatím však nebyla nalezena vhodná aktivita, která by se zde mohla provozovat. U sjezdové tratě je vybudováno záchytné parkoviště s mobilní toaletou. Další možné parkování je u hotelu Křemešník, kde se mohou návštěvníci také občerstvit. Všechny atraktivita na zdejším vrchu jsou dobré kvality, jelikož byly vybudovány či zmodernizovány během nedávné doby. Problémem je narušování místní přírodní rezervace při dostavbě turistické infrastruktury. [35]

Počet sportovně-rekreačních zařízení je v řešeném území dostačující. Jejich kvalita vybavení a sociálního zázemí je uspokojující a většinou odpovídá ceně za jimi poskytované služby. Největším problémem ve městech je absence nebo malá kapacita záchytných parkovišť u těchto zařízení. Dále zde chybí venkovní koupaliště a nabídka půjčovny jízdnicích kol, po kterých je v turistické sezóně velká poptávka.

Pěší turistika

Pelhřimovsko je protkáno sítí značených turistických tras. Všechny vedou tak, aby turista mohl vidět co nejvíce přírodních krás i historických a uměleckých památek tohoto regionu.

Mezi nejatraktivnější patří trasa Pelhřimov – Křemešník. Její délka je osm kilometrů a vede po červené turistické značce. V polovině trasy mohou turisté nabrat síly na odpočinkovém místě v Proseči pod Křemešníkem. Na konci mají možnost občerstvení v hotelu Křemešník. Aktivnější turisté si mohou ještě vystoupat na místní rozhlednu Pípalku a prohlédnout si krásy okolí. Zpět se mohou dostat opět pěšky nebo linkovým autobusem. Další turistický chodník je trasován z Pelhřimova do Želiva a Červené

Řečice. Tato stezka vede po červené turistické značce a řadí se mezi náročnější, jelikož její délka dosahuje 22 kilometrů. Část trasy je lemována vodní nádrží Trnávka, kde se turisté v teplém počasí mohou vykoupat a osvěžit. Nedostatkem je malý počet odpočinkových míst podél trasy. Třetí trasa Pelhřimov – Hejlov – Proseč-Obořiště – Nová Cerekev – Leskovice měří patnáct kilometrů a vede po modré turistické značce. Na této stezce lze v zámeckém parku v Proseči-Obořišti shlédnout jeden z nejmohutnějších dubů Vysočiny, s obvodem kmene 623 centimetrů a stářím minimálně 300 let. Zde je možnost odpočinku. V Leskovicích je cílem cesty památník, připomínající rok 1945, kdy byla obec vypálena německými nacisty. Také podél této trasy se nenachází dostatečný počet odpočinkových míst.

Stejně jako u výše zmíněných pěších tras, se i ostatní trasy v regionu potýkají nejčastěji s problémem nedostatku odpočinkových míst. Většina těchto chodníků vede mimo civilizaci a turisté mají možnost se občerstvit až na samém konci túry. Značení tras v regionu je přehledné a dostačující. Některé trasy jsou v návaznosti na další turistické chodníky za hranicemi regionu. V okolí měst či přímo ve městech jsou k dispozici různé naučné stezky, podél nichž jsou rozmístěny informační tabule, poskytující informace o historii či jiných zajímavostech města a jeho okolí. Stezky vedou klidným prostředím a podél nich, většinou v blízkosti informačních tabulí, se nachází lavičky sloužící k odpočinku a relaxaci.

Cykloturistika

Pro milovníky cykloturistiky je na Pelhřimovsku nachystáno několik cyklotras. Vedou převážně po silnicích přes kopcovitý kraj a jsou uzpůsobeny tak, aby je zvládl každý.

První trasa nese název Z Pelhřimova kolem přehrad a řadí se mezi obtížné. Má délku 58 kilometrů, vede po silnicích II. a III. třídy a terénem. Další z tras se jmenuje Vyhlídková trasa z Pelhřimova do Černovic a zpět. Měří 63 kilometrů, je středně těžké obtížnosti a vede po silnicích III. třídy. Třetí trasa s názvem Křemešnická trasa, vedoucí po silnicích II. a III. třídy a terénem, dosahuje délky 47 kilometrů. Dle obtížnosti se řadí mezi středně těžké. Poslední trasa Z Pelhřimova do Třeště a zpět zasahuje za hranice okresu a je nejdelší trasou. Její délka činí 67 kilometrů, je středně těžké obtížnosti a vede po silnicích II. a III. třídy.

Město Žirovnice nabízí turistům naučnou cyklotrasu s názvem Pamětihodnosti Žirovnicka. Její trasa Žirovnice – Popelín – Vlčetín – Štítné – Stranná – Metánov –

Žirovnice měří 26 kilometrů. Řadí se mezi lehké až středně těžké trasy, vede po asfaltové a prašné cestě, na které je nachystáno celkem šest zastávek s naučnými tabulemi o historii Žirovnicka. [54]

Nedostatkem těchto výše zmiňovaných i ostatních tras v regionu je nedostatek záchytných míst k odpočinku. Výjimkou je pouze cyklotrasa s názvem Pamětihodnosti Žirovnicka, obsahující šest zastávek s lavičkami. U ostatních nejsou vybudována posezení, kde by měli cyklisté možnost posedět a občerstvit se. Tuto možnost mají pouze ve městech, obcích nebo u turistických cílů nacházejících se na trase. V případě velkých vzdáleností mezi městy odpočívají turisté na krajích silnic, což není příliš bezpečné, především pak pro rodiny s dětmi. Části některých cyklotras vedou po nezpevněném povrchu, díky kterému se snižuje jejich kvalita a pohodlí. Problémem je také absence záchytných parkovišť na počátcích tras. Turisté tak musí parkovat ve městech nebo obcích, kde je parkovací kapacita také velmi omezená. Naopak kladem cyklotras v regionu je jejich dobré a pravidelné značení a vyhovující kvalita.

Vodní plochy

Nejvíce možností ke sportu nám poskytuje vodní nádrž Trnávka. Turisté ji mohou využít ke koupání, jízdě na lodi, jízdě na šlapadle a ke sportovnímu rybolovu. Její součástí je uměle vytvořený kanál, který ocení především vodáci. U vodní nádrže je zajištěn dostatek odpočinkové plochy s lavičkami, sloužící k relaxaci u vody. Občerstvit se mohou turisté v místním kiosku nebo v ubytovacích zařízeních, jejichž součástí je restaurace. Pro pobavení jsou zde zřízeny skákací můstky do vody, malá hřiště, různé prolézačky a půjčovny lodí, šlapadel a sportovního vybavení. Nedostatkem je absence toalet v blízkosti odpočinkové plochy. Turisté tak musí chodit do restauračních zařízení, kde se často potýkají s neochotou personálu pustit je na sociální zařízení. Parkovací plocha se nachází většinou u ubytovacích zařízení, která slouží nejen ubytovaným, ale i jednodenním návštěvníkům. Další vodní nádrž je Sedlice. Ta však není turisty tolik vyhledávaná a vytváří klidné zázemí pouze místním chatařům. Nenabízí tedy stejné sportovní možnosti jako Trnávka a není zde vybudována doprovodná infrastruktura.

V posledních letech se stal velice oblíbeným zatopený lom u Horní Cerekve. Jeho klady jsou průzračně čistá voda a klidné prostředí. Naopak záporu tvoří jeho hloubka a nízká teplota vody. Je využíván nejen ke koupání, ale především k potápění. Pro jeho příznivé podmínky k tomuto sportu tu byla zřízena škola pro potápěče. Nachází se zde občerstvení, tři mobilní toalety a hlídané placené parkoviště.

Dalšími vodními plochami s četným zastoupením jsou rybníky, sloužící ke sportovnímu rybaření a koupaliště, poskytující zázemí pro koupání, zábavu a relaxaci. Patří sem například přírodní koupaliště Stráž v Pelhřimově s parkovištěm, občerstvením, toaletami, hřištěm a prolézačkami, dále koupaliště Žabák v Humpolci s parkovištěm, občerstvením i sociálním zařízením a koupaliště Budín u Žirovnice s malým záchytným parkovištěm, občerstvením, toaletami, převlékárnou, skluzavkou, půjčovnou lodí a hřištěm na volejbal. Menší koupaliště v Putimově, Moravči, Kojčicích a Božejově nemají vybudovanou doprovodnou infrastrukturu. Nejvyhledávanějším rybníkem na Pelhřimovsku pro sportovní rybaření je rybník Hejlov, v jehož blízkosti se nachází mlýn s parkovištěm, sloužící jako penzion a poskytující základní občerstvení. Kolem rybníka je možnost postavení stanů.

Na Pelhřimovsku je relativně dostatek vodních ploch. U významnějších a větších vodních ploch je vybudovaná doprovodná infrastruktura, jejíž kvalita je vyhovující. Jedním z problémů je absence sociálních zařízení a záchytných parkovišť u malých koupališť a nedostačující počet toalet u odpočinkových ploch vodní nádrže Trnávka a koupaliště Budín. Dalším problémem je postupné zhoršování kvality vody v koupalištích i vodních nádržích.

Jezdectví

Obdivovatelé koní si mohou na Pelhřimovsku zajezdit hned v několika klubech. Nejznámější je jezdecký klub v Humpolci s vlastním jezdeckým areálem. Další kluby poskytující jezdecké služby se nacházejí v Čejově, Žirovnici, Pacově, Proseči pod Křemešníkem a v Rynárci. Tyto kluby nemají svůj jezdecký areál.

Jezdectví má na Pelhřimovsku již vybudovanou tradici, a proto tady postupně vznikají jezdecké trasy. Jsou značeny stejným způsobem jako pěší a cyklistické trasy, akorát jinou značkou. Rozvoj tohoto sportu je spojen s rozvojem agroturistiky v regionu. Ta by zde mohla mít v budoucnu velký potenciál.

8. Kulturně-společenské služby

Kulturně-společenské služby jsou nabízeny nejen kulturně-společenskými zařízeními, ale může se sem zařadit také pořádání veletrhů a výstav, kongresů, hudebních, folklorních i filmových festivalů a sportovních akcí.

Kulturně-společenská zařízení

Mezi nejnavštěvovanější kulturně-společenské zařízení patří na Pelhřimovsku kina. Jsou zastoupena ve městě Pelhřimov, Humpolec a Pacov. Kina v Humpolci a Pelhřimově jsou digitalizována a nabízejí návštěvníkům možnost trojrozměrné projekce. V letní sezóně, především o prázdninách, jsou za příznivého počasí v provozu letní kina, a to v Želivě, Pacově a Žirovnici.

Velký význam mají také kulturní domy ve městech. Pořádají se zde koncerty, představení, plesy a jiné společenské akce. Nejvíce je využíván kulturní dům Máj v Pelhřimově, jelikož se zde uskutečňují velké akce v regionu a má dostatečnou kapacitu.

Za kulturou mohou lidé také do Městského divadla v Pelhřimově. Nabízí svým divákům pravidelné představení her různých žánrů. Navíc se zde pořádají koncerty, diskusní pořady nebo zábavní představení.

Významné kulturní, společenské a sportovní akce

Pelhřimov

Nejznámější a nejvýznamnější akcí města je Mezinárodní festival rekordů a kuriozit, pořádaný agenturou Dobrý den, a to každoročně druhý víkend v červnu. Na tomto festivalu se sjíždí rekordmani z celé České republiky, ale i ze zahraničí, ukazující divákům své výjimečné vlastnosti a dovednosti. Večery festivalu jsou věnovány vystoupení různých hudebních kapel. V poslední době roste v tomto městě také obliba rockových festivalů Poutník fest a Rocksession. První se odehrává v květnu pod širým nebem v areálu místního pivovaru, druhý v říjnu v kulturním domě Máj. Pro příznivce jiného hudebního stylu je každý rok v srpnu přichystán na pelhřimovském náměstí Celostátní festival dechových hudeb. Dalšími pořádanými společenskými akcemi jsou například tradiční únorový Masopust s průvodem všech možných masek, Pelhřimovská pouť s kolotoči a stánky plných dobrot nebo Zlatá neděle na radnici se zpěvem koled, prodejem vánočního punče a perníčků. Ze sportovních akcí jsou pravidelně pořádány každé léto cyklozávody, probíhající v centru města, se startem i cílem na náměstí. Důležitý je také Český pohár v gymnastice, pořádaný v místní sportovní hale každý rok v říjnu. Účastní se ho děti, dorost i dospělí.

Humpolec

V Humpolci se vždy koncem června pořádá druhý nejznámější festival regionu, a to Bernard Fest. Jedná se o hudební festival, který je součástí místních pivních slavností. Koná se po celý víkend, kdy se na jevišti vystřídá nespočet kapel i zpěváků a pivo Bernard teče proudem. Ze společenských akcí stojí za zmínku studentský Majáles doprovázený hudebním koncertem či Středověk na Orlíku, jehož vystoupení jsou zaměřeny na tuto dobu. Nejnavštěvovanější sportovní akcí je Zlatá podkova. Jedná se o jezdecké závody pořádané každý rok v srpnu. Vyhledávaný je také fotbalový turnaj Bernard Cup nebo autokrosové závody.

Žirovnice

Žirovnice je nejproslulejší svými Slavnostmi žirovnického jednorozce. Jedná se o tradiční městské historické slavnosti pořádané každý rok v květnu. Zámecký areál vždy ožije rejem šašků, kejklířů, plivačů ohně, akrobatů na chůdách i šikovných žonglérů. Atmosféra této akce bývá doprovázena vystoupením gotické hudby a gotických i renesančních tanců. Nechybí zde ani sokolníci se svými dravci a šermířská vystoupení. Pro děti i dospělé jsou připraveny divadelní pohádky a tvořivá dílna, jídla středověké kuchyně a možnost vyzkoušení si tradičních řemesel jako je kovářství, tkalcovství, háčkování či práce s hrnčířským kruhem. V zámeckých prostorách se každoročně koná ještě hudební festival Zámecké jazzování nebo výstava květin s názvem Zahrada Vysočiny. Nejznámější sportovní akcí města je Perlet'ový pohár, který je nejstarším fotbalovým turnajem v České republice. [59]

Kamenice nad Lipou

Kamenice nad Lipou je známá také svým festivalem Hračkobraní, určený pro celou rodinu. Pořádá se každoročně v červenci v areálu místního zámku. Svým účastníkům a návštěvníkům nabízí přehlídku hraček, výrobců či návrhářů hraček z přírodního materiálu. Zajímavostí města je také jízda parním vláčkem po úzkokolejně železnici. Svést se mohou turisté během celé letní sezóny. Každoročně v květnu je zde pořádána rybářská soutěž, září patří motokrosové závody. [58]

Pacov

Město Pacov je známo spíše svými sportovními akcemi, konkrétně svou motokrosovou zálibou. Nejvýznamnějším závodem je srpnové Mistrovství světa v motokrosu a květnové Mezinárodní mistrovství České republiky v motokrosu. Pacov má pod záštitou

také Mistrovství kraje Vysočina v turistickém závodě. Jedná se o otevřený outdoorový závod od kategorie nejmladšího žactva až po dospělé. [55]

Velice oblíbené jsou v regionu také hasičské soutěže. Pořadatelé jsou jednotlivé obce v okrese. Hasičská družstva se navzájem zvu na své turnaje. Soutěží se v kategorii děti, ženy a muži.

Kulturních a společenských akcí je na Pelhřimovsku realizováno mnoho a jsou pořádány v průběhu celého roku. Jejich tematika je pestrá, proto si zde přijde na své opravdu každý. Také sportovní akce mají v regionu své zastoupení. Některých se mohou lidé zúčastnit pasivně jako diváci, jedná se o různé profesionální soutěže a závody. Do jiných akcí se mohou zapojit aktivně jako účastníci. Jsou jimi například amatérské soutěže a závody, pochody, cyklistika a jiné.

4.3.3 Dopravní infrastruktura

Doprava je jednou ze základních služeb cestovního ruchu a tvoří předpoklad nejen pro rozvoj cestovního ruchu, ale i obcí a celého regionu. Na Pelhřimovsku poskytuje dopravu společnost ICOM transport Jihlava, zajišťující autobusovou dopravu a podnik České dráhy, zajišťující železniční dopravu. Převážní služby nabízí také v malé míře soukromí dopravci a soukromá společnost Jindřichohradecké místní dráhy, spravující úzkokolejnou železnici na trase Obrataň – Jindřichův Hradec. Ve městech Pelhřimov a Humpolec posiluje dopravu městská hromadná doprava. Ta slouží nejen místním obyvatelům, ale využívají ji také turisté.

1. Silniční doprava

Jedním z význačných znaků silniční dopravy na Pelhřimovsku je, že regionem prochází část dálnice D1 se sjezdem v Humpolci. Tato vysokorychlostní komunikace spojuje Prahu s Brnem a je jedním z hlavních tahů v České republice.

Dopravní síť okresu je tvořena zhruba jedním tisícem kilometrů státních silnic. Nejdůležitější jsou dvě silnice I. třídy. První je silnice I/19 Plzeň – Rožmitál pod Třemšínem – Tábor – Pelhřimov, která představuje významnou dopravní spojnici ve směru západ - východ. Druhá je silnice I/34 České Budějovice – Jindřichův Hradec – Pelhřimov – Humpolec – Havlíčkův Brod – Svitavy, jež je součástí mezinárodní silniční sítě E – 551 (České Budějovice – Humpolec). Síť silnic I. tříd doplňují dvě komunikace II. třídy. Jsou jimi silnice II/112 Benešov – Vlašim – Červená Řečice – Pelhřimov –

Horní Cerekev – Telč – Želetava a silnice II/602 Jihlava – Pelhřimov. Tato druhá komunikace má velký dopravní význam, což přispělo k tomu, aby byl v rámci Programu rozvoje kraje Vysočina zakomponován požadavek na přeřazení do kategorie komunikací I. třídy. V regionu se dále nachází nespočet silnic III. třídy. Silniční síť je v řešeném území hustá, ale dosahuje ve většině případů nízké kvality. [56]

Problematickou oblastí je na Pelhřimovsku nedostatek parkovací a odstavné plochy. Týká se to především Pelhřimova, kde se tento problém vyskytuje celoročně a ostatních měst, která se s tímto problémem potýkají v turistické sezóně.

2. Železniční doprava

Regionem prochází železniční trať s motorovou trakcí ve směru Horní Cerekev – Pelhřimov – Tábor a zpět. Tato trať má z pohledu osobní dopravy regionální význam. Z pohledu nákladní dopravy se jedná o trať spíše místního významu. Trať se v cílových stanicích spojuje s významnějšími tratěmi s elektrickým provozem, a to tratí Jihlava – Veselí nad Lužnicí – České Budějovice a tratí České Budějovice – Veselí nad Lužnicí - Tábor – Benešov u Prahy - Praha. [56]

3. Rekreační doprava

V letní sezóně je možnost projížďky úzkokolejným parním vláčkem z Kamenice nad Lipou do Jindřichova Hradce. Pravidelné jízdy zajišťují Jindřichohradecké místní dráhy. Toto netradiční svezení se zážitkem je výjimečně poskytováno také mimo sezónu, a to o Velikonocích a na Mikuláše.

Dopravní obslužnost regionu je dobrá. Nejvytíženější je celoročně silniční doprava. Silniční síť je v řešeném území hustá, avšak na mnoha úsecích dosahuje nízké kvality. Významná pro region je procházející dálnice D1. Největším problémem Pelhřimovska je nedostačující parkovací plocha, projevující se výrazně v letní sezóně. Železniční doprava slouží především pro přepravu místních osob do zaměstnání či turistů v době turistické sezóny. Zajímavostí regionu je úzkokolejná železnice jezdící na trati Obrataň – Kamenice nad Lipou – Jindřichův Hradec. Vodní a letecká doprava není na Pelhřimovsku rozvinuta.

4.3.4 Obchodní vybavenost a nabídka služeb

1. Obchodní služby

Ve městech jsou tyto služby plně zastoupeny. Nachází se zde široká nabídka potravinářského i nepotravinářského zboží, kterou poskytují místní supermarkety nebo specializované prodejny. V obcích se vyskytují pouze menší prodejny nabízející především zboží denní potřeby.

Osobní služby jako kadeřnictví, kosmetické salóny, bankovníctví, čistírna a jiné jsou k dispozici pouze ve městech. V obcích jsou to pouze ojedinělé případy.

