

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra ekonomiky



Diplomová práce

VÝZNAM INFORMAČNÍCH CENTER PRO ROZVOJ REGIONU - MIC JIČÍN

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA

KONZULTAČNÍ STŘEDISKO JIČÍN

TOMÍČKOVÁ PETRA

© 2011

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra ekonomiky

Akademický rok 2009/2010

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Petra Tomíčková

obor Veřejná správa a regionální rozvoj nav.- Jičín

Vedoucí katedry Vám ve smyslu Studijního a zkušebního řádu ČZU v Praze
čl. 17 odst. 2 určuje tuto diplomovou práci.

Název práce: **Význam informačních center pro rozvoj
regionu - MIC Jičín**

Osnova diplomové práce:

1. Úvod
2. Cíl práce a metodika
3. Přehled řešené problematiky
4. Analýza MIC Jičín
5. Možnost rozšířené působnosti MIC Jičín
6. Závěr
7. Seznam použitých zdrojů
8. Přílohy

Rozsah hlavní textové části: 60 - 80 stran

Doporučené zdroje:

KOLÁŘ, Pavel, VESELÁ, Monika. *Ekonomie a ekonomika*. 2. přepracované a rozšířené vydání. Praha: ASPI, 2006. 323 s. ISBN 80-7357-218-4.

SOJKA, Milan., KONEČNÝ Bronislav. *Malá encyklopedie moderní ekonomie*. 6. aktualizované vydání Praha: Libri, 2006. 279s. ISBN 80-7277-328-3.

HORNER, Susan, SWARBROOKE, John. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9.

SCHWARZ, Oldřich. *Efektivní marketing: taktika podnikání*. Praha: Grada, 1992. 142 s. ISBN 80-85424-84-3.

DVOŘÁČEK, Jiří, KAFKA, Tomáš. *Interní audit v praxi*. 1. vydání. Brno: Computer Press, 2005. 236 s. ISBN 80-251-0836-8.

SAWYER, Lawrence B. *Interní audit*. 1. české vydání. Praha: Český institut interních auditorů, 2000. 313 s. ISBN 80-86284-07-7.

FORET, Miroslav, FORETOVÁ, Věra. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vydání. Praha: Grada, 2001. 178 s. ISBN 80-247-0207-X.

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Michaela Antoušková**

Termín odevzdání diplomové práce: duben 2011



Vedoucí katedry





Děkan

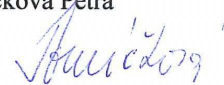
V Praze dne: 15. 1. 2010

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci zpracovala samostatně s použitím uvedené literatury.

V Jičíně dne 4.4.2011

Tomíčková Petra

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Tomíčková', with a small apostrophe-like mark at the end.

Poděkování:

Děkuji Ing. Michaelle Antouškové Ph.D. za odborné vedení práce, dále pak děkuji panu Pavlovi Nožičkovi řediteli KZMJ Jičín za poskytnutí pracovních materiálů.

Název: Význam informačních center pro rozvoj regionu – MIC Jičín

Anotace:

Diplomová práce analyzuje význam informačních center pro rozvoj regionu, služby MIC Jičín a následně komparuje údaje s ostatními IC. Při psaní diplomové práce byly využity metody kvalitativního výzkumu, snímek pracovního dne, pozorování a v neposlední řadě byly analyzovány jednotlivé služby MIC Jičín. Další část práce nabízí pohled na potenciál cestovního ruchu v Jičíně a jeho využití. Jako možné řešení nedostatků je navrženo přijetí dalšího zaměstnance díky němuž by mohlo být rozšířeno a diverzifikováno portfolio služeb, které MIC Jičín nabízí.