2. Veřejné služby

Veřejné služby jako školy, policejní služby a záchranné služby jsou dostupné opět pouze ve městech. Výjimkou jsou poštovní služby, kdy se pobočky České pošty vyskytují i na vesnicích. Komunální služby spravují technické služby daného města. Jsou zodpovědné za čistotu nejen města, ale i jeho místních částí. Starají se o zeleň, spravují komunikace a vyváží odpad, čímž se snaží zvyšovat úroveň životního prostředí regionu.

Obchodní vybavenost a poskytování služeb je v regionu plně dostačující. Jejich nabídku využívají nejen místní obyvatelé, ale je důležitá také pro turisty. Obchodní služby nabízejí návštěvníkům možnost obstarat si základní potraviny a věci denní potřeby. Veřejné služby zajišťují čistotu a správný chod destinace, čímž zvyšují její kvalitu a potenciál. Ve městech je nabídka služeb komplexní. Ve většině obcí tomu sice tak není, ale jejich dopravní dostupnost do měst je dobrá, tudíž si místní obyvatelé i turisté mohou vše včas a řádně obstarat.

5 Marketingový výzkum

Marketingový výzkum je cílevědomý proces, směřující k získání určitých konkrétních informací. Jeho hlavními charakteristikami je jeho jedinečnost, vysoká vypovídací schopnost a aktuálnost získaných informací. (Kozel, 2006, s 13)

Marketingový výzkum může být prováděn různými metodami. Pro účely této diplomové práce byla zvolena metoda dotazníkového šetření, která je nejrozšířenější metodou ve výzkumné studii. Její výhodou je pružnost vedoucí k získání různých typů informací v různých marketingových situacích. Naopak nevýhodou je částečná nenávratnost dotazníků, nechť respondentů odpovídat nebo špatné pochopení zadaných otázek.

Celkem byla provedena a vyhodnocena dvě dotazníková šetření, a to z toho důvodu, aby byly získány informace, jak ze strany poptávky, tak ze strany nabídky.

5.1 Postup a cíle dotazníkových šetření

První dotazník (Příloha 1) byl určen návštěvníkům Pelhřimovska. Dotazníky byly umístěny na všechna turistická informační centra v regionu, dále do ubytovacích zařízení nebo byly vyplňovány v terénu na území Pelhřimovska, a to v centru města Pelhřimov a v okolí turistických atraktivit, konkrétně v oblasti Křemešnicku a vodní nádrže Trnávka. Šetření probíhalo v letní sezóně, v období srpen – září 2012, a mimo sezónu, v měsíci prosinec 2012. Dotazníků bylo původně rozesláno 230, ale z důvodu nevrácení 24 dotazníků, bylo tedy celkem osloveno 206 náhodných respondentů. Cílem tohoto dotazování bylo zjistit důvod návštěvy destinace, jaké služby jsou v destinaci využívány, jestli turisté tráví svůj volný čas v destinaci aktivně a pokud ano, tak zda jsou spokojeni s nabídkou sportovně-rekreačních služeb. Dotazník obsahoval 21 otázek. Po jejich vyhodnocení byl sestaven profil návštěvníka Pelhřimovska a byly zodpovězeny dané pracovní hypotézy.

Druhý dotazník (Příloha 2) byl směřován k poskytovatelům ubytovacích zařízení. Dotazování probíhalo až po vyhodnocení šetření u návštěvníků, v lednu 2013, a to osobně, telefonicky nebo emailem. Celkem bylo osloveno 26 ubytovatelů. Cílem tohoto druhého šetření bylo získat informace o službách poskytovaných těmito zařízeními. Zaměření bylo především na doprovodnou infrastrukturu cestovního ruchu, konkrétně

na nabídku služeb pro aktivní trávení volného času. Dotazník se skládal z 11 otázek. Po vyhodnocení druhého dotazníku byly zjištěny nedostatky v nabídce a kvalitě služeb. Na základě výsledků z obou dotazníkových šetření byly sestaveny návrhy a opatření na zlepšení a dobudování doprovodné infrastruktury cestovního ruchu.

Získané informace byly zpracovány statisticky v programu Microsoft Office Excel. Pro zjednodušení a lepší přehlednost jsou data vyjádřena procentuálně a zobrazena pomocí grafů.

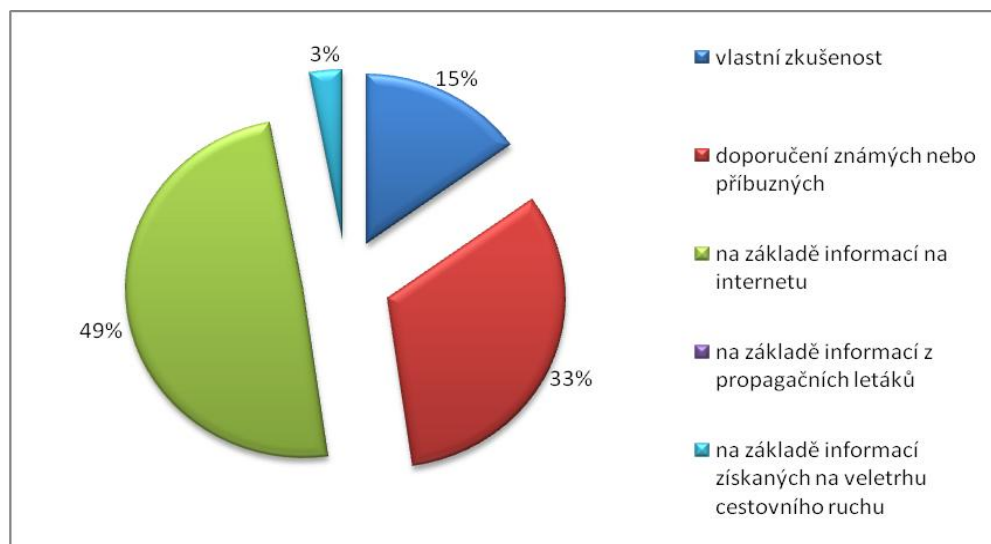
5.2 Prezentace výsledků dotazníkového šetření u návštěvníků

Otázka č. 1: Jste na Pelhřimovsku poprvé?

Z této první základní otázky bylo zjištěno, že necelé tři čtvrtiny respondentů (74%) jsou na Pelhřimovsku poprvé. Z toho vyplývá, že Pelhřimovsko je destinace, kam se turisté příliš nevracejí. Tato skutečnost je v souvislosti se zjištěným účelem cesty do destinace v otázce č. 11.

Otázka č. 2: Co Vás vedlo k návštěvě Pelhřimovska?

Graf 1 Motivy k návštěvě Pelhřimovska



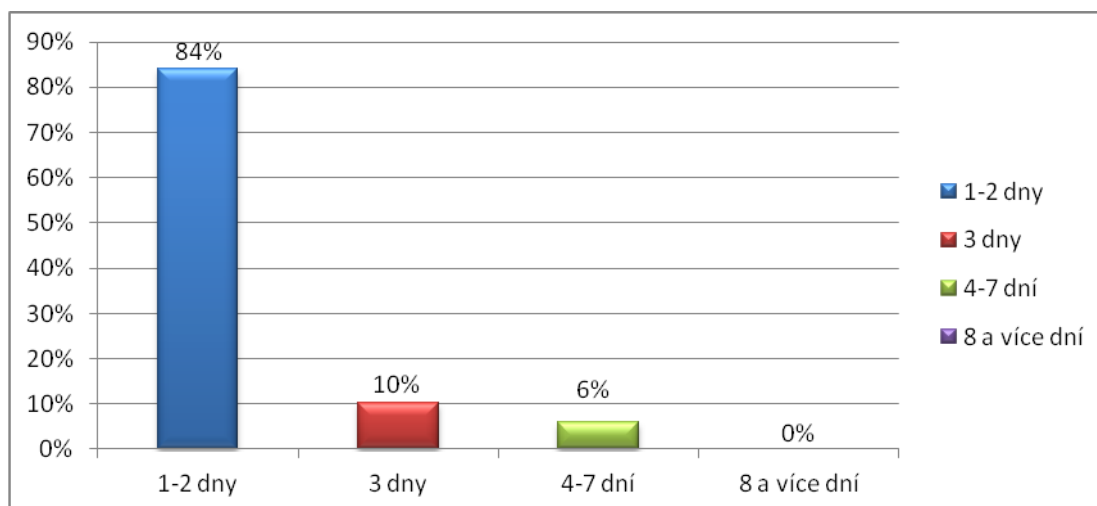
Zdroj: Vlastní šetření.

Nejčastěji turisté cestují na Pelhřimovsko na základě informací získaných na internetu. Ten je u lidí stále více oblíbený, jelikož se zde získají informace rychle a ve vyčerpávajícím rozsahu. Z tohoto zdroje čerpala téměř polovina respondentů (49%). Dalším hlavním důvodem bylo doporučení známých nebo příbuzných (33%). Z vlastní zkušenosti přijela necelá pětina respondentů (15%). Tento důvod uváděli ti, kteří nebyli

na Pelhřimovsku poprvé. Z propagačních letáků nečerpal informace před cestou nikdo. Je to dáno tím, že prospekty jsou nabízeny většinou jen v rámci území regionu. Proto není tato možnost ani vyznačena ve výšečovém grafu.

Otázka č. 3: Délka Vašeho pobytu je:

Graf 2 Délka pobytu návštěvníků

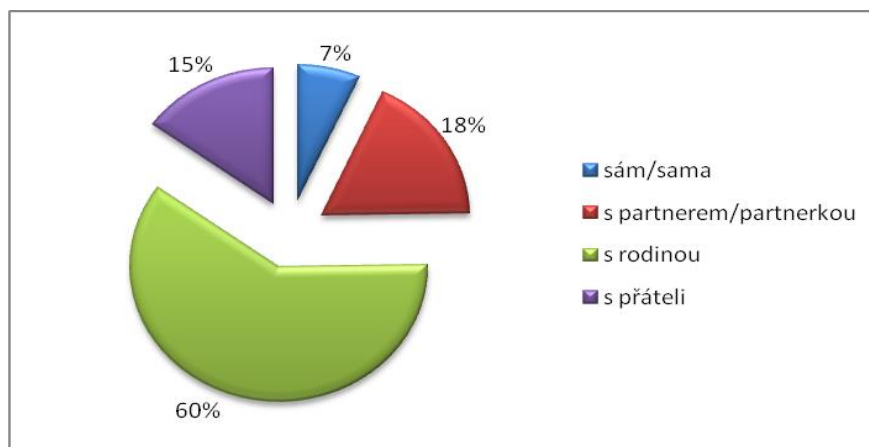


Zdroj: Vlastní šetření.

Z tohoto grafu je patrné, že většina respondentů (84%) nestráví na Pelhřimovsku déle než dva dny. Turisté nejčastěji regionem jen projíždí, tráví zde dobu pouze nezbytně nutnou k poznání okolí a odpočinku. Na krátké výlety jezdí především zájezdy se školáky nebo seniory. Důvodem krátkých pobytů může být také ekonomická situace, lidé více šetří a méně cestují. Z toho plyne, že jen zbylých 16% dotazovaných stráví v destinaci maximálně týden. Na delší dobu lidé na Pelhřimovsko nejezdí.

Otázka č. 4: Přijel/a jste:

Graf 3 S kým návštěvníci cestují?

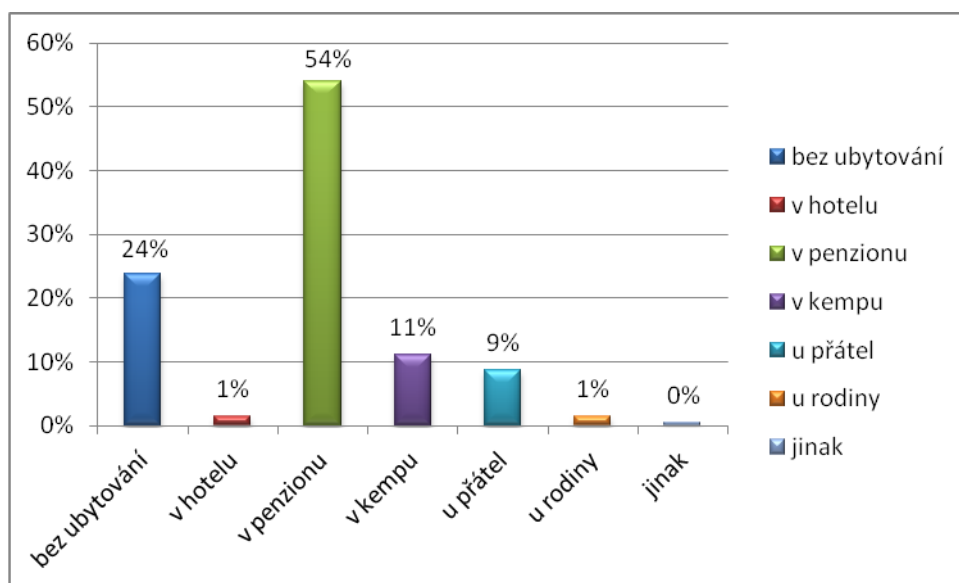


Zdroj: Vlastní šetření.

Nejčastěji cestují lidé na Pelhřimovsko v doprovodu blízkých osob. Nejvíce návštěvníků tvoří rodiče s dětmi (60%). Je to dáno také tím, že město Pelhřimov je známé jako „Město rekordů a kuriozit“ a láká jak malé, tak i velké turisty k navštívení. Přibližně stejně velkou část tvoří cestování s partnerem/ partnerkou (18%) nebo přáteli (15%). Samostatně lidé příliš na Pelhřimovsko necestují. Pokud ano, bývá to většinou v rámci pracovní cesty.

Otázka č. 5: Po dobu pobytu jste ubytován/a:

Graf 4 Způsob ubytování

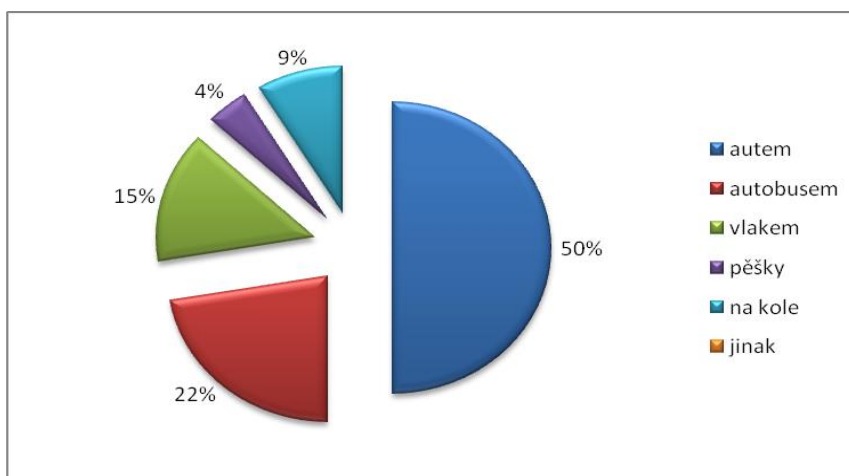


Zdroj: Vlastní šetření.

Z grafu vyplývá, že více jak polovina dotazovaných (54%) se ubytovala v penzionu. Tato kategorie ubytování je v této destinaci velmi žádaná. Penziony jsou levnější než hotel, nabízejí dostatečně kvalitní služby a na kratší pobyt stačí. Téměř čtvrtina lidí (24%) byla bez ubytování. Je to dáno délkou pobytu, která bývá často jednodenní. Zbylí respondenti byli ubytováni v kempech, u přátel, v hotelu nebo přijeli za rodinou. Za jiný způsob ubytování bylo uvedeno přenocování v autě.

Otázka č. 6: Po Pelhřimovsku a okolí se pohybujete:

Graf 5 Způsob pohybu po destinaci



Zdroj: Vlastní šetření.

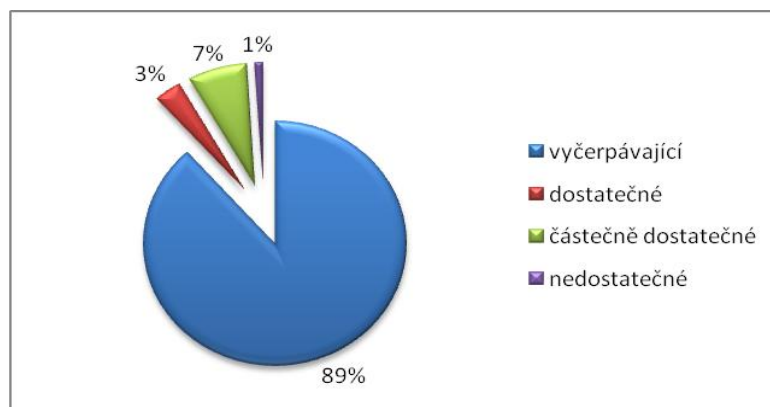
Polovina respondentů (50%) využívá k cestování automobil. Je to pohodlnější, zkracuje se tím doba cesty a turista je v případě nutnosti kdykoliv mobilní. 37% využívá naopak k přesunům veřejné dopravní prostředky, z toho 22% cestuje autobusem a 15% vlakem. Zbýlých 13% dotazovaných se pohybuje na kole nebo pěšky. Jiný způsob dopravy nebyl uveden.

Otázka č. 7: Využili jste služeb místních TIC (Turistických informačních center)?

Téměř všichni dotazovaní (92%) využili těchto služeb. Turistická informační centra jsou vyhledávanou službou téměř ve všech destinacích. Návštěvníci zde získají přehled o možnostech v destinaci, o ubytování, restauracích a typy na navštívení různých turistických atrakcí. Pouhých osm procent těchto služeb nevyužilo.

Otázka č. 8: Pokud ano, byly informace poskytnuté o destinaci, místních službách a atrakcích:

Graf 6 Kvalita poskytnutých informací

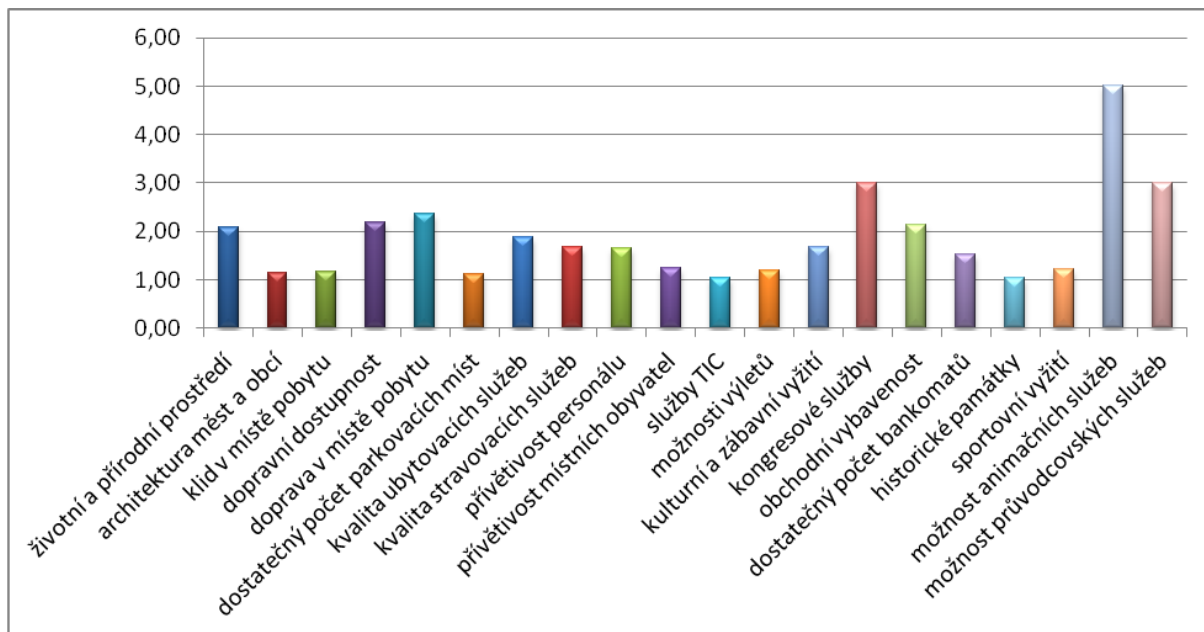


Zdroj: Vlastní šetření.

Na tuto otázku odpovídali jen ti, kteří využili výše zmíněných služeb TIC. Z toho 89% tázaných hodnotilo služby kladně a bralo poskytnuté informace za vyčerpávající. Malá část respondentů (10%) považovala informace za dostatečné nebo částečně dostatečné. Pouhé jedno procento bylo se službami nespokojeno.

Otázka č. 9: Ohodnoťte prosím od 1 do 5 (1 - nejlepší, 5 - nejhorší), jak jste spokojeni s níže uvedenými podmínkami a službami na Pelhřimovsku.