Klíčová slova:

cestovní ruch, informační centrum, genius loci, potenciál cestovního ruchu, návštěvník, turista, zaměstnanec

Title: Importance of information centers for regional development – Municipal information center of Jičín

Anotation:

This diploma paper analyzes the importance of information centers for the regional development, furthermore services provided by the MIC (Municipal Information Center of Jičín), and consequently the analyzed data are compared with other information centers. The methods of qualitative research and observation are used in the thesis, a snapshot of the ordinary working day is presented, and last but not least the particular services provided by the information center are analyzed. In the other part of this work, the attention is concentrated on the insight into a potential of the tourism in Jičín and its use. A possible solution of some revealed drawbacks is suggested, particularly hiring one extra employee, which would allow some efficient changes, such as enlarging and diversifying a portfolio of services provided by the information center.

Keywords:

tourism, information centre, genius loci, potential of tourism, visitor, tourist, employee

SEZNAM ZKRATEK:

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

ČSÚ – Český statistický úřad

DS – Datový sklad

IC - Informační centrum

KONCEPCE – Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 – 2013

KZMJ – Kulturní zařízení města Jičína

MIC - Městské informační centrum

MK - Ministerstvo kultury

MMR - Ministerstvo pro místní rozvoj

MPO - Ministerstvo průmyslu a obchodu

MPSV - Ministerstvo práce a sociálních věcí

MŠMT - Ministerstvo školství mládeže a tělovýchovy

MTZ - Materiálně technická základna

MV - Ministerstvo vnitra

MZd - Ministerstvo zdravotnictví

MZe - Ministerstvo zemědělství

MZV - Ministerstvo zahraničních věcí

MŽP - Ministerstvo životního prostředí

ROP – Regionální operační program

WTO – Světová obchodní organizace

TIC - Turistické informační centrum

OBSAH

1	ÚVOD	10
2	CÍL A METODIKA PRÁCE	12
2.1	CÍL PRÁCE	12
2.2	METODIKA	13
3	LITERÁRNÍ REŠERŠE	15
3.1	Cestovní ruch	15
3.1.1	Vymezení pojmů cestovního ruchu	15
3.1.2	Trendy v cestovním ruchu	18
3.1.3	Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007 – 2013	18
3.2	TURISTICKÁ INFORMAČNÍ CENTRA	20
3.2.1	Kategorie turistických informačních center dle A.T.I.C.	21
3.2.2	MIC jako příspěvková organizace	22
3.3	SPOTŘEBNÍ CHOVÁNÍ	24
3.3.1	SOCIOEKONOMICKÉ DETERMINANTY	24
3.3.2	MARKETINGOVÁ NABÍDKA	24
3.3.3	PROCES NÁKUPNÍHO ROZHODOVÁNÍ	25
4	CHARAKTERISTIKA REGIONU ČESKÝ RÁJ	26
4.1	Vymezení oblasti	26
4.1.1	Marketingové aktivity SČR	27
4.2	Jičín	29
5	MIC JIČÍN	36
5.1	KONCEPCE CESTOVNÍHO RUCHU V JIČÍNĚ	37
5.1.1	Valdštejnův Jičín	37
5.1.2	Jičín – město pohádky	37
5.1.3	„Jičín brána do pohádky,,	39
5.2	KOMPARACE MIC JIČÍN S OSTATNÍMI IC	40
5.3	ANALÝZA	44

5.3.1	ANALÝZA NÁVŠTĚVNOSTI.....	44
5.3.2	ANALÝZA SLUŽEB.....	48
5.3.3	ANALÝZA OTEVÍRACÍ DOBY.....	58
5.3.4	ANALÝZA PRACOVNÍ NÁPLNĚ.....	59
5.3.5	PŘIJETÍ DALŠÍHO ZAMĚSTNANCE.....	64
5.3.6	SWOT ANALÝZA.....	70
6	ZÁVĚR.....	71
6.1	DOPORUČENÍ.....	73
7	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ:.....	74
8	PŘÍLOHY.....	76

1 ÚVOD

VÝZNAM INFORMAČNÍCH CENTER PRO ROZVOJ REGIONU

Informační centra patří mezi nejhojněji navštěvované subjekty v oblasti cestovního ruchu. Jejich služby využívají rezidenti, turisté z Čech i ze zahraničí, fungují jako přístav, do kterého jsou směřovány první kroky návštěvníků.

První dojem z návštěvy daného regionu si většinou utváříme v informačních centrech, proto je velmi důležité, aby tato zařízení poskytovala služby na vysoké úrovni, aby zde pracoval vyškolený personál, který je schopný podat klientovi fundované informace a uspokojil tak v co nejvyšší míře jeho požadavky.

Rozvoj regionu je velmi složitý proces, ve kterém je zapojeno mnoho subjektů a který zasahuje do mnoha oborů. S cestovním ruchem úzce souvisí dopravní infrastruktura, ubytovací a stravovací kapacity, kulturní zázemí ... Významným počinem IC je pomoc při rozvoji infrastruktury daného regionu, zejména pak ubytovacích a stravovacích zařízení. Jednotlivá IC zpracovávají seznam ubytovacích a stravovacích zařízení, což je velmi významný prvek zejména pro rozvoj a propagaci malých a drobných podnikatelů. Spolupráce s jednotlivými subjekty je velmi důležitá pro jejich další rozvoj. V poslední době vzrostl trend regionálních produktů, tyto certifikované produkty je nutno začlenit na trh a pomoci jim s propagací a následným rozvojem.

Jelikož IC denně pracují s informacemi a zabývají se problematikou ze všech těchto oblastí, není pro ně problém poukázat na praktické problémy, které se v regionu vyskytují. Jejich hlavním úkolem je informovat společnost o jednotlivých aktivitách, které se v daném regionu konají nebo službách, které jsou zde poskytovány. Informační centra napomáhají rozvoji kulturního vyžití, ať již prodejem vstupenek nebo jejich propagací. Nezřídka kdy se jednotlivá IC přímo podílejí na pořádání akcí.

IC napomáhají i udržitelnosti cestovního ruchu. Je velmi důležité zajistit návštěvnost i méně známých památek v daném regionu, jelikož fyzická kapacita únosnosti mediálně známých památek není neomezená. Z tohoto důvodu je nutné směřovat klienty i do míst, která nejsou notoricky známá, přesto však mohou nabídnout stejně kvalitní prožitek, ne-li lepší.

Důležitá je i nadregionální působnost, kdy jednotlivá IC vzájemně spolupracují a rozvíjejí vzájemnou spolupráci. V konkrétních případech se může jednat i o přeshraniční spolupráci (projekty česko polské...).

Jičín patří mezi hojně navštěvovaná města, ať již díky jeho výhodné poloze nebo kvůli jeho bohaté historii. Toto město má již vysokou prestiž a proto je důležité, aby v Městské informační centrum v Jičíně bylo schopné poskytovat služby na profesionální úrovni, obstát tak v četné konkurenci a zajistit dostatečný komfort klientům, kteří jej navštěvují.

2 CÍL A METODIKA PRÁCE

2.1 CÍL PRÁCE

Diplomová práce se zabývá významem informačních center při rozvoji regionu, dále pak činností Městského informačního centra v Jičíně a možnostmi rozšíření sortimentu poskytovaných služeb.

Cílem diplomové práce je:

- a) Analyzovat služby a aktivity informačního centra v Jičíně a jejich následnou komparací s ostatními IC ukázat efektivitu jejich využití.
- b) Zobrazení možnosti přijetí dalšího pracovníka a na tomto modelu prokázat zvýšení úrovně poskytovaných služeb a zajištění vyššího komfortu pro klienty.

Pracovní hypotéza

Přijmout jednu pracovní sílu v Městském informačním centru (dále MIC) Jičín nabízí možné řešení, které by vedlo ke zkvalitnění a možnosti rozšíření poskytovaných služeb.