Graf 7 Hodnocení služeb



Zdroj: Vlastní šetření.

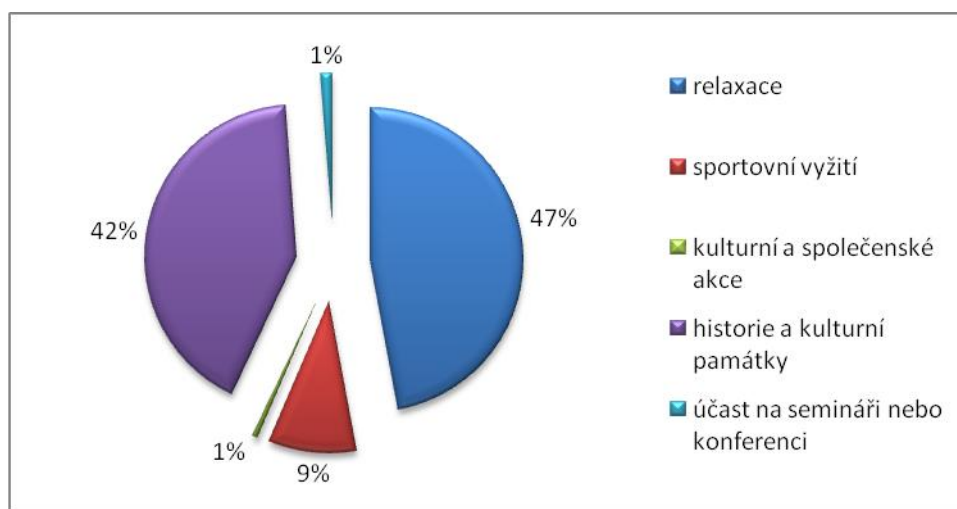
Z grafu je patrné, že nejhorší hodnocení dostaly animační služby. Není to dáno však tím, že by kvalita těchto služeb na Pelhřimovsku byla špatná, ale tím, že tyto služby se zde téměř neprovozují. Nejsou zde situována typická rekreační střediska nabízející animační programy. Další služby, které dostaly průměrnou známku, jsou kongresové služby a průvodcovské služby. Důvod je stejný jako u animací, a to téměř žádná nabídka v destinaci. Z hůře hodnocených služeb je i dopravní dostupnost a doprava v místě pobytu. Je to dáno malým počtem spojů v regionu, především do menších vesnic, řídkou železniční sítí a malou frekvencí jízd městské hromadné dopravy. Ostatní služby byly již hodnoceny kladně. Nejlépe byly ohodnoceny služby TIC, architektura a památky. Velmi slušnou známku obdrželo i sportovní vyžití, které je také nutno zmínit.

Otázka č. 10: Je nějaká služba, kterou na Pelhřimovsku postrádáte? Pokud ano, jaká?

Tři čtvrtiny respondentů (75%) neshledaly žádnou službu, jež by jim na Pelhřimovsku chyběla. Zbýlých 25% dotazovaných by jisté služby v destinaci uvítalo. Nejčastěji byly uváděny směnářské služby, dostupnost veřejných WC, dráhy pro in-line brusle, armyshop, bazar a antikvariát.

Otázka č. 11. Za jakým účelem jste na Pelhřimovsko přijel/a?

Graf 8 Účel návštěvy



Zdroj: Vlastní šetření.

U této otázky bylo možno zaškrtnout více odpovědí. Nejčastějším motivem k návštěvě Pelhřimovska byla uváděna relaxace (47%) a historie spolu s kulturními památkami (42%). Pelhřimov je městskou památkovou rezervací, proto jsou památky tolik vyhledávaným cílem turistů. Necelá desetina respondentů (9%) přijela na Pelhřimovsko za sportovním vyžitím. Jen pouhé procento lidí přijelo do destinace za kulturou nebo pracovně.

Pokud dotazovaní uvedli jako jeden z účelů sportovní vyžití, pokračovali v odpovídání na následující otázky č. 12 až 15. Pokud ne, přeskočili rovnou k otázce č. 16.

Otázka č. 12: Specifikujte prosím blíže účel vaší cesty.

Zde měli respondenti na výběr z několika různých možností. Vybrána byla cyklistika, kterou označila více jak polovina dotazovaných (61%). Čtvrtina (25%) označila pěší turistiku. Tyto dvě aktivity sportovního vyžití patří mezi oblíbené a vyhledávané. 8% přijelo za účelem rybaření a zbylých 6% za zimními sporty.

Otázka č. 13: Jste spokojena se sportovním vyžitím na Pelhřimovsku (s poskytovanými službami, zařízením, možnostmi sportování...)?

Téměř pětina respondentů (19%), která přijela za tímto účelem, byla naprosto spokojena se službami a vyžitím. Většina (78%) byla spíše spokojena s nabídkou. Avšak uspokojivé je, že pouhá tři procenta lidí byla nespokojena se sportovním vyžitím.

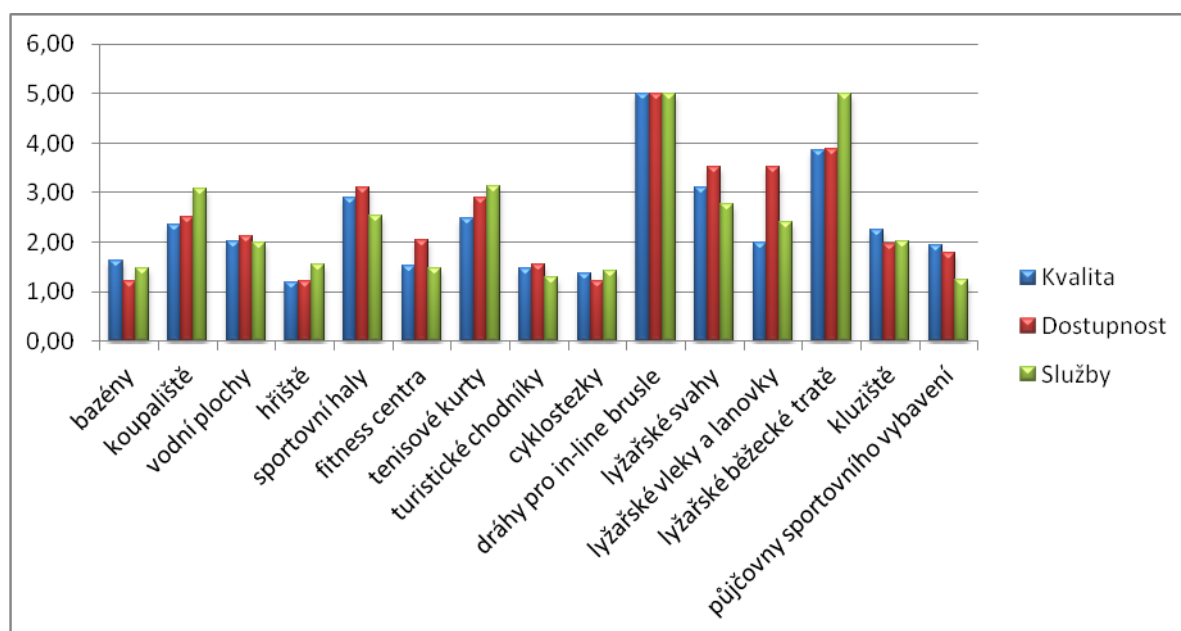
Otázka č. 14: Chybí Vám zde nějaké služby nebo zařízení vztahující se ke sportovnímu vyžití? Pokud ano, jaké?

Naprostá většina (97%) uvedla, že nepostrádá na Pelhřimovsku žádné služby vztahující se ke sportovnímu vyžití. Zbývá tři procenta nejsou plně spokojena s nabídkou. Na Pelhřimovsku postrádají dráhu pro in-line brusle. Tento sport se stal za poslední roky velice moderním a oblíbeným, tudíž je vyhledávaný a vyžaduje kvalitní dráhy nejen kvůli pohodlné, ale hlavně bezpečné jízdě.

Otázka č. 15: Ohodnoťte prosím od 1 do 5 (1 – nejlepší, 5 – nejhorší) tato sportovní zařízení na Pelhřimovsku, a to podle jejich kvality, dostupnosti a služeb poskytovaných v těchto zařízeních.

U této otázky hodnotili respondenti jen ta zařízení, která se vztahovala k ročnímu období, v němž navštívili Pelhřimovsko.

Graf 9 Hodnocení sportovních zařízení z hlediska kvality, dostupnosti a služeb



Zdroj: Vlastní šetření.

Nejhůře byly ohodnoceny dráhy pro in-line brusle, o kterých byla zmínka již v předešlé otázce. Důvod tohoto hodnocení je ten, že na Pelhřimovsku není téměř žádná nabídka

těchto služeb. Pouze v Pelhřimově je jedna krátká dráha, ale nachází se v městských sadech, kde je neustále zapadaná listím nebo větvemi ze stromů a je tedy nevhodná k jízdě. Další špatné hodnocení získaly lyžařské běžecké tratě. Na Pelhřimovsku se nachází několik těchto tratí, ale slouží pouze k rekreačnímu běhu. Nejsou tedy příliš udržovány ani značeny. Zimní zařízení dostala celkově horší hodnocení, jelikož o moc lépe nebyly oznámkovány ani sjezdovky a vleky. Problémem je jejich špatná dostupnost a malá nabídka. Pelhřimovsko na zimní sporty není tolik uzpůsobeno. Naopak pěkné hodnocení získaly cyklostezky (cyklistické tratě) a pěší chodníky. Ty jsou na Pelhřimovsku udržované a řádně značené. Uspokojivou známku získala i hřiště, bazén a půjčovny sportovního vybavení, které jsou pro aktivní trávení volného času velice užitečné.

Otázka č. 16: Doporučíte návštěvu Pelhřimovska svým známým nebo rodině?

Na tuto otázku odpovídali již všichni respondenti a naprostá většina (99%) by doporučila návštěvu destinace svému okolí. Zbylé procento uvedlo, že neví, zda by dali své doporučení. Tento výsledek je velice uspokojivý a udává, že Pelhřimovsko je pro turisty zajímavou destinací a má co nabídnout.

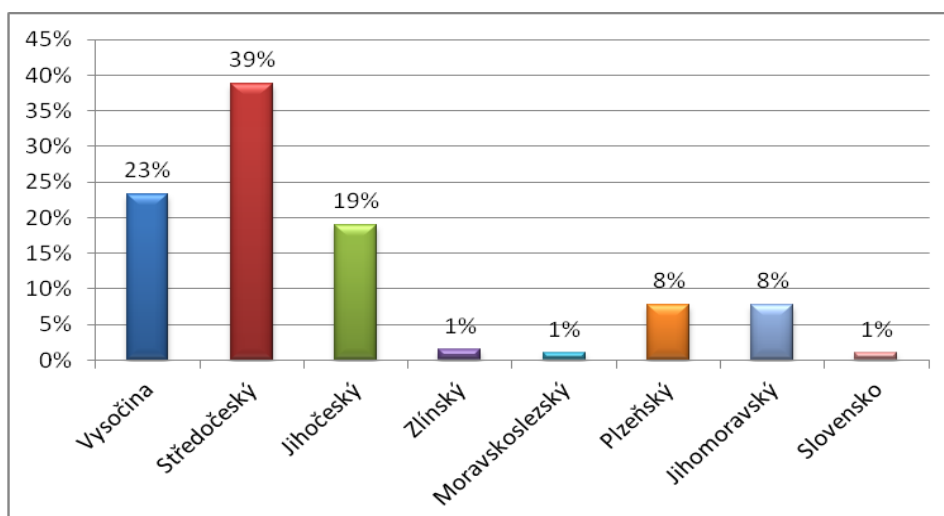
Posledních pět otázek se týká sociodemografických údajů o respondentech.

Otázka č. 17: Jste:

Složení žen a mužů bylo poměrně stejné. Dotazovaných mužů bylo 57%, dotazovaných žen 43%.

Otázka č. 18: Odkud pocházíte?

Graf 10 Bydliště respondentů

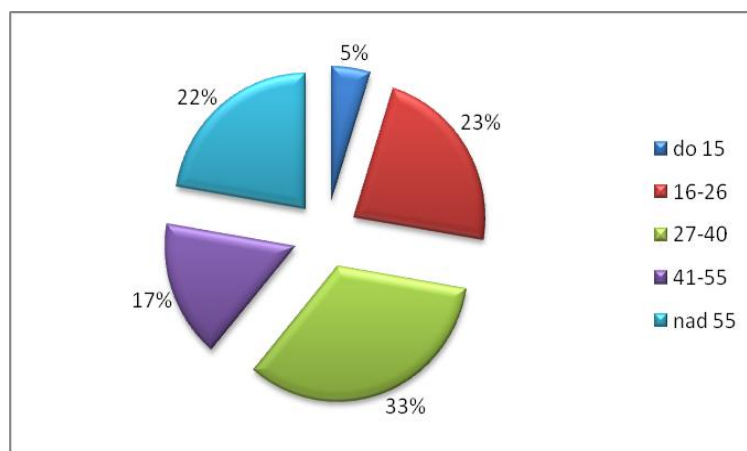


Zdroj: Vlastní šetření.

Téměř dvě pětiny respondentů (39%) přicestovaly ze Středočeského kraje. Necelá čtvrtina (23%) dotazovaných pochází přímo z Vysočiny. Větší podíl zastoupení (19%) svých turistů na Pelhřimovsku má také Jihočeský kraj. Dalšími kraji, odkud lidé přijíždějí na Pelhřimovsko, jsou Plzeňský kraj (8%), Jihomoravský kraj (8%), Zlínský kraj (1%) a Moravskoslezský kraj (1%). Procento respondentů nepochází z České republiky, z čehož plyne, že Pelhřimovsko navštěvují také zahraniční turisté. V tomto případě se jedná o turisty ze Slovenska.

Otázka č. 19: Věk:

Graf 11 Věkové skupiny respondentů



Zdroj: Vlastní šetření.

Největší zastoupení má věková skupina v rozmezí 27 až 40 let (33%). Další významnou skupinu tvoří mládež do 26 let (23%) a senioři (22%). Nejčastěji byly dotazovány partnerské dvojice a rodiny s dětmi, kdy odpovídali převážně jen rodiče. Děti příliš oslovovány nebyly z důvodu věrohodných odpovědí v dotaznících. Jejich skupina tvoří pouze 5% všech respondentů.

Otázka č. 20: Vzdělání a otázka č. 21: Sociální skupina

Šedesát devět procent respondentů má dosažené středoškolské vzdělání. Šestnáct procent dotazovaných má vystudovanou vysokou nebo vyšší odbornou školu. Zbýlých patnáct procent má dokončeno základní vzdělání.

Většina respondentů (67%) je v zaměstnaneckém poměru. Mezi osoby samostatně výdělečně činné patří šest procent dotazovaných. Zbývajících 27% se dělí přibližně mezi studenty a seniory.

5.3 Profil návštěvníka

Typickým návštěvníkem Pelhřimovska je pracující muž, cestující s rodinou ve věku od 27 do 40 let a nejčastěji pocházející ze Středočeského kraje nebo Vysočiny. Účelem cesty je relaxace nebo poznání historie a kulturních památek. Pokud tráví svůj volný čas aktivně, dává přednost cykloturistice nebo pěší turistice. Na Pelhřimovsku se nejčastěji zdržuje po dobu dvou dnů, přemísťuje se autem a je ubytován v penzionu. Informace o Pelhřimovu a okolí získal z internetových zdrojů nebo od svých blízkých. V destinaci pak využívá služeb turistických informačních center.

5.4 Zodpovězení pracovních hypotéz

Hypotéza č. 1:

Délka pobytu turistů na Pelhřimovsku se postupně zkracuje. Pelhřimovsko se tak začíná stávat pouze tranzitní destinací.

Tato hypotéza se potvrdila. Z dotazníkového šetření bylo vyhodnoceno, že osmdesát čtyři procent respondentů se zdržuje na Pelhřimovsku nejdéle dva dny. Většinou se jedná o poznávací výlet za historií a kulturními památkami. Pro prodloužení délky pobytu by měla být do budoucna vytvořena nová nabídka formou balíčku zahrnující, jak návštěvu památek, tak aktivní trávení volného času. Tato nabídka musí turistu zaujmout, aby se zdržel po delší dobu.

Hypotéza č. 2:

Hlavním důvodem návštěvy Pelhřimovska není sportovní vyžití, ale poznání památek a relaxace.

Tato hypotéza se také potvrdila. Turisté jezdí na Pelhřimovsko nejčastěji za poznáním. Chtějí si u toho zároveň odpočinout, nevyhledávají proto příliš sportovní aktivity.

Hypotéza č. 3:

Návštěvníci Pelhřimovska tráví aktivně svůj volný čas nejčastěji formou cykloturistiky nebo pěší turistiky.

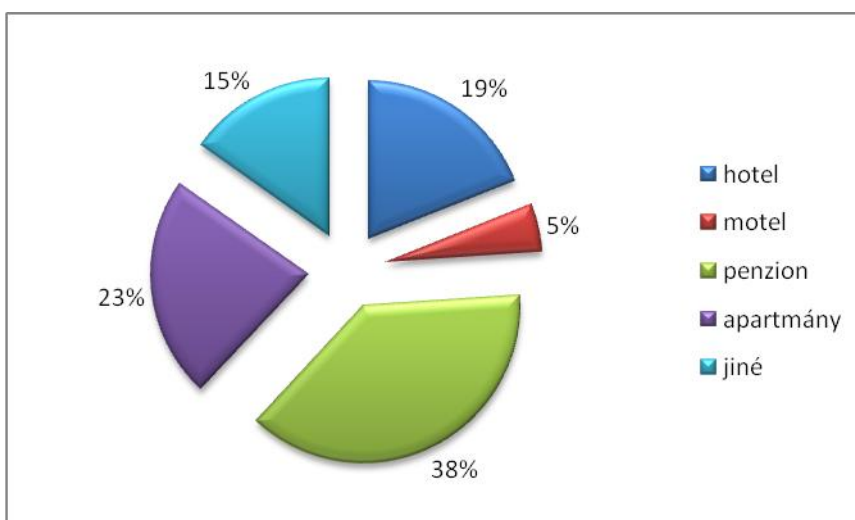
Pravdivost této hypotézy se též potvrdila. Když už se návštěvníci Pelhřimovska rozhodnou aktivně strávit svůj pobyt, vybírají si nejčastěji cykloturistiku nebo pěší turistiku. Je to dáno také tím, že jsou tyto aktivity v regionu dobře dostupné, patří mezi ty méně náročné a nemusí být na ně vynakládány vysoké finanční prostředky.

5.5 Prezentace výsledků dotazníkového šetření ve vybraných ubytovacích zařízeních

Otázka č. 1: Vaše ubytovací zařízení spadá do kategorie:

Z první otázky a grafu druhého dotazníkového šetření je patrné, že se v Pelhřimově a okolí nachází nejvíce penzionů (38%). Tento fakt je uzpůsoben profilu turistu a jeho požadavkům. Dále jsou na Pelhřimovsku přibližně stejně procentuálně zastoupeny apartmány (23%) a hotely (19%). Podstatně velký podíl připadá také na kategorii jiné (15%), do této skupiny spadají turistické ubytovny, kempy a chatové osady. Nejmenší zastoupení mají na Pelhřimovsku motely (5%). Jejich nabídka služeb není příliš vyhledávaná návštěvníky.

Graf 12 Kategorizace ubytovaných zařízení

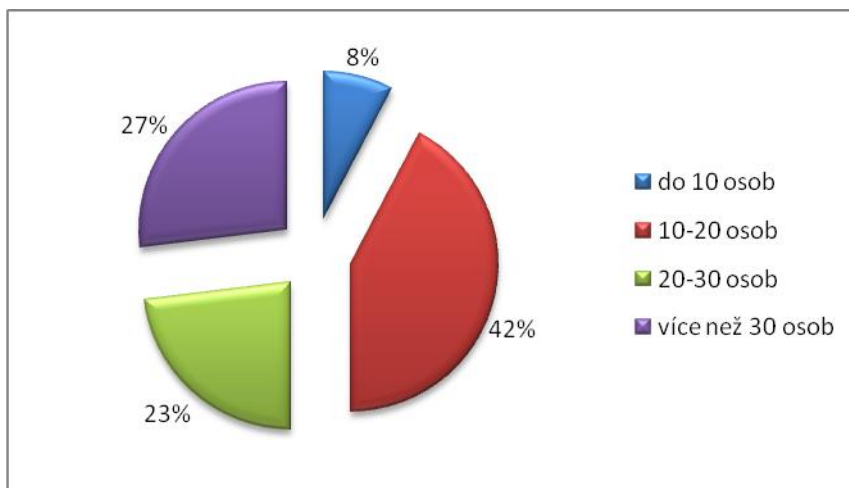


Zdroj: Vlastní šetření.