2.2 METODIKA

K čerpání zdrojů bylo využito webových stránek, zejména stránek organizací zabývajících se problematikou cestovního ruchu, jako např. Czechtourismu, A.T.I.C. nebo ČSÚ dále pak také publikací s odbornou tematikou cestovního ruchu, využitím personálního auditu nebo publikacemi, zabývajícími se aktuálními ekonomickými problémy v praxi.

Metody:

- a) kvalitativní výzkum (technika – dotazník pro klienty, dotazník pro IC)
- b) pozorování
- c) snímek pracovního dne
- d) analýza jednotlivých služeb MIC

Při psaní diplomové práce bylo využito primárního šetření pomocí dotazníku.

Otázky v dotaznících pro návštěvníky IC, viz příloha č.1, jsou záměrně voleny tak, aby mohlo být zmapováno a analyzováno vnější prostředí. Názory jednotlivých respondentů jsou velmi důležité a přínosné. V dotazníku jsou tvořeny formou uzavřených otázek nakombinované spolu s polootevřenými otázkami a otevřenými, aby měli respondenti možnost vyjádřit svůj vlastní postoj nebo návrh.

Dotazníky byly rozdávány osobně v MIC Jičín během letní sezony 2010. Záměrně bylo vybráno období hlavní sezony, kdy se v MIC Jičín nachází nejvíce turistů a zároveň jej navštěvují i rezidenti. Dotazníky tak mohly být vyplněny oběma skupinami.

V dotaznících určených pro zaměstnance informačních center, viz příloha č.2 jsou voleny otázky polootevřené a otevřené. Důvodem tohoto je možnost, vyjádřit se k dané situaci nebo produktu. Díky odpovědím na tyto otázky bychom měli mít možnost analyzovat situaci vnitřního prostředí v jednotlivých IC. Což by mělo pomoci zlepšit stávající situaci v MIC Jičín.

Tyto dotazníky byly rozeslány jednotlivým IC elektronickou poštou v období po hlavní sezoně tj. v říjnu. Toto období bylo voleno taktéž záměrně, jelikož zaměstnanci informačních center již nejsou tolik vytíženi obsluhou klientů. Návratnost vyplněných dotazníků byla 100%.

Zaměstnance informačních center můžeme řadit mezi odbornou veřejnost, proto jsou zde použity otázky otevřené, kde se mohou respondenti rozsáhleji vyjádřit k dané problematice. A dá se tak předpokládat, že zde bude minimalizováno nebezpečí irelevantních dat. Zpracování otevřených otázek je náročnější, avšak výstupy jsou o to přínosnější.

Dalším důvodem, proč v tomto případě použít otevřené otázky je to, že každé informační centrum je jiné a proto nám nabízí i širokou škálu možných odpovědí.

Na základě těchto dat může být provedena analýza vnitřního a vnějšího prostředí Městského informačního centra.

Metoda pozorování byla využita na základně zaměstnaneckého poměru autora, díky kterému bylo zmapováno vnitřní prostředí MIC Jičín. Bylo využito zkušeností z praxe, které jsou získávány při každodenní práci v informačním centru. Ze stejného důvodu bylo možno sestavit pracovní snímek dne při běžném provozu.

V práci byly provedeny vlastní analýzy :

- analýza návštěvnosti – tato analýza se zabývá zejména počty návštěvníků, dále pak také jejich národnostním složením
- analýza vlastních služeb – díky této analýze je zjištěna současná situace poskytovaných služeb, možnosti dalšího rozšíření na základě zvýšené poptávky a nových trendů
- analýza pracovní náplně
- analýza pracovní doby

Pomocí jednotlivých analýz je přiblížena stávající situace v MIC Jičín a odhaleny provozní nedostatky.