Otázka č. 2: Ubytovací kapacita Vašeho zařízení je:

Přes dvě pětiny ubytovacích zařízení je schopno kapacitně pojmout maximálně dvacet osob. Jsou to většinou výše zmiňované penziony. Přibližně čtvrtina ubytovatelů (23%) má kapacitu do třiceti osob a další čtvrtina (27%) je schopna ubytovat více než třicet lidí. Ubytovací zařízení s malou kapacitou, a to do deseti osob, tvoří 8% z celkové nabídky. Problém nízkých ubytovacích kapacit se objevuje v případě pořádání velkých akcí na Pelhřimovsku. To bývají ubytovací zařízení plně vytížena a nastává problém nedostatku lůžek.

Graf 13 Ubytovací kapacita zařízení



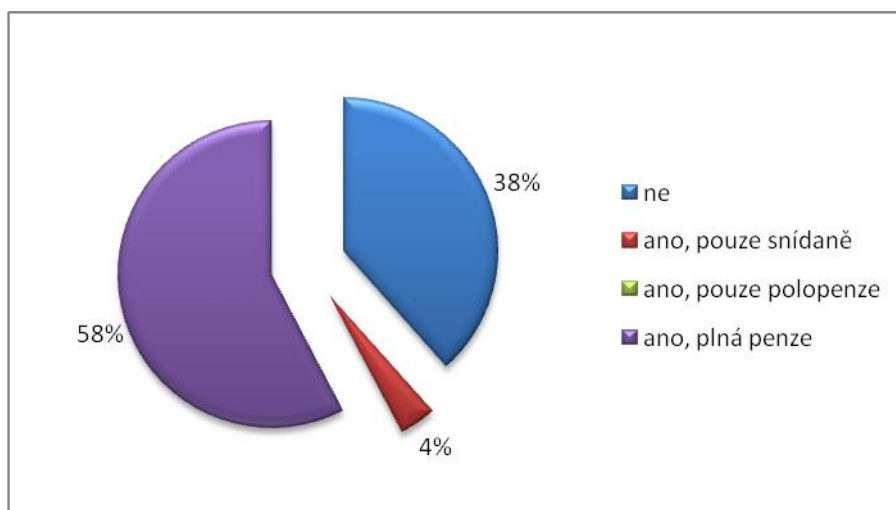
Zdroj: Vlastní šetření.

Otázka č. 3: Provoz Vašeho zařízení je:

Většina ubytovacích zařízení (85%) poskytuje své služby celoročně. Je to podmíněno tím, že turisté jezdí do destinace průběžně po celý rok a využívají tak služeb ubytovatelů. Sezónní provoz (15%) mají hlavně kempy a chatové osady. V zimě své služby neposkytují, jelikož by měli vysoké náklady na provoz.

Otázka č. 4: Poskytuje Vaše zařízení i stravovací služby?

Graf 14 Poskytování stravovacích služeb



Zdroj: Vlastní šetření.

Více jak polovina ubytovacích zařízení (58%) nabízí svým klientům zároveň i stravovací služby, a to v podobě plné penze. Je to dáno tím, že ve většině případů je součástí zařízení také restaurace. Formu polopenze nikdo neoznačil, poněvadž poskytovatelé plné penze mohou zároveň poskytovat i polopenzi. Záleží na přání hosta. Téměř dvě pětiny zařízení (38%) neposkytují naopak stravu vůbec. Nemají k tomu buď

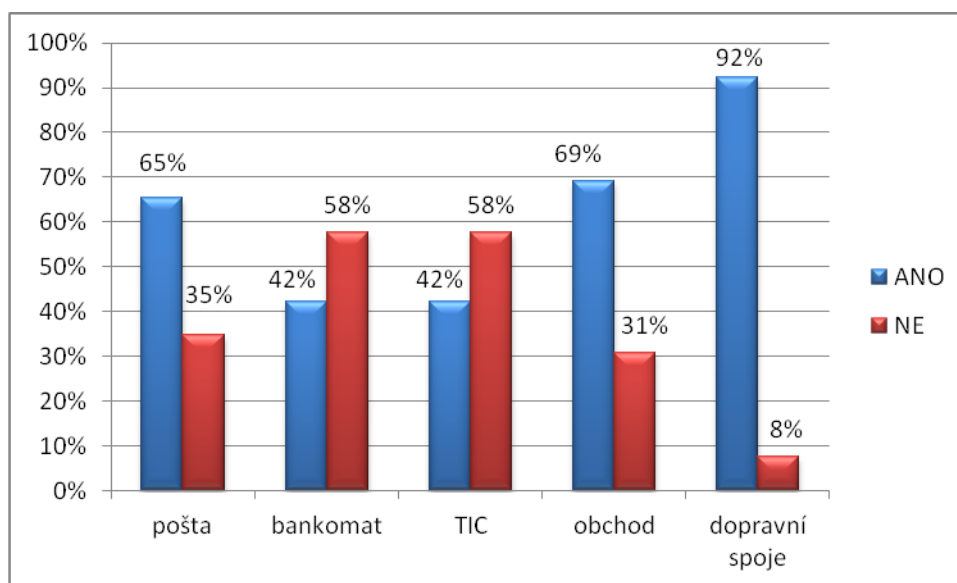
uzpůsobené podmínky, nebo se v jejich blízkosti nachází restaurační zařízení, jehož služby mohou jejich hosté využívat. Zbývající čtyři procenta ubytovatelů má své stravovací služby omezené jen na snídaně. Mohou být v ceně pokoje nebo se přiojednávají zvlášť.

Otázka č. 5: Jsou ve Vašem zařízení k dostání turistické propagační letáky o Pelhřimovsku? Pokud ne, jakou formou poskytuje Vaše zařízení informační služby?

Naprostá většina ubytovacích zařízení (96%) informační služby prostřednictvím propagačních letáků poskytuje. Důvodem je úzká spolupráce s místními turistickými informačními centry, která je zásobují letáky o Pelhřimovsku. Jen 4% ubytovatelů této spolupráce nevyužívají a uvádí, že svým hostům neposkytují žádné informační služby o okolí nebo jim pouze ústně odpovídají na jejich dotazy.

Otázka č. 6: Jsou v okolí (do 5 km) Vašeho zařízení dostupné tyto služby?

Graf 15 Dostupnost služeb v okolí zařízení



Zdroj: Vlastní šetření.

Z výše uvedeného grafu je patrné, že pro turisty jsou hůře dostupné (58%) bankomaty a TIC. Ty se nacházejí pouze ve městě a pro ubytované lidi ve vzdálenějších obcích se tak stávají hůře dostupnými. Avšak z druhé strany mají téměř všechna zařízení (92%) z místa svého působení dobré dopravní spojení a návštěvníci mají možnost dopravení do města. Omezení je pouze o víkendech a svátcích. Dobré také je, že v okolí zařízení se nachází obchod (69%) a turisté tak nejsou nuceni vzdalovat se daleko pro základní

potraviny a potřeby. Dobře dostupné (65%) jsou také pošty, jejichž služeb návštěvníci často využívají.

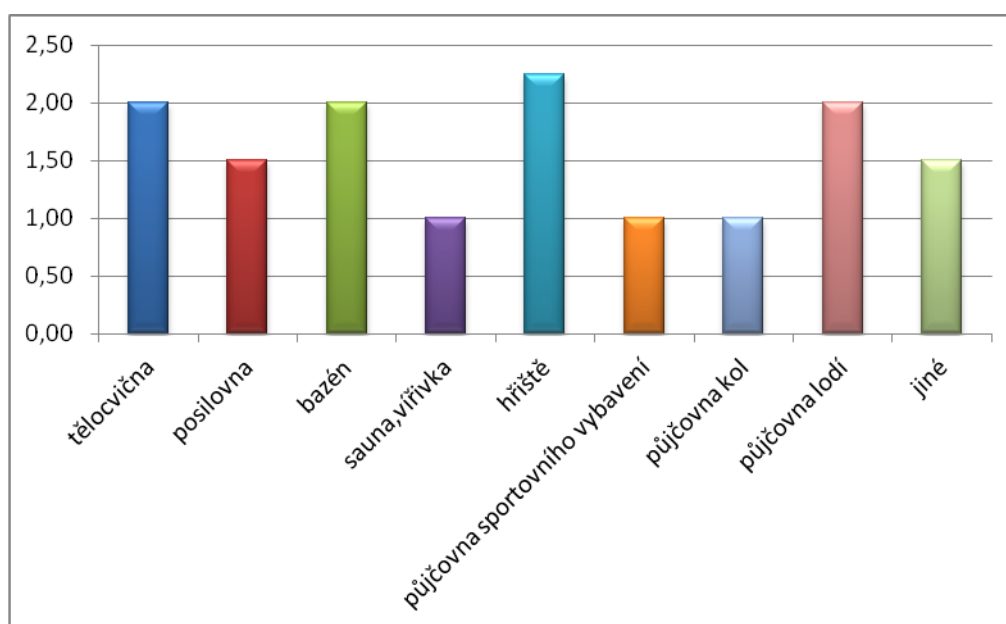
Otázka č. 7: Má Vaše zařízení dostatečnou parkovací plochu vzhledem k jeho ubytovací kapacitě? Pokud ne, uveďte důvod.

Téměř všechna ubytovací zařízení (96%) mají dostatečný parkovací prostor pro své hosty nacházející se v těsné blízkosti zařízení. Zbývá čtyři procenta nemají dostatečný počet parkovacích míst. Jako důvod uvádí polohu jejich ubytovacího zařízení v centru města, kde není možno využít velké plochy k tomuto účelu. Klienti mají však možnost parkovat na veřejných parkovištích v blízkosti zařízení.

Otázka č. 8: Nabízí Vaše zařízení nějaké služby pro aktivní trávení volného času? Pokud ano, uveďte jaké a ohodnoťte je od 1 do 5 (1 – nejlepší, 5 – nejhorší).

Necelá polovina ubytovatelů (46%) nabízí služby pro aktivní trávení volného času. V níže uvedeném grafu jsou zobrazeny jimi nabízené služby a jejich hodnocení z pohledu provozovatelů ubytovacích zařízení.

Graf 16 Hodnocení služeb pro aktivní trávení volného času



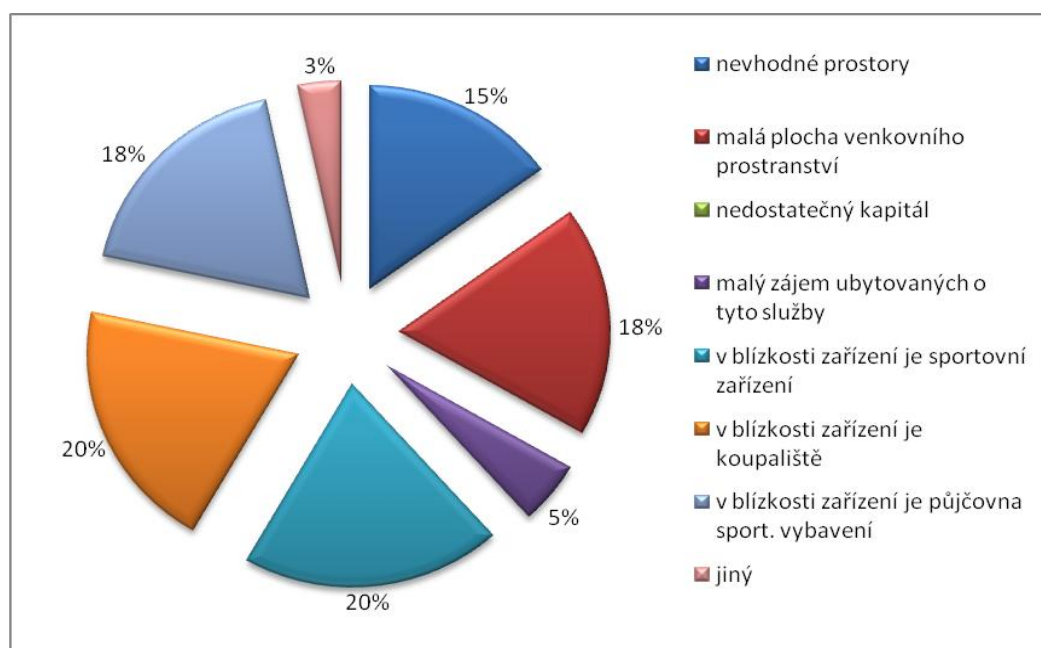
Zdroj: Vlastní šetření.

Nejčastěji nabízejí ubytovací zařízení hřiště. Avšak paradoxně patří mezi nejhůře ohodnocená zařízení. Je to způsobeno tím, že hřiště jsou také mnohdy poskytována zároveň i veřejnosti. Jsou proto velmi často využívána a to vede k jejich poničení a opotřebování. Dále ubytovatelé nabízejí k aktivnímu trávení volného času tělocvičnu, posilovnu, bazén, saunu nebo vířivku. Toto vybavení se však nachází pouze ve

více kvalitních ubytovacích zařízení, proto i kvalita služeb je odpovídající a hodnocení je tak dobré. Součástí některých zařízení jsou půjčovny sportovního vybavení, jako jsou lodě, sportovní náčiní nebo cyklistická kola. Tato zařízení získala také dobré ohodnocení. Ti ubytovatelé, kteří označili kolonku jiné, uváděli jako své služby pro sportovní vyžití lanové centrum, lyžařskou sjezdovku nebo sportovní rybaření. Hodnocení těchto služeb bylo opět pozitivní.

Více jak polovina ubytovatelů (54%) však neposkytuje žádné služby k aktivnímu trávení volného času. V níže uvedeném grafu jsou uvedeny důvody, proč tomu tak je.

Graf 17 Důvody neposkytování služeb pro aktivní trávení volného času



Zdroj: Vlastní šetření.

Nejčastějšími důvody, které získaly kolem dvaceti procent, jsou nevhodné prostory uvnitř ubytovacího zařízení k poskytování služeb pro aktivní trávení volného času, malá plocha venkovního prostranství na vybudování sportovního zázemí nebo se v blízkosti ubytovacího zařízení nachází koupaliště, sportovní zařízení či půjčovna sportovního vybavení a hosté tak využívají jejich služeb. Dalším z důvodů, avšak ne tolik razantním (5%), je malý zájem ubytovaných o tyto sportovně-rekreační služby. Turisté dávají přednost odpočinku a jiným aktivitám. Ubytovatelé také uvedli jiný důvod (3%), proč nemohou ve svém zařízení vybudovat sportovní zázemí. Důvodem je umístění v centru města, které spadá do městské památkové rezervace a oni bez svolení památkářů nemohou rekonstruovat a měnit okolí ubytovacího zařízení. Ani jedno z ubytovacích zařízení nevedlo jako příčinu nedostatečný kapitál. Finanční prostředky nejsou tedy brzdou pro vybudování sportovně-rekreačního zázemí.

Otázka č. 9: Pokud nabízíte sportovně-rekreační služby, využívají turisté této nabídky?

Všichni ubytovatelé uvedli, že jejich návštěvníci tyto služby využívají. Z toho vyplývá, že pokud by byla nabídka služeb pro aktivní trávení volného času rozšířenější a pestřejší, byl by o ně i větší zájem a mohl by stoupnout i počet ubytovaných v daných zařízeních.

Otázka č. 10: Plánujete do budoucna zavést novou nabídku pro aktivní trávení volného času nebo její rozšíření? Pokud ano, jakým způsobem?

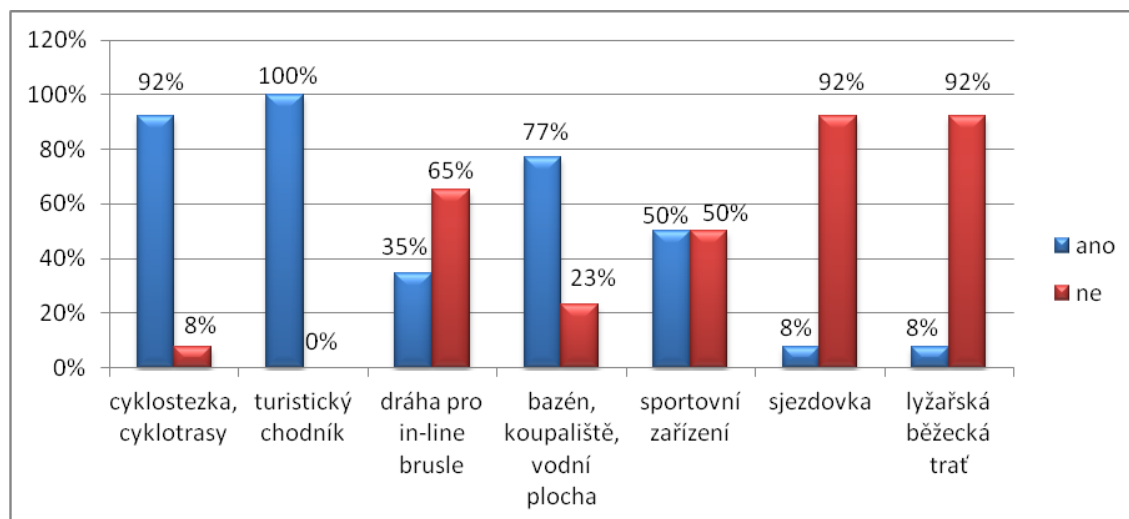
I přes skutečnost, že by mohlo rozšíření nabídky sportovně-rekreačních služeb přilákat více turistů, nemá více jak polovina (58%) ubytovatelů v plánu ve svém zařízení budovat zázemí pro sportovní aktivity.

Druhá, menší polovina (42%) ubytovatelů naopak má zájem svou nabídku rozšířit nebo zavést nově poskytované služby. Za nejčastější způsob uvádějí nákup sportovního vybavení nebo nabídku nové služby.

Otázka č. 11: Nachází se v okolí (do 5 km) Vašeho zařízení:

V níže uvedeném grafu jsou zobrazeny možnosti pro aktivně trávený volný čas na Pelhřimovsku a je u nich procentuálně vyznačeno, zdali jsou z ubytovacího zařízení dostupné nebo ne.

Graf 18 Nabídka sportovních služeb v okolí zařízení



Zdroj: Vlastní šetření.

Nejlépe dostupné jsou pro turisty cyklotrasy, cyklostezky (92%) nebo turistický chodník (100%). To vede také k jejich oblíbenosti. Dále jsou v okolí zařízení k dispozici

koupaliště, vodní plochy nebo bazén, jejich dostupnost tvoří 77%. Průměrnou dostupnost (50%) mají sportovní zařízení, jedná se například o tělocvičny, fitness centra, tenisovou halu a jiné. Naopak nejhůře dostupné jsou sjezdovka a lyžařská běžecká trať. Je to dáno tím, že jejich četnost na Pelhřimovsku je velice nízká a lidé musí vynaložit delší dobu a větší délku trasy, aby se k nim dostali.

5.6 Vymezení nabídky ubytovacích zařízení

Nejčastějším ubytovacím zařízením na Pelhřimovsku je penzion, s kapacitou do dvaceti osob, nabízející také stravovací služby formou plné penze a informační služby prostřednictvím propagačních letáků. U ubytovacího zařízení je k dispozici dostatečně velká parkovací plocha. Pokud ubytovaní necestují vlastním autem, jsou v blízkosti zařízení k dispozici spoje veřejné dopravy. Pro dostání základních potravin a potřeb se často v okolí zařízení nachází obchod. Jsou-li součástí nabídky zařízení i sportovně-rekreační služby, patří mezi ně především poskytnutí hřiště, posilovny nebo zapůjčení sportovního vybavení. Tyto služby turisté využívají a jsou poskytovány v dostatečné kvalitě. Ubytovací zařízení by chtěla do budoucna svou nabídku služeb pro aktivní trávení volného času rozšířit nákupem nového sportovního vybavení nebo nabídnout nové služby.

6 SWOT analýza Pelhřimovska

Na základě vyhodnocení primární a sekundární nabídky Pelhřimovska byla sestavena následující SWOT analýza, jejímž cílem je určit silné a slabé stránky regionu a následně najít jeho budoucí příležitosti a nežádoucí hrozby. Po provedení této SWOT analýzy je potřeba maximalizovat silné stránky a příležitosti a naopak minimalizovat slabé stránky vedoucí k možnému ohrožení regionu. Analýza byla sestavena dle postupu autorky Horákové, uvedeném v její publikaci Strategický marketing. (Horáková, 2003, s 48-52)

6.1 Analýza silných a slabých stránek

Silné a slabé stránky řešeného území jsou uvedeny v následující tabulce (Tabulka 2). Konkrétně se jedná o faktory vyplývající z vyhodnocení nabídky cestovního ruchu na Pelhřimovsku. U jednotlivých faktorů se nejprve posuzuje jejich stav (výkonnost), následně jejich závažnost (důležitost). K posouzení bylo aplikováno třístupňové hodnocení, pro výkonnost dobrý, průměrný, špatný a pro závažnost vysoká, průměrná, nízká.

Tabulka 2 Analýza silných a slabých stránek regionu

Hodnocené faktory	Posouzení stavu (výkonnost)			Závažnost (důležitost)		
	Dobry	Prumerny	Spatny	Vysoka	Prumerna	Nizka
A Přírodní předpoklady						
<i>A1 Poloha regionu</i>	.			.		
<i>A2 Zachovalá přírodní krajina</i>	.			.		
<i>A3 Členitost terénu</i>	.			.		
<i>A4 Vodstvo</i>		.		.		
<i>A5 Klima</i>	.				.	
<i>A6 Chráněná území</i>	.			.		
B Kulturně - historické předpoklady						
<i>B1 Historie</i>	.			.		
<i>B2 Kulturní památky</i>		.		.		
<i>B3 Hrad</i>		.		.		
<i>B4 Muzea</i>	.			.		

Hodnocené faktory	Posouzení stavu (výkonnost)			Závažnost (důležitost)		
	Dobry	Průměrný	Špatný	Vysoká	Průměrná	Nizká
C Turistická suprastruktura cestovního ruchu						
<i>C1 Kapacita ubytovacích zařízení</i>	•			•		
<i>C2 Kvalita ubytovacích zařízení</i>		•		•		
<i>C3 Kvalita stravovacích zařízení</i>		•		•		
<i>C4 Jazyková vybavenost personálu</i>			•	•		
D Infrastruktura cestovního ruchu						
<i>D1 Cestovní kanceláře a agentury</i>		•				•
<i>D2 Turistická informační centra</i>	•			•		
<i>D3 Propagace regionu</i>	•			•		
<i>D4 Spolupráce s organizacemi CR</i>		•		•		
<i>D5 Lázeňské služby</i>		•				•
<i>D6 Směnárenské služby</i>		•		•		
<i>D7 Sportovně - rekreační služby</i>	•			•		
<i>D8 Kulturně - společenské služby</i>	•			•		
E Dopravní infrastruktura						
<i>E1 Dostupnost regionu</i>	•			•		
<i>E2 Dopravní obslužnost</i>			•	•		
<i>E3 Kvalita silnic</i>		•		•		
<i>E4 Parkovací a odstavné plochy</i>			•	•		
<i>E5 Železniční doprava</i>		•		•		
<i>E6 Nerozvinutá vodní doprava</i>			•			•
<i>E7 Nerozvinutá letecká doprava</i>			•			•
<i>E8 Rekreační doprava</i>		•		•		
F Obchodní vybavenost a nabídka služeb						
<i>F1 Obchodní vybavenost</i>	•			•		
<i>F2 Veřejné služby</i>	•			•		

Zdroj: Vlastní zpracování.

Ze silných a slabých stránek zanesených v předcházející tabulce byla sestavena matice závažnost/výkonnost (Tabulka 3), sloužící k vyhodnocení výkonnosti a závažnosti těchto stránek.

Tabulka 3 Matice závažnost/výkonnost

		Výkonnost		
		Špatná		Dobrá
Závažnost	Vysoká	C4, E2, E4	A4, B2, B3, C2, C3, D4, D6, E3, E5, E8	A1, A2, A3, A6, B1, B4, C1, D2, D3, D7, D8, E1, F1, F2
				A5
	Nízká	E6, E7	D1, D5	

Zdroj: Vlastní zpracování.

Následující hodnocení vychází ze čtyř základních variant. Faktory, které jsou zaneseny v levém horním kvadrantu (C4, E2, E4) a v horním prostředním kvadrantu (A5, B2, B3, C2, C3, D4, D6, E3, E5, E8) je potřeba vzhledem k jejich vysoké důležitosti výkonnostně posílit. Nejvíce problematickou oblastí je nedostatečná parkovací plocha v centru měst, projevující se zejména v období letní sezóny. Zlepšit by se měla i dopravní obslužnost regionu, konkrétně posílení autobusových spojů o víkendech a svátcích. Ubytovací a stravovací zařízení vykazují také jisté nedostatky, a to zejména ta s nižší kategorizací, jejichž služby a vybavení nedosahují požadované kvality. Další nevýhodou těchto zařízení je špatná jazyková vybavenost personálu, projevující se zvláště v turistické sezóně a v době konání mezinárodních kulturních a sportovních akcí. Dbát by se mělo také na vzhled a celkový stav kulturních památek v regionu. Důležité je i posilování a rozšiřování spolupráce s ostatními organizacemi cestovního ruchu, které pomáhají propagovat region jako celek, čímž se dostává lépe do povědomí lidí.

V pravém horním kvadrantu (A1, A2, A3, A4, A6, B1, B4, C1, D2, D3, D7, D8, E1, F1, F2) jsou obsaženy nejdůležitější faktory pro oblast prosperity cestovního ruchu v regionu. Silnou stránkou Pelhřimovska je jeho poloha téměř ve středu České republiky, dobrá dostupnost díky dálnici D1 a krásná zachovalá přírodní krajina.

Významná je také historie Pelhřimovska a s ní spojený velký počet historických památek nacházejících se na jeho území. Dobré zastoupení v regionu mají také muzea s velkou pestrostí svých stálých expozic a turistická informační centra, poskytující kvalitní informační služby i propagaci regionu. Výhodou Pelhřimovska je nejen dostatečné množství kulturně-společenských a sportovních zařízení, ale i pořádání různých kulturních a sportovních akcí. Důležité je také zmínit dostatečnou kapacitu ubytovacích zařízení a dobrou obchodní vybavenost.

Pravý prostřední kvadrant (A5) je zastoupen méně důležitými faktory řešeného území. Tímto faktorem je v řešeném území klima. Nelze ho obecně měnit a manipulovat s ním, tudíž nemá velký vliv na budoucí rozvoj regionu.

V levém dolním kvadrantu (E6, E7) a v levém prostředním kvadrantu (D1, D5) jsou obsaženy faktory s nízkou významností. Patří sem nerozvinutá letecká a vodní doprava, s jejichž rozvojem se do budoucna vzhledem k nevhodným předpokladům nepočítá. Dále jsou zde cestovní kanceláře a cestovní agentury, zaměřující se hlavně na výjezdový cestovní ruch a neovlivňují tak cestovní ruch v regionu. Řadí se sem také lázeňské služby, které nejsou považovány za hlavní aktivitu řešeného území.

Pravý dolní kvadrant neobsahuje žádné faktory. Do tohoto kvadrantu se zanášejí faktory s nízkou důležitostí, na jejichž rozvoj by region vynakládal zbytečné úsilí.

Pro účely této diplomové práce byla ještě navíc sestavena analýza silných a slabých stránek u sportovně-rekreačních služeb (Tabulka 4) nabízených v regionu.

Tabulka 4 Analýza silných a slabých stránek u sportovně-rekreačních služeb

Hodnocené faktory (sportovně-rekreační služby)	Posouzení stavu (výkonnost)			Závažnost (důležitost)		
	Dobry	Průměrný	Špatný	Vysoká	Průměrná	Nízká
A Sportovně-rekreační zařízení						
<i>A1 Počet zařízení</i>	•			•		
<i>A2 Kvalita vybavení a služeb</i>		•		•		
<i>A3 Parkovací místa u zařízení</i>		•		•		
<i>A4 Malý počet půjčoven jízdních kol</i>			•	•		
<i>A5 Dobrá sportovní vybavenost Křemešniku</i>	•			•		

Hodnocené faktory (sportovně-rekreační služby)	Posouzení stavu (výkonnost)			Závažnost (důležitost)		
	Dobrý	Průměrný	Špatný	Vysoká	Průměrná	Nízká
B Pěší turistika						
<i>B1 Množství tras</i>	•			•		
<i>B2 Značení tras</i>	•			•		
<i>B3 Odpočinková místa</i>			•	•		
<i>B4 Návaznost na trasy mimo region</i>		•		•		
<i>B5 Naučné stezky</i>	•			•		
C Cykloturistika						
<i>C1 Množství tras</i>	•			•		
<i>C2 Značení tras</i>	•			•		
<i>C3 Kvalita povrchu tras</i>		•		•		
<i>C4 Záchytná parkoviště u cyklotras</i>			•	•		
<i>C5 Návaznost na trasy mimo region</i>		•		•		
D Vodní plochy						
<i>D1 Množství vodních ploch</i>	•			•		
<i>D2 Kvalita vody koupališť</i>		•		•		
<i>D3 Sociální zařízení u koupališť</i>		•		•		
<i>D4 Záchytná parkoviště u koupališť</i>		•		•		
<i>D5 Sportovní vybavení koupališť</i>		•		•		
<i>D6 Možnost občerstvení</i>		•		•		
<i>D7 Vodní nádrž Trnávka</i>	•			•		
<i>D8 Zatopený lom u Horní Cerekve</i>	•			•		
E Jezdeckví						
<i>E1 Množství jezdeckých tras</i>		•		•		
<i>E2 Značení jezdeckých tras</i>	•			•		
<i>E3 Rozvoj jezdeckví díky rozvoji agroturistiky</i>		•		•		

Zdroj: Vlastní zpracování.

Stejně jako u předchozí analýzy byla sestavena matice závažnost/výkonnost (Tabulka 5) pro zhodnocení silných a slabých stránek u nabídky sportovně-rekreačních služeb v regionu.

Tabulka 5 Matice závažnost/výkonnost (sportovně-rekreační služby)

		Výkonnost		
		Špatná		Dobrá
Závažnost	Vysoká	A4, B3, C4	A2, A3, B4, C3, C5, D2, D3, D4, D5, D6, E1, E3	A1, A5, B1, B2, B5, C1, C2, D1, D7, D8, E2
	Nízká			

Zdroj: Vlastní zpracování.

Důležitost všech výše uvedených faktorů je vysoká. Pravý horní kvadrant (A1, A5, B1, B2, B5, C1, C2, D1, D7, D8, E2) obsahuje faktory nejdůležitější pro atraktivitu nabídky sportovně-rekreačních služeb. Patří sem například dostatek sportovních zařízení, pěších i cyklistických tras, dobrá sportovní vybavenost lokality Křemešník nebo atraktivita vodní nádrže Trnávka.

Levý horní kvadrant (A4, B3, C4) a prostřední horní kvadrant (A2, A3, B4, C3, C5, D2, D3, D4, D5, D6, E1, E3) představují faktory, které potřebují vzhledem k jejich závažnosti posílit. Jedná se především o faktory v levém horním kvadrantu, jimiž jsou záchytná parkoviště u sportovních zařízení i cyklotras, půjčovny jízdních kol odpočinková místa podél turistických tras, jak pěších, tak cyklistických.

Tabulka 6 Slabé a silné stránky (sportovně-rekreační služby)

Obsah faktorů	Typy faktorů	
	Příznivé	Nepříznivé
Vnitřní	<i>Silné stránky</i>	<i>Slabé stránky</i>
	• Dostačující množství turistických tras	• Chybějící záchytná parkoviště u sportovních zařízení a cyklotras
	• Dobré značení turistických tras	• Chybějící odpočinková místa u turistických tras
	• Dostatek vodních ploch	• Nedostačující počet půjčoven jízdních kol
	• Sportovní vybavenost lokality Křemešník	
	• Atraktivita vodní nádrže Trnávka	

Obsah faktorů	Typy faktorů	
Vnitřní	Příznivé	Nepříznivé
	<i>Silné stránky</i>	<i>Slabé stránky</i>
	• Atraktivita zatopeného lomu u Horní Cerekve	
	• Dostačující počet sportovních zařízení	

Zdroj: Vlastní zpracování.

Tato analýza silných a slabých stránek u sportovně-rekreačních služeb tvoří spolu s výsledky dotazníkových šetření podklady pro sestavení návrhů na modernizaci doprovodné infrastruktury pro zvýšení komfortu, bezpečnosti a technického standardu sportovní a rekreační vybavenosti v řešeném území. Tyto návrhy jsou uvedeny v kapitole 7 dané diplomové práce.

6.2 Analýza příležitostí a hrozeb

Po vyhodnocení nabídky a poptávky cestovního ruchu v regionu a po zhodnocení jeho silných a slabých stránek byly vytyčeny faktory, které by mohly značit možné příležitosti a nežádoucí hrozby řešeného území. Tyto faktory byly zaneseny do dvou tabulek, a to do tabulky 7 Analýza příležitostí a tabulky 9 Analýza hrozeb. Z tabulky 7 byla následně sestavena matice příležitostí a z tabulky 9 matice hrozeb.

Tabulka 7 Analýza příležitostí

Hodnocené faktory	Pravděpodobnost úspěchu			Přitažlivost		
	Vysoká	Průměrná	Nízká	Vysoká	Průměrná	Nízká
<i>A Využití přírodních atraktivit regionu</i>	•			•		
<i>B Zkvalitnění ubytovacích a stravovacích služeb</i>		•			•	
<i>C Budování aktivní spolupráce subjektů v oblasti CR</i>		•			•	
<i>D Propagace regionu pod společnou značkou</i>	•			•		
<i>E Zlepšení propagace lokality Křemešník</i>	•				•	
<i>F Využití potenciálu regionu pro rozvoj kongresové turistiky</i>			•		•	
<i>G Zkvalitnění doprovodné infrastruktury CR (modernizace sportovišť a zázemí koupališť, budování záchytných parkovišť...)</i>		•		•		

Hodnocené faktory	Pravděpodobnost úspěchu			Přitažlivost		
	Vysoká	Průměrná	Nízká	Vysoká	Průměrná	Nízká
<i>H Snaha o udržitelnost životního prostředí</i>		•		•		
<i>I Rozvoj a udržení tradičních akcí</i>	•			•		
<i>J Značení a údržba lyžařských běžeckých tras</i>			•		•	
<i>K Ziskávání prostředků z grantů kraje, ČR i EU pro realizaci aktivit</i>	•			•		
<i>L Tvorba kompletních balíčků služeb (doprava, ubytování, stravování, pobytový program) pro různé cílové skupiny</i>	•			•		
<i>M Rekonstrukce kulturních památek</i>			•	•		
<i>N Budování nových cyklotras a cyklostezek</i>		•		•		
<i>O Tvorba zajímavých a netradičních programů pro návštěvníky regionu</i>	•			•		

Zdroj: Vlastní zpracování.

V tabulce 8 Matice příležitostí jsou posuzovány faktory z hlediska jejich přitažlivosti a pravděpodobnosti úspěchu. Matice má třístupňové hodnocení. Na vertikální ose je znázorněna míra přitažlivosti, na horizontální ose míra pravděpodobnosti úspěchu.

Tabulka 8 Matice příležitostí

Pravděpodobnost úspěchu

		Vysoká	Nízká
Přitažlivost	Vysoká	A, D, I, K, L, O	G, H, N M
		E, F	B, C J
	Nízká		

Zdroj: Vlastní zpracování.

V levém horním kvadrantu (A, D, I, K, L, O) se nachází nejlépe využitelné příležitosti. Patří sem například využití přírodních atraktivit regionu, rozvoj a udržení tradičních akcí nebo tvorba zajímavých a netradičních programů pro návštěvníky regionu.

Pravý horní kvadrant (M) a prostřední horní kvadrant (G, H, N) vykazuje atraktivní příležitosti hůře realizovatelné. Tímto faktorem je například rekonstrukce kulturních památek, která je náročná zejména po finanční stránce.

Dolní kvadranty obsahují málo atraktivní příležitosti, které jsou buď lehce (pravý kvadrant) nebo těžce (levý kvadrant) realizovatelné. Výše zpracovaná matice nevykazuje žádné takové příležitosti.

Tabulka 9 Analýza hrozeb

Hodnocené faktory	Pravděpodobnost výskytu			Závažnost		
	Vysoká	Průměrná	Nízká	Vysoká	Průměrná	Nízká
<i>A Nedostatek finančních prostředků na realizaci a spolufinancování aktivit v oblasti cestovního ruchu</i>		.		.		
<i>B Narušení krajiny výstavbou turistické infrastruktury</i>	.			.		
<i>C Nedocenění významu kulturního a přírodního bohatství</i>		.		.		
<i>D Nekompletnost vybavenosti v oblasti cestovního ruchu, vedoucí k možné ztrátě atraktivity regionu</i>	.			.		
<i>E Rostoucí nezaměstnanost</i>	.					.
<i>F Vandalismus</i>			.		.	
<i>G Zvyšující se konkurenceschopnost sousedících destinací</i>			.	.		
<i>H Snižování počtu dopravních spojů v regionu</i>		.			.	

Zdroj: Vlastní zpracování.

V tabulce 10 Matice hrozeb jsou posuzovány faktory z hlediska jejich závažnosti a pravděpodobnosti výskytu. Matice má třístupňové hodnocení. Na vertikální ose je znázorněna míra závažnosti, na horizontální ose míra pravděpodobnosti výskytu.

Tabulka 10 Matice hrozeb

		Pravděpodobnost výskytu		
		Vysoká		Nízká
Závažnost	Vysoká	B, D	A, C	G
			H	F
	Nízká	E		

Zdroj: Vlastní zpracování.

Levý horní kvadrant (B, D) zobrazuje největší možné ohrožení. Je jím narušení krajiny výstavbou turistické infrastruktury a nekompletnost vybavenosti v oblasti cestovního ruchu, vedoucí k možné ztrátě atraktivity regionu.

Pravý horní kvadrant (G) a levý spodní kvadrant (E) vykazují hrozby, které bezprostředně neparalyzují území regionu. Nesmí se však podceňovat, jelikož by mohly ohrozit budoucí vývoj cestovního ruchu v řešeném území. Patří sem rostoucí nezaměstnanost a rostoucí konkurenceschopnost blízkých destinací.

6.3 Závěrečná SWOT analýza

V následující tabulce je přehledně zpracován závěrečný výsledek SWOT analýzy. V tabulce jsou nejprve zaneseny silné a slabé stránky, poté příležitosti a ohrožení.

Tabulka 11 Závěrečná SWOT analýza

Obsah faktorů	Typy faktorů	
	Příznivé	Nepříznivé
Vnitřní	<i>Silné stránky</i>	<i>Slabé stránky</i>
	<ul style="list-style-type: none"> Dopravní dostupnost regionu 	<ul style="list-style-type: none"> Špatná dopravní obslužnost o víkendech a svátcích
	<ul style="list-style-type: none"> Atraktivita krajiny 	<ul style="list-style-type: none"> Horší kvalita služeb a vybavení v ubytovacích zařízeních s nižší kategorizací
	<ul style="list-style-type: none"> Nabídka muzeí 	<ul style="list-style-type: none"> Jazyková nevybavenost personálu stravovacích zařízení

Obsah faktorů	Typy faktorů	
Vnitřní	Příznivé	Nepříznivé
	<i>Silné stránky</i>	<i>Slabé stránky</i>
	• Historie a historické památky	• Nedostatek parkovacích míst
	• Atraktivita krajiny	• Slabší úroveň kongresové turistiky
	• Dobré kulturní a sportovní zázemí pro návštěvníky	• Nestálá pokrývka sněhu, způsobující krátkou zimní sezónu
	• Významné kulturní a sportovní akce	• Zhoršující se kvalita vod v koupalištích
	• Kvalitní služby TIC	• Nekompletní vybavenost regionu turistickou infrastrukturou (půjčovny kol, záchytná parkoviště, odpočinková místa)
	• Dostačující počet pěších tras a cyklotras	
	• Dobré klima v období letní sezóny	
	• Poutní místo Křemešník	
	• Vodní nádrž Trnávka	
• Dostačující kapacita ubytovacích zařízení		
• Spolupráce subjektů v oblasti CR		
Vnější	<i>Příležitosti</i>	<i>Ohrožení</i>
	• Využití přírodních atraktivit území	• Nedostatek finančních prostředků na realizaci a spolufinancování aktivit v oblasti cestovního ruchu
	• Zkvalitnění ubytovacích a stravovacích služeb	• Narušení krajiny výstavbou turistické infrastruktury
	• Budování aktivní spolupráce subjektů v oblasti CR	• Nedocení významu kulturního a přírodního bohatství
	• Propagace regionu pod společnou značkou	• Nekompletnost vybavenosti z oblasti CR, vedoucí k možné ztrátě atraktivity regionu
	• Zlepšení propagace lokality Křemešník	• Rostoucí nezaměstnanost
	• Využití potenciálu regionu pro rozvoj kongresové turistiky	• Vandalismus
	• Zkvalitnění doprovodné infrastruktury CR (modernizace sportovišť a zázemí koupališť...)	• Zvyšující se konkurenceschopnost sousedících regionů
	• Snaha o udržitelnost životního prostředí	• Snižování počtu dopravních spojů
	• Rozvoj a udržení tradičních akcí	
	• Značení a údržba lyžařských běžeckých tras	
	• Získávání prostředků z grantů kraje, ČR i EU pro realizaci aktivit	
	• Tvorba kompletních balíčků služeb pro různé cílové skupiny	
	• Rekonstrukce kulturních památek	
	• Budování nových cyklotras a cyklostezek	
• Tvorba zajímavých a netradičních programů pro návštěvníky regionu		

Zdroj: Vlastní zpracování.