3 LITERÁRNÍ REŠERŠE

3.1 CESTOVNÍ RUCH

Cestovní ruch je jednou z nejsilnějších ekonomických aktivit, bohužel i toto odvětví bylo zasaženo ekonomickou krizí. Přesto však v roce 2009 tvořil podíl cestovního ruchu na HDP 2,9 % od roku 2004 však došlo k poklesu o 0,7 %. Podíl cestovního ruchu na celkové zaměstnanosti činil v roce 2008 4,48 % (CZSO, 2011).

Cestovní ruch je jedním z faktorů regionálního rozvoje především v oblastech s přírodními, kulturně-historickými a kulturně-spoolečenskými atraktivitami. Čím významnější je tato primární nabídka, tím významnější je i postavení cestovního ruchu v dané oblasti. Cestovní ruch může být i nástrojem hospodářského a sociálního rozvoje v regionu.

Jedním z hlavních cílů regionální politiky je odstraňování regionálních disparit. *„Disparity fyzického charakteru nelze vůbec ovlivňovat, avšak ty mají přímou vazbu na rozvoj cestovního ruchu ve vhodných regionech. Významná je tzv. vyrovnávací funkce cestovního ruchu, protože se cestovní ruch rozvíjí v místech s omezenou výrobní činností, které představují v České republice např. příhraniční oblasti..“*(Světové trendy v cestovním ruchu, 2009)

3.1.1 Vymezení pojmů cestovního ruchu

Destinace cestovního ruchu

Destinace cestovního ruchu je přirozeným celkem, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných destinací.

Királová (2003) se domnívá, že *„podle WTO představuje destinace místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina vybírá pro svou návštěvu a které poskytovatelé přinášejí na trh..“*

Návštěvnícký management

Návštěvnícký management je soubor technik a nástrojů, které jsou používány v cestovním ruchu za účelem usměrňování toků návštěvníků a ovlivňování jejich chování. Kvalitní management je důležitý pro destinaci zejména v oblasti sociálně-kulturní a ekonomické dále pak v oblasti životního prostředí. Nejdůležitější je zabránit negativním dopadům cestovního ruchu na tyto prvky.

Marketing v destinaci cestovního ruchu

Podstatou marketingu destinace cestovního ruchu je orientace všech zúčastněných subjektů na uspokojení potřeb a požadavků návštěvníků destinace a v neposlední řadě dosažení zisku. V destinaci působí mnoho subjektů proto je třeba je koordinovat. To nazýváme marketingovou koncepcí (Királová, 2003).

Mezi subjekty působící v cestovním ruchu patří zejména ubytovací a stravovací zařízení, cestovní kanceláře a agentury a v neposlední řadě také turistická informační centra.

Produkt v cestovním ruchu

Horner, (2003, s.153) tvrdí, že *„produkt je jádrem marketingu, poskytuje zákazníkům užitek, který hledají..“*

Dále se domnívá, že *„Zákazníci, kteří kupují produkty cestovního ruchu, služeb pro využití volného času, ubytovacích a stravovacích zařízení, kupují žitek, nikoli výrobek..“* (Horner, 2003,s.158), V našem případě můžeme hovořit spíše o službách (průvodcovské služby, package). Služby od výrobků odlišuje spousta specifických faktorů, ať již mluvíme o nehmotnosti, neoddělitelnosti nebo o odlišnosti při spotřebě. Personál, který se účastní produkce služby (průvodce), je součástí samotného produktu a do velké míry jej ovlivňuje. Mnohdy se stane, že výsledný efekt záleží hlavně na profesionalitě a odbornosti chování vyškoleného personálu. Druhou stránkou je samozřejmě zákazník. Každý zákazník je jiný a většinou opravdu záleží na schopnostech personálu dokázat uspokojit jednotlivé klienty.

U produktů je velmi důležité i jejich umístění na trhu. Je nutné, aby nové produkty vyplňovaly mezery na trhu. Tím tak zvyšují rozmanitost nabídky a nabízí klientovi možnost volby. Efektivní umístění znamená i odlišení od nabídky produktů nebo služeb konkurence.