7 Návrh na modernizaci a zkvalitnění doprovodné infrastruktury

Na základě šetření u návštěvníků a provozovatelů vybraných zařízení a na základě analýzy silných a slabých stránek u nabídky sportovních služeb byly zjištěny problémové oblasti doprovodné infrastruktury na Pelhřimovsku. Z těchto nedostatků byly sestaveny návrhy na modernizaci nebo případné dobudování infrastruktury pro zvýšení komfortu, bezpečnosti a technického standardu sportovní a rekreační vybavenosti regionu.

V každém návrhu je nejprve shrnut současný stav zařízení, poté jsou navržena opatření k jeho modernizaci a rozvoji a nakonec je uvedeno, na kolik by byly přibližně stanoveny náklady v případě realizace návrhu.

1. Vybudování a zkvalitnění doprovodné infrastruktury podél turistických tras

Současný stav

Počet i značení pěších i cyklistických tras je na Pelhřimovsku dostačující, chybí však podél nich kvalitní doprovodná infrastruktura.

Návrhy

Hlavním cílem pro zkvalitnění doprovodné infrastruktury by mělo být vybudování odpočinkových míst na turistických trasách. Jedná se o instalaci laviček podél tras, které budou rozmístěny po určitých vzdálenostech. U pěších tras by tato vzdálenost mohla činit tři kilometry, u cyklistických tras by mohly být intervaly větší, přibližně pět kilometrů. Záleželo by hlavně na délce a obtížnosti trati. Vhodným doplněním těchto odpočinkových míst by byly různé informační tabule, jak s mapami okolí, tak i s naučnými popisky o historii a zajímavostech dané lokality. Některá odpočinková místa by mohla být situována tak, aby byla v návaznosti na další doprovodné služby, jako jsou obchody, restaurace, sportovní hřiště, koupaliště a podobně. Na tato místa by musely být nainstalovány stojany na kola.

Po prostudování turistických map a zjištění počtu již existujících odpočinkových míst bylo navrženo dobudování dalších třinácti míst, z nichž osm by bylo vybaveno jen lavičkami a pět lavicemi se stolem a informační tabulí.

Náklady na realizaci

Podle ceníku společnosti KASKA s.r.o. (dříve DoZnač), zabývající se dopravním značením, ale také značením turistickým tras a prodejem mobiliáře cyklotras, byly vykalkulovány náklady na zajištění doprovodné infrastruktury cyklotras. Cena informační tabule je přibližně 5 000 Kč, dřevěné lavice se stolem stojí 6 000 Kč a samotné dřevěné lavičky 1 500 Kč. Cena výkopu, betonáže a kotvícího materiálu u jednoho kusu informačních tabulí a samotných laviček činí 1 800 Kč. U lavic se stolem je za tyto služby cena 2 500 Kč. Ceny jsou uvedeny bez DPH, která činí 21%. Celková kalkulace nákladů je uvedena v následující tabulce.

Tabulka 12 Náklady na mobiliář turistických tras

Druh zboží a služeb	Počet ks	Cena za kus	Celkem
Dřevěná lavička	8	1 500 Kč	12 000 Kč
Dřevěné lavice se stolem	5	6 000 Kč	30 000 Kč
Informační tabule	5	5 000 Kč	25 000 Kč
Instalace laviček	8	1 800 Kč	14 400 Kč
Instalace informačních tabulí	5	1 800 Kč	9 000 Kč
Instalace lavic se stolem	5	2 500 Kč	12 500 Kč
Celkem za zboží a služby bez DPH			102 900 Kč
DPH 21%			21 609 Kč
Celkem za zboží a služby s DPH			124 509 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování.

Bylo by možno ještě zakoupit ocelové stojany na kola a umístit je na odpočinková místa, u kterých je hřiště, koupaliště, občerstvení nebo jiné. Cena stojanu činí s DPH přibližně 2 200 Kč. Jejich množství by záleželo na domluvě mezi jednotlivými městy a obcemi.

2. Vybudování záchytných parkovišť u cyklistických tras

Současný stav

Pokud turisté dorazí do regionu autem i se svými koly a chtějí se jet projet, musí nechat auto zaparkované buď na parkovišti ve městě, případně u svého ubytovacího zařízení nebo na nějakém odlehlém místě poblíž trasy. Důvodem je absence záchytných parkovišť u cyklistických tras.

Návrhy

Potřeba záchytných parkovišť u cyklotras je převážně proto, aby v době letní sezóny nedocházelo k přeplnění kapacit parkovacích míst ve městech. Cyklistické výlety jsou

často na celý den, což by vedlo k celodennímu zabránění parkovacího místa. Dobré by bylo vybudovat parkoviště na okraji měst nebo obcí v těsné návaznosti na konkrétní cyklistickou trasu. Služby záchytných parkovišť by byly placené, taxy by byly půldenní nebo celodenní. Hodinová taxa by nebyla zavedena z důvodu odstranění hrozby, aby parkovací plochu nevyužívali i místní lidé. Od června do září, v době turistické sezóny by bylo vhodné, aby byla záchytná parkoviště hlídána. Zvýší to tak bezpečnost a kvalitu nabízených služeb. Záporům této výstavby je narušování přírodní krajiny.

Náklady na realizaci

Na základě interních údajů městského úřadu v Pelhřimově bylo vykalkulováno, že náklady na jedno parkovací místo na okraji města jsou přibližně 55 000 Kč. V obcích je tato cena nižší, kolem 50 000 Kč. Záchytná parkoviště by měla být schopna pojmout minimálně deset automobilů. Souhrnná cena včetně DPH za výstavbu jednoho záchytného parkoviště by se tedy pohybovala od 500 000 Kč do 550 000 Kč.

3. Prodloužení cyklostezky v městských sadech v Pelhřimově

Současný stav

Cyklostezka v Pelhřimově měří v současné době 2,2 km. Nachází se v městských sadech, které se řadí mezi klidné části města. Částečně vede kolem řeky Bělá a je lemována listnatými stromy. Její doprovodnou infrastrukturu tvoří lavičky a naučné tabule. Stezka může být také využívána pro jízdu na in-line bruslích, ale vzhledem k tomu, že na ni bývá často popadané listí nebo spadlé větvičky, není příliš vhodná a bezpečná pro tento sport.

Návrhy

Prvním a nejméně nákladným návrhem je pravidelná údržba cyklostezky, především pak v období letní sezóny. Každodenní čištění stezky v sezóně by zvýšilo její kvalitu a bezpečnost, jak pro jízdu na kole, tak především pro jízdu na in-line bruslích.

Druhým návrhem je celkové prodloužení této stezky směrem k centru města podél řeky Bělá a směrem k obci Starý Pelhřimov. Prodloužená část by měla povrch z asfaltového betonu a sloužila by zároveň jako dráha pro in-line bruslení, které se stává trendem současné doby a je tak vyhledávaným sportem. Tato část by již nevedla sady, ale městem podél řeky do centra nebo kolem pole směrem ke Starému Pelhřimovu. Nebyla by tedy znečištěna listím a vykazovala by větší bezpečnost. Stejně jako stávající část by byla vybavena lavičkami pro možný odpočinek a naučnými cedulemi.

Třetím návrhem je zvýšení atraktivity stávající stezky a případně její nové části tím, že by se podél ní nainstalovaly „rekordní“ předměty z expozice Muzea rekordů a kuriozit. Tyto předměty jsou již kromě muzea rozmístěny také v různých částech centra a stávají se často turistickým cílem ve městě. Bylo by tedy dobré rozšířit jejich rozmístění také podél cyklostezky a tím propojit sportovní aktivity se zážitkem, zábavou a poznáním.

Náklady na realizaci

Náklady na realizaci prodloužení cyklostezky by zahrnovaly vykopání základů stezky, zasypání stezky podkladovou kamennou drtí, zpevnění krajů stezky, položení asfaltového betonu a následná úprava terénu kolem cyklostezky. Podle interních zdrojů městského úřadu v Pelhřimově byla cena přibližně vykalkulována na dva miliony za délku jeden kilometr stezky o šířce dva metry. Prodloužená část by měřila zhruba 1,9 kilometru, její cena by činila 3 800 000 Kč s DPH. K celkové sumě by se musely přičíst ještě ceny za nákup a instalaci laviček a naučných cedulí. Vzhledem k nadměrné výši ceny by musel být k cyklostezce vypracován projekt s žádostí o poskytnutí finanční podpory z rozvojového fondu Vysočiny, případně jiného rozvojového fondu.

4. Zajištění kompletní doprovodné infrastruktury vodní nádrže Trnávka

Současný stav

Vodní nádrž Trnávka je turisticky atraktivní lokalitou Pelhřimovska, především pro aktivní trávení volného času. Podél nádrže vedou turistické trasy, nabízí možnost koupání, jízdy na lodích či šlapadlech, rybaření a relaxaci. Uměle vytvořený kanál je vhodný pro sjezd na lodích. Doprovodná infrastruktura je také na dobré úrovni. Nachází se zde ubytovací zařízení, stravovací zařízení, půjčovna lodí, šlapadel i sportovního vybavení, hřiště, záchytné parkoviště a jiné. Nedostatkem je však absence toalet v blízkosti odpočinkové plochy. Turisté musí chodit do restauračních zařízení, kde jim ne vždy je vyhověno.

Návrhy

Vyřešením hlavního nedostatku by byl nákup mobilních toalet, využívaných v období letní sezóny, od června do října, kdy tráví turisté čas u vody. Důležité by bylo také vhodné umístění těchto mobilních toalet. Nesměly by být příliš blízko odpočinkových ploch, aby možným občasným zápachem nedocházelo k obtěžování návštěvníků. Počet čtyř mobilních toalet by měl být dostačující. Ke zvýšení atraktivity by také přispěl

nákup prolézaček a skluzavky do vody, kterou by ocenili především děti. Sociální zařízení a dobrá vybavenost by zvýšili celkovou kvalitu dané lokality.

Náklady na realizaci

Podle ceníku společnosti TOI TOI s.r.o. byly vykalkulovány přibližné náklady na nákup mobilních toalet. Cena zakoupení jedné mobilní buňky činí 25 000 Kč, služby za jedno mytí a vyčerpání této buňky jsou účtovány za 600 Kč. Čištění by probíhalo dle potřeby, minimálně však jednou do měsíce. Ceny jsou uvedeny s DPH. Z internetových zdrojů byla zjištěna také cena skluzavky, která činí zhruba 39 000 Kč + 2 000 Kč instalace včetně DPH a přibližná cena prolézačky ve výši 57 000 Kč + 2 500 Kč instalace včetně DPH. Přibližná celková kalkulace nákladů je uvedena v následující tabulce.

Tabulka 13 Náklady na doprovodnou infrastrukturu vodní nádrže Trnávka

Druh zboží a služeb	Počet ks	Cena za kus	Celkem
Mobilní toalety	4	25 000 Kč	100 000 Kč
Čištění mobilních toalet	4	600 Kč	9 600 Kč
Skluzavka	1	39 000 Kč	39 000 Kč
Prolézačka	1	57 000 Kč	57 000 Kč
Instalace skluzavky	1	2 000 Kč	2 000 Kč
Instalace prolézačky	1	2 500 Kč	2 500 Kč
Celkem za zboží a služby s DPH			210 100 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování.

5. Zvýšení počtu půjčoven jízdních kol

Současný stav

Nedostačující počet půjčoven jízdních kol je velkým nedostatkem regionu. V letní sezóně je po těchto zařízeních velká poptávka, která nemůže být kvůli této slabé stránce uspokojena.

Návrhy

Navýšení počtu půjčoven jízdních kol prostřednictvím rozšíření nabídky služeb místních turistických center. Města by zakoupila určitý počet kol, která by byla k dispozici v jejich turistických centrech. Problémem by mohl být chybějící nebo nedostačující prostor pro uskladnění kol. V tomto případě by se musely najít vhodné prostory k úschově kol, nejlépe v centru města, a najmout brigádního zaměstnance, který by zajišťoval chod půjčovny během hlavní turistické sezóny. Mimo sezónu by se kola půjčovala pouze po předchozí domluvě.

Vhodná by byla také spolupráce s Českými drahami, jejímž cílem by bylo vytvořit půjčovny kol v budovách vlakových nádraží v regionu. Zde se nachází většinou dostatečné velké prostory, které by mohly sloužit jako úschovna. Kola by tak byla turistům k dispozici hned po příjezdu do daného města.

Vzhledem k velkému počtu cyklotras v regionu je důležité zajistit dostatečné množství půjčoven jízdních kol.

Náklady na realizaci

Celková cena z nákupu jízdních kol činí náklady na realizaci tohoto návrhu. Zakoupena by byla kola různých velikostí, aby mohla být uspokojena poptávka všech věkových kategorií. Ve městech Pelhřimov a Humpolec by měla být plně dostačující nabídka deseti dětských kol a patnácti kol pro dospělé. V ostatních městech může být nabídka nižší. Průměrná cena dětského kola činí 5 000 Kč, dospělého 8 000 Kč. Při uvedeném počtu jízdních kol by celkové náklady jednoho města byly ve výši 170 000 Kč včetně DPH.

6. Výstavba sportovních hřišť v obcích

Současný stav

Ve většině menších obcí v regionu je absence dětských i sportovních hřišť, která postrádají nejen místní obyvatelé, ale i turisté, kteří jsou v těchto obcích ubytováni.

Návrhy

Dalším návrhem je výstavba sportovních hřišť, která by nejen uspokojila poptávku turistů ubytovaných v místních soukromých apartmánech, ale díky této výstavbě by také vznikla nová odpočinková místa podél cyklotras. Aby hřiště byla plnohodnotná, měla by mít zpevněný povrch a měla by být vybavena prolézačkami, případně i pískovištěm pro malé děti. V rámci vybavení by zde měly být také instalovány lavičky sloužící k odpočinku. Vybudováním nových hřišť by vzrostl potenciál nejen daným obcím, ale celému regionu.

Náklady na realizaci

Podle interních podkladů městského úřadu v Pelhřimově se cena výstavby dětského hřiště včetně kompletního vybavení pohybuje v rozmezí 300 000 Kč – 400 000 Kč. Konečná cena záleží především na velikosti hřiště a šíři vybavení.

7. Rozšíření a modernizace sportovní vybavenosti ubytovacích zařízení

Současný stav

Z dotazníkového šetření vyplývá, že necelá polovina ubytovacích zařízení má určité zázemí pro aktivní trávení volného času. Nejčastěji poskytují půjčovnu sportovního vybavení nebo mají zbudována malá sportovní hřiště. Výsledky šetření také poukazují na fakt, že turisté tuto nabídku často využívají a je o ni rostoucí zájem. V ubytovacích zařízeních vyšší kategorie mohou návštěvníci navíc využít posilovnu, vířivku či malý bazén.

Návrhy

Vzhledem k velkému zájmu o sportovní vybavení v ubytovacích zařízeních by se měla jejich nabídka nejen zkvalitňovat, ale i rozšiřovat. Rozšířením nabídky by mohlo být například zakoupení jízdních kol, čímž by se zmenšil problém s nedostatkem půjčoven jízdních kol v regionu. Dále budování malých sportovních hřišť u ubytovacích zařízení, čímž by se snížil nedostatek dětských hřišť v obcích. Nejméně nákladné a snadno realizovatelné je zakoupení malého sportovního vybavení, jako jsou míče, tenisové rakety, badmintonové páčky, stolní tenis a další. Rozšíření této nabídky by mohlo přilákat více turistů a prodloužit zde jejich pobyt.

Náklady na realizaci

Náklady na rozšíření a modernizaci sportovní vybavenosti ubytovacích zařízení nelze přesně vyčíslit, jelikož každé zařízení potřebuje vylepšit něco jiného. Většina těchto zařízení se však potýká s nedostatkem financí vyhrazených na rozvoj sportovního zázemí, jelikož se soustředí především na poskytování svých hlavních služeb. Za těchto okolností je na místě vzájemná spolupráce mezi podnikatelskými a veřejnými subjekty, jejichž vzájemná podpora může vést k celkovému rozvoji cestovního ruchu.

8. Propagace lokality Křemešník jako centrum sportu

Současný stav

Křemešník je propagován zejména jako poutní místo se známou Křížovou cestou a kostelem Nejsvětější trojice. Neméně důležitá je ale i možnost sportovního vyžití. Křemešník nabízí v zimní sezóně lyžařskou sjezdovku s vlekem a upravenou dráhu pro běh na lyžích. V letní sezóně je zde nabídka lanového centra, trampolíny, naučné stezky či výstupu na rozhlednu. Danou lokalitou vedou také turistické stezky.

Návrhy

Vzhledem k současné nedostatečné propagaci Křemešníku je potřeba posílit povědomí o této lokalitě, nejen jako poutního místa, ale především jako centra sportu. Sportovně-rekreační služby mají na Křemešníku velký potenciál, jelikož jsou poskytovány po celý rok. Lepší propagace by mohla být zajištěna natištěním letáků a brožur s nabídkou sportovních aktivit, účastí na veletrzích cestovního ruchu, reklamou v krajském rádiu Vysočina nebo nabídkou komplexních produktových balíčků školám či firmám, obsahující pobyt v hotelu Křemešník spojený se sportovním programem. Propagace této lokality je velice důležitá, jelikož má vynikající přírodní, kulturní i sportovní předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu, které výrazně zvyšují potenciál celého regionu.

Náklady na realizaci

Náklady spojené s propagací Křemešníku jako centra sportu jsou tvořeny tiskem letáků a brožur. Přibližná cena tisku dvou tisíců brožur byla spočítána na online kalkulátoru společnosti iNETPrint a vyčíslena na 28 400 Kč včetně DPH. Náklady na reklamní spot v rádiu Vysočina činí částku ve výši 3 000 Kč včetně DPH. Výdaje spojené s rozesláním nabídky produktových balíčků vychází na 1 500 Kč. Po sečtení vyšly celkové náklady na propagaci v hodnotě 32 900 Kč včetně DPH.

7.1 Vyhodnocení navrhovaných opatření

Z výše uvedených návrhů má největší význam vybudování a zkvalitnění doprovodné infrastruktury podél turistických tras a navýšení počtu půjčoven jízdních kol. Za potřebný je brán i nákup mobilních toalet a sportovního vybavení pro zkvalitnění nabídky vodní nádrže Trnávka. Nutné je zmínit i rozšíření a modernizaci sportovní vybavenosti nejen ubytovacích zařízení, ale také některých sportovních zařízení (například sportovní hala v Žirovnici a Kamenici nad Lipou). Tyto zmíněné návrhy jsou realizovatelné a nákladově dostupné.

Naopak těžce realizovatelné bude prodloužení cyklostezky v Pelhřimově. Důvodem je vysoké nákladové zatížení, na které region nemá finanční prostředky. V tomto případě je potřeba zažádat o dotace z rozvojových fondů kraje, České republiky nebo EU.

Realizace těchto návrhů by mohla vést ke zkvalitnění nabídky služeb v rámci aktivně tráveného času. Zároveň by tím vzrostl celkový potenciál i image regionu.

8 Závěr

Cílem diplomové práce bylo provedení analýzy složek primární a sekundární nabídky Pelhřimovska, sestavení SWOT analýzy a vyhodnocení dotazníkových šetření prováděných jak u návštěvníků regionu, tak i u místních ubytovatelů. Na základě těchto analýz a výsledků šetření byla navržena řešení pro modernizaci či dobudování doprovodné infrastruktury pro aktivní trávení volného času návštěvníků.

Diplomová práce je rozdělena na dvě části, teoretickou a praktickou.

Teoretická část diplomové práce je rozdělena do čtyř kapitol, zabývajících se řešenou problematikou cestovního ruchu a marketingu. Teorie byla popsána za pomoci odborné literatury, vymezující definici a popis cestovního ruchu, služeb cestovního ruchu, a destinace cestovního ruchu. Poslední kapitola teoretické části je věnována marketingu, objasňující jednotlivé pojmy marketingového mixu, marketingový výzkum či SWOT analýzu.

Praktická část byla nejdříve věnována vymezení řešeného území Pelhřimovska, které je často nazýváno branou Vysočiny nebo krajem mezi třemi vrchy. Hranice tohoto území odpovídají vymezení okresu Pelhřimov, který se nachází v západní části Českomoravské vrchoviny a spadá do turistického regionu Vysočina.

Z výsledků dotazníkového šetření vyplynul profil návštěvníka, kterým je nejčastěji pracující muž cestující s rodinou ve věku od 27 do 40 let, pocházející většinou ze Středočeského kraje nebo Vysočiny. Nejčastěji cestuje za účelem relaxace nebo poznání historie a kulturních památek. Pokud tráví svůj volný čas aktivně, dává přednost cykloturistice nebo pěší turistice. Na Pelhřimovsku se nejčastěji zdržuje po dobu dvou dnů, přemísťuje se autem a je ubytován v penzionu. Informace o Pelhřimovu a okolí získal z internetových zdrojů nebo od svých blízkých. V destinaci pak využívá služeb turistických informačních center.

Na základě provedení analýzy primární a sekundární nabídky regionu byla provedena SWOT analýza řešeného území. Navíc byla podrobně provedena analýza silných a slabých stránek u sportovně-rekreačních služeb, která spolu s výsledky dotazníkového šetření přispěla k navržení řešení pro modernizaci a případné dobudování doprovodné infrastruktury pro aktivní trávení volného času v destinaci. Těmito návrhy je vybudování a zkvalitnění doprovodné infrastruktury podél turistických tras, vybudování

záchytných parkovišť u cyklistických tras, prodloužení cyklostezky v městských sadech v Pelhřimově, zajištění kompletní doprovodné infrastruktury vodní nádrže Trnávka, zvýšení počtu půjčoven jízdních kol, výstavba sportovních hřišť v obcích, rozšíření a modernizace sportovní vybavenosti ubytovacích zařízení a propagace lokality Křemešník jako centrum sportu. Z těchto návrhů by bylo těžce realizovatelné prodloužení cyklostezky v Pelhřimově. Důvodem je vysoké nákladové zatížení, na které region nemá finanční prostředky. V tomto případě je potřeba zažádat o dotace z rozvojových fondů kraje, České republiky nebo EU.

Případné realizace těchto návrhů by mohly vést ke zkvalitnění nabídky služeb v rámci aktivně tráveného času. Zároveň by tím vzrostl celkový potenciál i image celého regionu a mohla by se tím navýšit délka doby pobytu turistů na Pelhřimovsku.

Z diplomové práce vyplývá, že Pelhřimovsko je regionem, kde je cestovní ruch rozvinut. Je to dáno tím, že má dobré přírodní, kulturní, společenské i sportovní zázemí, o něž neustále pečuje. Snaží se ho podporovat, zkvalitňovat a rozvíjet. Péče o tato zázemí může v budoucnosti vést k vyšší návštěvnosti daného území.

8.1 Klíčová slova

Cestovní ruch, destinace cestovního ruchu, nabídka cestovního ruchu v destinaci, sportovně-rekreační služby, doprovodná infrastruktura cestovního ruchu, dotazníkové šetření, SWOT analýza.

9 Summary

The aim of this diploma thesis was to analyse the primary as well as the secondary offerings of Pelhřimov surroundings, the composition of SWOT analysis and the evaluation of the questionnaire survey participated both by the visitors of this region and the local providers themselves. According to these analyses and results, arrangements for modernization and accomplishing the supporting infrastructure for the visitors' active leisure time spending have been made.

This thesis is divided into two parts - theoretical and practical.

The theoretical part itself is divided into four chapters which focus on the issues of tourism and marketing. The theory was clarified with the use of various reference books which delimited the definition and the description of tourism as well as its services and destinations. This part's last chapter focuses on marketing, beside particular concepts of the marketing mix, it explains its survey and the SWOT analysis.

The practical part focuses first of all on the demarcation of the discussed area of the region of Pelhřimov, which is often called The Gateway of Highlands or The District within Three Hills. The borders of this area correspond with the actual demarcation of the district of Pelhřimov which is found in the west part of the Bohemian-Moravian Highlands and falls within the touristic region of Highlands.

A profile of a visitor emerged out of the survey results; commonly it is pictured as a working man with his travelling family, aged 27 to 40 years, coming from Central Bohemian Region or the Highlands. His most common reasons for travelling are relaxation or sightseeing. If he spends his leisure time actively, he prefers bicycle tours or hiking. He usually stays in the region of Pelhřimov for two days, he travels by car and is accomodated in a pension. He gathers the information about Pelhřimov via the Internet or from his close relatives or friends. He then uses the services of the tourist centres in a particular destination.

On the basis of the region's primary and secondary offerings analysis, a SWOT analysis of the discussed region has been made. Furthermore, a thorough strong and weak points analysis of the sport-recreation services has been made, which together with the survey results contributed to a proposal for modernization and potential accomplishing of the supporting infrastructure for the leisure time spending in which particular destination.

By these proposals we understand a construction and quality improvement of the supporting infrastructure along the touristic routes, construction of car parks along the bicycle routes, lengthening of the cycle route in the city park, providing a complete supporting infrastructure of Trnávka water reservoir, increasing the number of bicycle rental shops, construction of playgrounds in urban areas, expansion and modernization of sports equipment of various accommodations and promotion of Křemešník locality as a sports centre. Out of these proposals the cycle route lengthening would be hardly feasible in Pelhřimov. The reason is the high financial burden which is not in the region's disposal. In this case it is essential to apply for a grant from Development Fund of the region, the Czech Republic or the EU.

The potential realizations of these proposals could lead to the improvement of the service offerings within the active leisure time spending. At the same time, the general potential and even the whole region's image would grow and the length of the visitors' stay would also prolong.

The research shows that the region of Pelhřimov is developed. It is given by its natural, cultural, social and sports facilities being propitious, continually improved, supported, developed and taken care of. The maintenance of these conveniences can give rise to a higher touristic attendance of the given area in the future.

9.1 Key words

Tourism, touristic destination, offerings of a touristic destination, sports-recreational services, supporting infrastructure of tourism, questionnaire survey, SWOT analysis.

10 Seznam použitých zdrojů

Odborná literatura

- [1] FORET, M., FORETOVÁ, V.: *Marketing místního rozvoje a cestovního ruchu*. 1. vyd. Soukromá vysoká škola ekonomická, 2008. 119 s. ISBN 978-80-903914-3-7
- [2] HORÁKOVÁ, H.: *Strategický marketing*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing a.s., 2003. 204 s. ISBN 80-247-0447-1
- [3] HORNER, S., SWARBROOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing a.s., 2003. 488 s. ISBN 80-247-0202-9
- [4] JAKUBÍKOVÁ, D.: *Marketing v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing a.s., 2009. 288 s. ISBN 978-80-247-3247-3
- [5] JAKUBÍKOVÁ, D.: *Strategický marketing. Strategie a trendy*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing a.s., 2008. 272 s. ISBN 978-80-247-2690-8
- [6] KIRÁLOVÁ, A.: *Marketing destinace cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Ekopress s.r.o., 2003. 173 s. ISBN 80-86119-56-4
- [7] KOTLER, P., ARMSTRONG, G.: *Marketing*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing a.s., 2004. 856 s. ISBN 80-247-0513-3
- [8] KOTLER, P. A KOLEKTIV: *Moderní marketing*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing a.s., 2007. 1048 s. ISBN 978-80-247-1545-2
- [9] KOZEL R. A KOLEKTIV: *Moderní marketingový výzkum*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing a.s., 2006. 280 s. ISBN 80-247-0966-X
- [10] MALÁ, V.: *Cestovní ruch: (vybrané kapitoly)*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola ekonomická, Fakulta mezinárodních vztahů, 1999. 83 s. ISBN 80-7079-443-7
- [11] MARTÍNEK, Z.: *Pelhřimov, město poutníkovo*. 1. vyd. Pelhřimov: Kulturní zařízení města Pelhřimova, p.o., 2005. 109 s. ISBN 80-239-5278-1
- [12] MUSILOVÁ B. A KOLEKTIV: *Pelhřimovsko ve druhém tisíciletí*. 1. vyd. Pelhřimov: Okresní úřad Pelhřimov a Okresní muzeum Pelhřimov, 2000. 159 s. ISBN 80-238-6474-2

- [13] MORRISON, A., M.: *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. 1 .vyd. Praha: Victoria Publishing a.s., 1995. 521 s. ISBN 80-85605-90-2
- [14] ORIEŠKA, J.: *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea Servis, 2010. 412 s. ISBN 978-80-85970-68-5
- [15] ORIEŠKA, J.: *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis, 1999. 244 s. ISBN 80-85970-27-9
- [16] PALATKOVÁ, M.: *Marketingový management destinací*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing a.s., 2011. 208 s. ISBN 978-80-247-3749-2
- [17] PALATKOVÁ, M., ZICHOVÁ J.: *Ekonomika turismu. Turismus České republiky*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing a.s., 2011. 208 s. ISBN 978-80-247-3748-5
- [18] PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J.: *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: MMR ČR, 2002. 448 s. ISBN 80-239-0152-4
- [19] RYGLOVÁ, K., BURIAN, M., VAJČNEROVÁ, I.: *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing a.s., 2011. 216 s. ISBN 978-80-247-4039-3
- [20] VYSTOUPIL, J. A KOLEKTIV: *Atlas cestovního ruchu české republiky*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2006. 157 s. ISBN 80-239-7256-1
- [21] ZURYNEK, J., ZELENÝ L., MERVART, M.: *Dopravní procesy v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: ASPI a.s., 2008. 280 s. ISBN 978-80-7357-335-5

Elektronické zdroje

- [22] CzechTourism. *Charakteristika a význam cestovního ruchu v Česku*. [online]. [cit. 2013-01-29]. Dostupný z WWW: <<http://www.czechtourism.cz/didakticke-podklady/1-charakteristika-a-vyznam-cestovniho-ruchu-v-cesku/>>
- [23] Kraj Vysočina. *Vítejte na Vysočině*. [online]. [cit. 2013-01-29]. Dostupný z WWW: <<http://www.kr-vysocina.cz/vitejte-na-vysocine/d-4000086/p1=1205>>
- [24] Český statistický úřad. *Časové řady*. [online]. [cit. 2013-03-20]. Dostupný z WWW: http://www.czso.cz/xj/redakce.nsf/i/casove_rady_okres_pelhrimov
- [25] Okres Pelhřimov. [online]. [cit. 2013-03-20]. Dostupný z WWW: <http://mesta.obce.cz/vyhledat2.asp?okres=3304>

- [26] Z historie Pelhřimova. [online]. [cit. 2013-03-20]. Dostupný z WWW: <http://www.pelhrimovsko.cz/cz/52-47-mesto-pelhrimov/historie-mesta.htm>
- [27] Město Pelhřimov. [online]. [cit. 2013-03-20]. Dostupný z WWW: <http://www.pelhrimovsko.cz/>
- [28] Pelhřimovsko. *Popis regionu*. [online]. [cit. 2013-03-20]. Dostupný z WWW: http://www.trasovnik.cz/k_vysoc/pelhrim/pelhrim.asp
- [29] Český statistický úřad. *Charakteristika okresu Pelhřimov*. [online]. [cit. 2013-03-20]. Dostupný z WWW: http://www.czso.cz/xj/redakce.nsf/i/charakteristika_okresu_pelhrimov
- [30] Půdy a biota kraje Vysočiny. [online]. [cit. 2013-03-24]. Dostupný z WWW: <http://gym.nmm.cz/gisvysociny/index.php?ln=cz&id=22&cat=a&typ=menu>
- [31] Podnebí Pelhřimovska. [online]. [cit. 2013-03-24]. Dostupný z WWW: <http://www.sevmravenec.cz/sady/?c8>
- [32] Rostliny Pelhřimovska. [online]. [cit. 2013-03-24]. Dostupný z WWW: <http://www.sevmravenec.cz/sady/?c10>
- [33] Vrch Křemešník. [online]. [cit. 2013-03-24]. Dostupný z WWW: <http://kremesnik.ceskehory.cz/>
- [34] Rybník Pařez. [online]. [cit. 2013-03-24]. Dostupný z WWW: http://www.dedictvivysociny.cz/priroda/zvlaste_chranena_uzemi-11/prirodni_rezervace-40/?id=760
- [35] Turistický servis Pelhřimovska. [online]. [cit. 2013-03-27]. Dostupný z WWW: <http://www.pelhrimovsko.cz/>
- [36] Muzeum Humpolec. [online]. [cit. 2013-03-27]. Dostupný z WWW: <http://infohumpolec.cz/muzeum/o-muzeu/o-muzeu.html>
- [37] Muzeum Kamenice nad Lipou. [online]. [cit. 2013-03-27]. Dostupný z WWW: http://www.kamenicenl.cz/vismo/dokumenty2.asp?id_org=6257&id=77836&n=muzeu m&query=muzeu m
- [38] Muzeum Počátky. [online]. [cit. 2013-03-27]. Dostupný z WWW: http://www.pocatky.cz/pages/?pg=sect§=6&l=2&sub=5&id_title=6

- [39] Muzeum Pacov. [online]. [cit. 2013-03-27]. Dostupný z WWW: <http://zamekpacov.cz/cs/s/mestske-muzeum-antonina-sovy-v-pacove/stale-expozice>
- [40] Muzeum Žirovnice. [online]. [cit. 2013-03-27]. Dostupný z WWW: http://www.ceskevylety.cz/zajimavosti.php?kod=133_mestske-muzeum-zirovnice
- [41] Hromadná ubytovací zařízení na Pelhřimovsku. [online]. [cit. 2013-04-05]. Dostupný z WWW: [http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/2800435661/\\$File/w-63130212qn3.pdf](http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/2800435661/$File/w-63130212qn3.pdf)
- [42] Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení na Pelhřimovsku. [online]. [cit. 2013-04-05]. Dostupný z WWW: http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?cislotab=CRU9010PU_OB2.46&kapitola_id=654&voa=tabulka&go_zobraz=1&childsel0=1&verze=0&cas_3_17=2011
- [43] Kapacita hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie na Pelhřimovsku. [online]. [cit. 2013-04-05]. Dostupný z WWW: http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?voa=tabulka&cislotab=CRU6170PU_OK&&kapitola_id=653
- [44] Počet lůžek hromadných ubytovaných zařízení na Pelhřimovsku. [online]. [cit. 2013-04-05]. Dostupný z WWW: http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?cislotab=CRU9032CU&kapitola_id=653&voa=tabulka&go_zobraz=1&childsel0=3
- [45] Turistické informační centrum Pelhřimov. [online]. [cit. 2013-04-05]. Dostupný z WWW: <http://www.pelhrimovsko.cz/cz/87-74-turisticky-servis/turisticke-informacni-centrum.htm>
- [46] Turistické informační centrum Humpolec. [online]. [cit. 2013-04-05]. Dostupný z WWW: <http://infohumpolec.cz/infocentrum/o-nas/o-nas.html>
- [47] Turistické informační centrum Žirovnice. [online]. [cit. 2013-04-05]. Dostupný z WWW: http://www.zirovnice.cz/vismo/dokumenty2.asp?id_org=19715&id=88217&n=turisticke%2Dinformacni%2Dcentrum%2Dkontakty%2Dsluzby%2Doteviraci%2Ddoba&query=informa%C4%8Dn%C3%AD+centrum&p1=904
- [48] Turistické informační centrum Kamenice nad Lipou. [online]. [cit. 2013-04-05]. Dostupný z WWW: http://www.kamenicenl.cz/vismo/dokumenty2.asp?id_org=6257&id=77797&n=informacni%2Dstredisko&p1=3364
- [49] Turistické informační centrum Počátky. [online]. [cit. 2013-04-05]. Dostupný z WWW: http://www.pocatky.cz/pages/?pg=sect§=4&l=2&sub=5&id_title=24

- [50] Turistické informační centrum Pacov. [online]. [cit. 2013-04-05]. Dostupný z WWW: <http://www.mestopacov.cz/http://www.zamekpacov.cz/cs/s/informacni-centrum>
- [51] Vysočina Tourism. [online]. [cit. 2013-04-08]. Dostupný z WWW: http://www.vysocinatourism.cz/index.php?akce=slozka&id_slozka=1
- [52] Lázně sv. Kateřiny. [online]. [cit. 2013-04-08]. Dostupný z WWW: <http://www.laznevcr.cz/lazne-sv-kateriny/>
- [53] Solné jeskyně na Pelhřimovsku. [online]. [cit. 2013-04-08]. Dostupný z WWW: <http://www.solne-jeskyne.info/pelhrimov/>
- [54] Naučná cykloturistická stezka. [online]. [cit. 2013-04-08]. Dostupný z WWW: <http://www.zirovnice.cz/profil.asp?p1=904>
- [55] Sportovní akce v Pacově. [online]. [cit. 2013-04-08]. Dostupný z WWW: <http://www.mestopacov.cz/kategorie-udalosti/sport>
- [56] Strategický plán rozvoje města Pelhřimov. [online]. [cit. 2013-04-08]. Dostupný z WWW: http://www.mupe.cz/vismo/dokumenty2.asp?id_org=11891&id=2142&n=strategicky%2Dplan%2Drozvoje%2Dmesta%2Dpelhrimov&query=program+rozvoje+m%C4%9Bsta&p1=2508
- [57] Město Humpolec. [online]. [cit. 2013-04-12]. Dostupný z WWW: <http://infohumpolec.cz/infocentrum/>
- [58] Město Kamenice nad Lipou. [online]. [cit. 2013-04-12]. Dostupný z WWW: <http://www.kamenicenl.cz/index.asp>
- [59] Město Žirovnice. [online]. [cit. 2013-04-12]. Dostupný z WWW: <http://www.zirovnice.cz/profil.asp?p1=904>
- [60] Město Pacov. [online]. [cit. 2013-04-12]. Dostupný z WWW: <http://www.mestopacov.cz/mesto>
- [61] Město Počátky. [online]. [cit. 2013-04-12]. Dostupný z WWW: <http://www.pocatky.cz/pages/>
- [62] Pohádkové království. [online]. [cit. 2013-04-12]. Dostupný z WWW: <http://www.pohadkovekralovstvi.diskutuje.cz/nova-stranka-208074/>

11 Seznam tabulek a grafů

Seznam tabulek

Tabulka 1 Hromadná ubytovací zařízení na Pelhřimovsku	37
Tabulka 2 Analýza silných a slabých stránek regionu.....	74
Tabulka 3 Matice závažnost/výkonnost.....	76
Tabulka 4 Analýza silných a slabých stránek u sportovně-rekreačních služeb	77
Tabulka 5 Matice závažnost/výkonnost (sportovně-rekreační služby).....	79
Tabulka 6 Slabé a silné stránky (sportovně-rekreační služby)	79
Tabulka 7 Analýza příležitostí.....	80
Tabulka 8 Matice příležitostí	81
Tabulka 9 Analýza hrozeb	82
Tabulka 10 Matice hrozeb	83
Tabulka 11 Závěrečná SWOT analýza	83
Tabulka 12 Náklady na mobiliář turistických tras.....	86
Tabulka 13 Náklady na doprovodnou infrastrukturu vodní nádrže Trnávka.....	89

Seznam grafů

Graf 1 Motivy k návštěvě Pelhřimovska	57
Graf 2 Délka pobytu návštěvníků.....	58
Graf 3 S kým návštěvníci cestují?.....	58
Graf 4 Způsob ubytování	59
Graf 5 Způsob pohybu po destinaci	60
Graf 6 Kvalita poskytnutých informací.....	60
Graf 7 Hodnocení služeb.....	61
Graf 8 Účel návštěvy.....	62
Graf 9 Hodnocení sportovních zařízení z hlediska kvality, dostupnosti a služeb	63
Graf 10 Bydliště respondentů.....	64
Graf 11 Věkové skupiny respondentů.....	65
Graf 12 Kategorizace ubytovaných zařízení	67
Graf 13 Ubytovací kapacita zařízení.....	68
Graf 14 Poskytování stravovacích služeb	68
Graf 15 Dostupnost služeb v okolí zařízení	69
Graf 16 Hodnocení služeb pro aktivní trávení volného času	70
Graf 17 Důvody neposkytování služeb pro aktivní trávení volného času.....	71
Graf 18 Nabídka sportovních služeb v okolí zařízení	72

12 Seznam příloh

Příloha 1 Vzor dotazníku pro návštěvníky regionu

Příloha 2 Vzor dotazníku pro provozovatele ubytovacích zařízení

Příloha 3 Vymezení regionu Pelhřimovsko v rámci České republiky

Příloha 4 Podrobné administrativní rozdělení Pelhřimovska

Příloha 5 Fotogalerie vybraných sportovních zařízení na Pelhřimovsku

Příloha 6 Uměle upravená lyžařská běžecká trať kolem Pelhřimova

Příloha 7 Turistické trasy na Pelhřimovsku

5. Po dobu pobytu jste ubytován/a:

- a) bez ubytování e) u přátel
b) v hotelu f) u rodiny
c) v penzionu g) jinak

6. Po Pelhřimovsku a okolí se pohybujete:

- a) autem d) pěšky
b) autobusem e) na kole
c) vlakem f) jinak.....