Dle odborníků se můžeme setkat s různými fázemi životního cyklu produktu. *„Existují čtyři fáze životního cyklu produktu – fáze zavádění, fáze růstu, fáze zralosti, fáze poklesu..“* (Horner, 2003, s.158).

Cena produktu

Horner (2003, s.176) tvrdí, že „*Ceny výrobků a služeb jsou ovlivňovány záměry organizace, která je prodává.*„ Proto se můžeme setkat s různými cenami v souvislosti, s tím, v jakém druhu podniku se nacházíme. V podnikatelských subjektech je prioritním cílem zisk, proto je zřejmé, že zde bude cena produktu vyšší. Kdežto např. u příspěvkových organizací nebude tato cena tak vysoká, jelikož ziskové jsou pouze doplňkové činnosti.

Propagace produktu

Nedílnou součástí marketingu nového produktu a služby je propagace. Vhodně zvolené propagační kanály mohou zvednout zájem o danou službu či produkt mnohonásobně. Ať už se jedná o propagaci v jednotlivých mediích, v tiskovinách nebo na webových stránkách. Velmi důležitá je reklama.

3.1.2 Trendy v cestovním ruchu

„U služeb cestovního ruchu lze za základní trendy označit jejich diverzifikaci, globalizaci a standardizaci. Lze konstatovat, že je snahou zvyšovat kvalitu poskytovaných služeb. V rámci národní podpory cestovního ruchu vzniká v České republice systém kvality služeb cestovního ruchu. Na zavádění a informační podporu národních a mezinárodních standardů ve službách cestovního ruchu je v IOP alokováno 14,6 mil. €, (Světové trendy v cestovním ruchu, 2009) V cestovním ruchu je velmi důležité sledovat i ostatní trendy jakými jsou zejména rychle se rozvíjející trendy v informačních technologiích, regionální trendy cestovního ruchu, nové formy cestovního ruchu a jiné..

3.1.3 Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007 – 2013

„Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007–2013 (dále jen Koncepce) představuje střednědobý strategický dokument, který vychází především z rozvojových možností cestovního ruchu v České republice a účinnými nástroji podněcuje jeho další rozvoj. Základním atributem Koncepce je rozvoj odvětví cestovního ruchu, který vychází z mobilizace zejména privátních zdrojů zaměřených na cestovní ruch a dále také rozvoj systémového a koncepčního přístupu veřejné správy na všech úrovních jako zdroje konkurenceschopnosti, zaměstnanosti a hospodářského růstu zejména v územích s vhodným potenciálem pro efektivní rozvoj tohoto odvětví.

***Hlavní strategické cíle Koncepce** jsou vyjádřeny v následujících čtyřech prioritách:*

- ***Priorita 1:** Konkurenceschopnost národních a regionálních produktů cestovního ruchu*
- ***Priorita 2:** Rozšiřování a zkvalitnění infrastruktury a služeb cestovního ruchu*
- ***Priorita 3:** Marketing cestovního ruchu a rozvoj lidských zdrojů*
- ***Priorita 4:** Vytváření organizační struktury cestovního ruchu,, (MMR, 2007)*

Tato Koncepce navazuje na Koncepci státní politiky cestovního ruchu v ČR pro rok 2002 – 2007.

„Cestovní ruch je průřezovým odvětvím, které zahrnuje nejrůznější služby a je napojeno na mnoho dalších hospodářských činností. Má dopad na taková odvětví jako je doprava, stavebnictví, kultura, maloobchod a na mnohá další odvětví, která vytváří produkty související s poskytováním služeb týkajících se volného času. Přestože v tomto odvětví působí i několik velkých podniků, převládají v něm především malé a střední podniky. Jedná se o odvětví sektoru služeb, který v ekonomikách některých států představuje až dvouřetinový podíl na HDP. I v rámci služeb, které jako celek vykazují vysokou dynamiku, patří cestovní ruch k rychle rostoucím.