7. Využili jste služeb místních TIC (Turistických informačních center)?

ANO NE

8. Pokud ano, byly informace poskytnuté o destinaci, místních službách a atraktivitách:

- a) vyčerpávající c) částečně dostatečné
b) dostatečné d) nedostatečné

9. Ohodnoťte prosím od 1 do 5 (1 – nejlepší, 5 – nejhorší), jak jste spokojeni s níže uvedenými podmínkami a službami na Pelhřimovsku.

Hodnocení	1	2	3	4	5
Životní a přírodní prostředí					
Architektura měst a obcí					
Klid v místě pobytu					
Dopravní dostupnost					
Doprava v místě pobytu					
Dostatečný počet parkovacích míst					
Kvalita ubytovacích služeb					
Kvalita stravovacích služeb					
Prívětivost personálu					
Prívětivost místních obyvatel					
Služby TIC					
Možnosti výletů					
Kulturní a zábavní vyžití					
Kongresové služby					
Obchodní vybavenost					
Dostatečný počet bankomatů					
Historické památky					
Sportovní vyžití					
Možnost animačních služeb					
Možnost průvodcovských služeb					

10. Je nějaká služba, kterou na Pelhřimovsku postrádáte?

ANO

NE

Pokud ANO, jaká?.....

11. Za jakým účelem jste na Pelhřimovsko přijel/a? (Lze označit dvě možné odpovědi.)

- a) relaxace
- b) sportovní vyžití
- c) kulturní a společenské akce
- d) historie a kulturní památky
- e) účast na semináři nebo konferenci

12. Pokud není jedna z Vašich odpovědí sportovní vyžití, přeskočte prosím k otázce číslo 16. Pokud ano, specifikujte prosím blíže účel Vaší cesty. (Lze označit tři možné odpovědi.)

- a) vodní sporty
- b) pěší turistika
- c) cykloturistika
- d) mototuristika
- e) atletika
- f) kolektivní hry
- g) rybolov
- h) lyžování
- i) zimní sporty
- j) běh na lyžích
- k) jiné.....

13. Jste spokojena se sportovním vyžitím na Pelhřimovsku (s poskytovanými službami, zařízením, možnostmi sportování...)?

- a) NE
- b) spíše NE
- c) nevím
- d) spíše ANO
- e) ANO

14. Chybí Vám zde nějaké služby nebo zařízení vztahující se ke sportovnímu vyžití?

ANO

NE

Pokud ANO, jaké?.....

15. Ohodnoťte prosím od 1 do 5 (1 - nejlepší, 5 – nejhorší) tato sportovní zařízení na Pelhřimovsku, a to podle jejich kvality, dostupnosti a služeb poskytovaných v těchto zařízeních. (Hodnoťte prosím jen ta zařízení, která se vztahují k ročnímu období, v němž jste navštívili Pelhřimovsko.)

Hodnocení	Kvalita	Dostupnost	Služby
Bazény			
Koupaliště			
Vodní plochy			
Hřiště			
Sportovní haly			
Fitness centra			
Tenisové kurty			
Turistické chodníky			
Cyklostezky			
Dráhy pro in-line brusle			
Lyžařské svahy			
Lyžařské vleky a lanovky			
Lyžařské běžecké tratě			
Kluziště			
Půjčovny sportovního vybavení			

16. Doporučíte návštěvu Pelhřimovska svým známým nebo rodině?

ANO

NEVÍM

NE

17. Jste:

ŽENA

MUŽ

18. Odkud pocházíte? (Napište prosím zemi, v rámci České republiky také kraj.)

.....

19. Věk:

a) do 15

d) 41-55

b) 16-26

e) nad 55

c) 27-40

20. Vzdělání:

a) ZŠ

c) SŠ s maturitou

b) SŠ bez maturity

d) VOŠ nebo VŠ

21. Jste:

a) student

d) podnikatel

b) zaměstnaný

e) důchodce

c) nezaměstnaný

Děkuji za spolupráci a přeji příjemný pobyt ☺

Pokud ANO, zakřížkujte v prvním sloupci jaké a ve druhém ohodnoťte prosím jejich kvalitu od 1 do 5 (1 – nejlepší, 5 – nejhorší):

Tělocvična		
Posilovna		
Bazén		
Sauna, vířivka		
Hřiště		

Půjčovna sport. vybavení		
Půjčovna kol		
Půjčovna lodí		
Půjčovna lyží		
Jiné:		

Pokud NE, označte důvod:

- a) nevhodné prostory
- b) malá plocha venkovního prostranství
- c) nedostatečný kapitál
- d) malý zájem ubytovaných o tyto služby
- e) v blízkosti Vašeho zařízení je sportovní zařízení poskytující tyto služby
- f) v blízkosti Vašeho zařízení je koupaliště
- g) v blízkosti Vašeho zařízení je půjčovna sportovního vybavení
- h) jiné.....

9) Pokud nabízíte sportovně-rekreační služby, využívají turisté této nabídky?

- a) ANO
- b) spíše ANO
- c) nevím
- d) spíše NE
- e) NE

10) Plánujete do budoucna zavést novou nabídku pro aktivní trávení volného času nebo její rozšíření?

ANO NE

Pokud ANO, jakým způsobem?

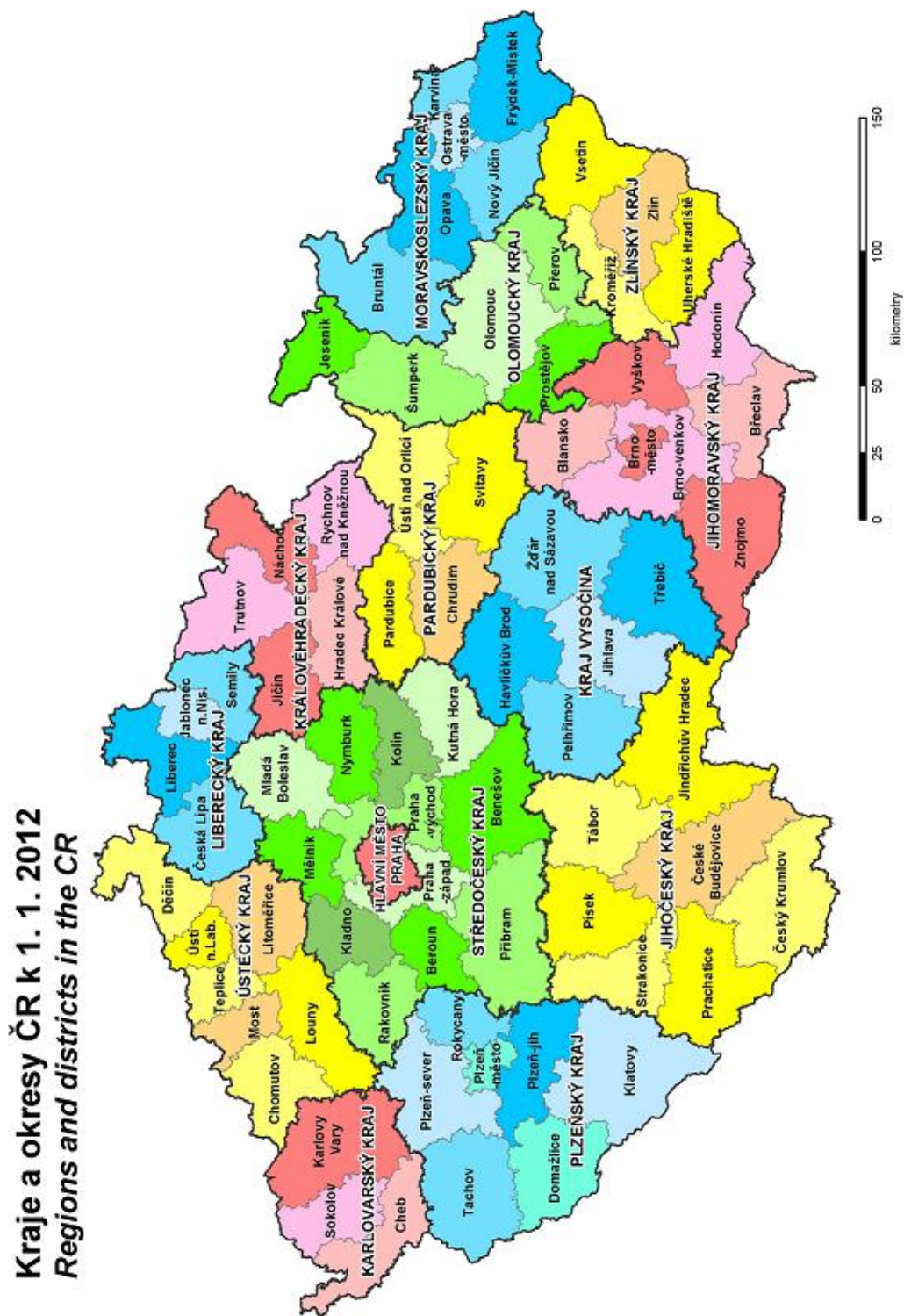
- a) rozšíření nabídky služeb
- b) modernizace stávajících prostor
- c) budování nových vnitřních prostor
- d) uzpůsobení venkovního prostranství ke sportu
- e) nákup sportovního vybavení
- f) jiné.....

11) Nachází se v okolí (do 5 km) Vašeho zařízení:

	ANO	NE
cyklostezka, cyklotrasy		
turistický chodník		
dráha pro in-line brusle		
bazén, koupaliště, jiná vodní plocha		
sportovní zařízení (hala, kurty, fitness centrum...)		
Sjezdovka		
lyžařská běžecká trať		

Děkuji za spolupráci ☺

Příloha 3: Vymezení regionu Pelhřimovsko v rámci České republiky

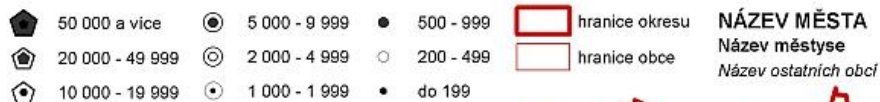


Zdroj: Český statistický úřad, www.czso.cz

Příloha 4: Podrobné administrativní rozdělení Pelhřimovska

ADMINISTRATIVNÍ ROZDĚLENÍ OKRESU PELHŘIMOV - STAV K 1.1.2008

Počet obyvatel v obci



Průměrný počet obyvatel obce = 608

Největší: 1. Pelhřimov = 16 610
2. Humpolec = 11 112
3. Pacov = 5 045

Nejmenší: 1. Vysoká Lhota = 22
2. Chýstovice = 37
3. Jankov = 38

Průměrná rozloha obce (ha) = 1 075

Největší: 1. Pelhřimov = 9 527
2. Humpolec = 5 150
3. Žirovnice = 4 440

Nejmenší: 1. Jankov = 169
2. Pavlov = 174
3. Krasikovice = 222

Správní obvod obce s rozšířenou působností



Zdroj: Český statistický úřad, www.czso.cz

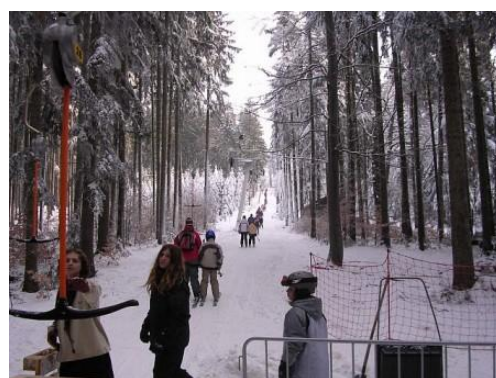
Příloha 5: Fotogalerie vybraných sportovních zařízení na Pelhřimovsku

Lanové centrum na Křemešníku – dětská část s pěti stanovišti



Zdroj: www.nakremesniku.cz

Lyžařská sjezdovka s vlekem na Křemešníku



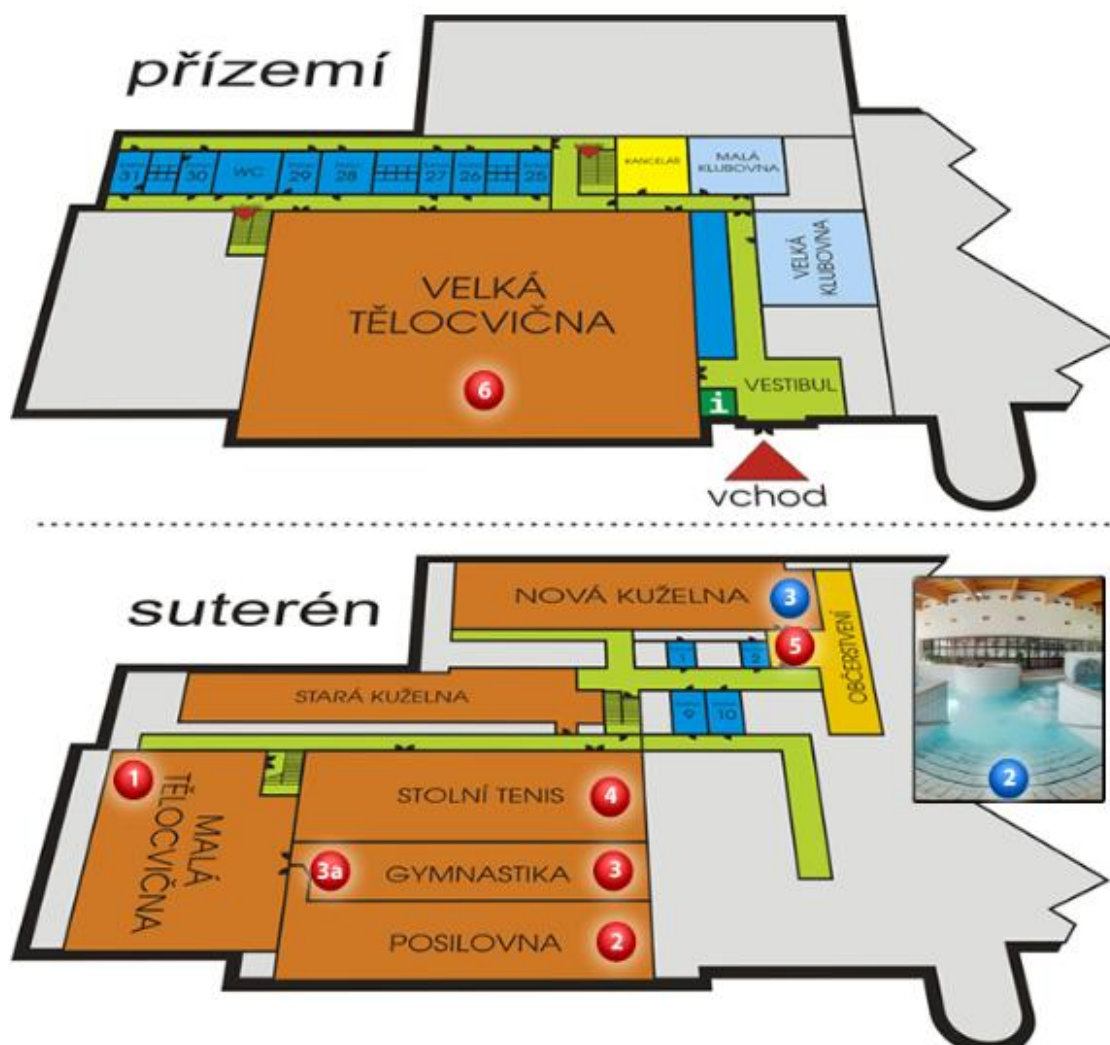
Zdroj: www.nakremesniku.cz

Vodní nádrž Trnávka – uměle vytvořený vodácký kanál



Zdroj: www.kudyznudy.cz

Sportovní areál v Pelhřimově



Velká tělocvična



Krytý bazén



Zdroj: www.tspe.cz

Skákací boty v Humpolci



Zdroj: www.infohumpolec.cz

Lanové centrum a horolezecká stěna v Humpolci



Zdroj: www.infohumpolec.cz

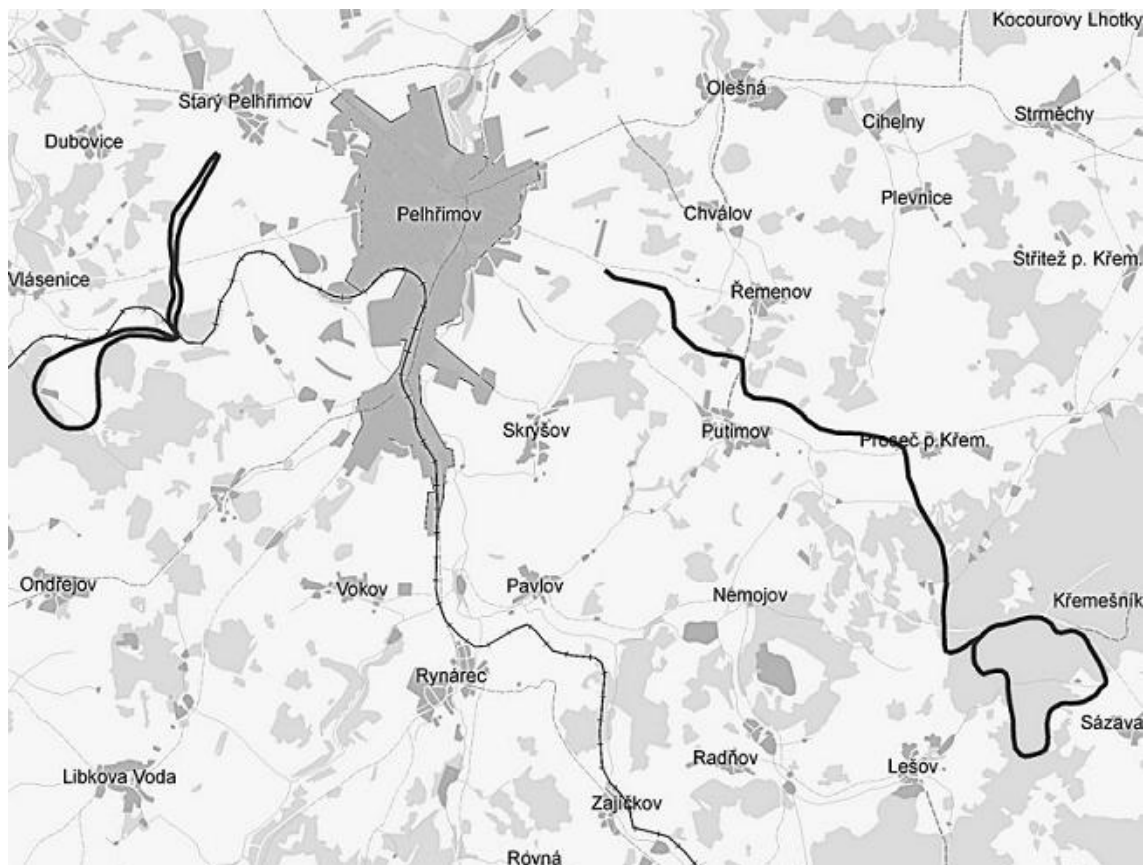
Sportovní víceúčelové hřiště v Žirovnici



Zdroj: www.zirovnice.cz

Příloha 6: Uměle upravená lyžařská běžecká trať kolem Pelhřimova

Mapa upravených běžeckých tratí v okolí Pelhřimova



Zdroj: www.pelhřimovsko.cz

Příloha 7: Turistické trasy na Pelhřimovsku



Zdroj: Turistické informační centrum Pelhřimov