*Cestovní ruch hraje důležitou roli v rozvoji většiny evropských regionů i krajů ČR. Infrastruktura vybudovaná pro účely cestovního ruchu přispívá k místnímu rozvoji a městské obnově, jsou vytvářeny či udržovány pracovní příležitosti dokonce i v oblastech, kde dochází k úpadku průmyslu či venkova. Lisabonská strategie (**Národní program reform** /Národní Lisabonský program/ 2005-2008, usnesení vlády ČR č. 1200/2005) je nově primárně orientována na dosažení vyššího hospodářského růstu a zaměstnanosti při respektování principu udržitelného rozvoje. Lisabonská témata jsou patřičným způsobem implementována i do politiky cestovního ruchu v České republice., (Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007 – 2013, 2007)*

3.2 TURISTICKÁ INFORMAČNÍ CENTRA

Turistické informační centrum (dále jen TIC) má charakter veřejné služby, poskytované na základě společenské objednávky státní správy a samosprávy, jako součást informačního systému cestovního ruchu. Pro jeho řádnou funkci jsou nezbytné základní složky:

- odborná pracovní síla
- technické prostředky a vybavení (prostory, počítačová technika, software, telekomunikační prostředky...)
- provozní finance
- obecně platné systémové normy a pravidla včetně základních standardů rozsahu kvality a poskytování služeb

Náplň činnosti TIC

- Hlavní činností TIC je bezplatné poskytování informací veřejnosti v souladu se zákonem č. 106/99 Sb. o svobodném přístupu k informacím, a to v rozsahu a kvalitě, která odpovídá jednotlivým kategoriím TIC.
- Doplňkovou činností TIC jsou služby poskytované za úplatu. Mezi ně řadíme např. prodej vstupenek, upomínkových předmětů, provozování směnárny, průvodcovské služby, kopírování a faxování, tvorba a organizování turistických produktů...

TIC může mít v ČR různé právní formy. S TIC se můžeme setkat jako s příspěvkovou a rozpočtovou organizací státní správy, orgánem samosprávy, příspěvkovou nebo rozpočtovou organizací samosprávy, obecně prospěšnou společností, zájmovým sdružením právnických osob, nadací nebo fondem, občanským sdružením, společností s ručením omezeným, akciovou společností, veřejnou obchodní společností, družstvem, fyzickou osobou...(A.T.I.C,2008)

3.2.1 Kategorie turistických informačních center dle A.T.I.C.

KATEGORIE A

republikové informační centrum označeno čtyřmi hvězdičkami

Centrum je otevřeno po celý rok a podává informace o celé České republice. Otevírací doba je zajištěna 7 dní v týdnu. Do informačního centra je bezbariérový přístup. Poskytuje bezplatně verbální informace o ČR ve 3 svět. jazycích. Mezi náplň poskytovaných služeb patří poskytování průvodcovské činnosti v místě působení, dále pak zprostředkovává ubytovací činnost v ČR a průvodcovskou činnost v ČR. (A.T.I.C,2008)

KATEGORIE B

oblastní informační centrum označeno třemi hvězdičkami

Toto centrum můžete navštívit po celý rok a podává informace o celém regionu (oblasti). Otevřeno je zde šest dní v týdnu. Bezplatně verbální informace o oblasti (regionu) jsou zde poskytovány ve 2 světových jazycích. TIC zařazené do této kategorie zprostředkovává průvodcovskou a ubytovací činnost.

KATEGORIE C

místní celoroční označeno dvěma hvězdičkami

Centrum je otevřeno po celý rok a podává informace o místě své působnosti. Otevírací doba musí být 5 dnů v týdnu. Jsou zde poskytovány bezplatně informace minimálně v 1 světovém jazyce.

KATEGORIE D

sezónní informační centrum označeno jednou hvězdičkou

Centrum není otevřeno po celý rok, slouží k podávání informací v sezoně. TIC této kategorie je otevřeno minimálně pět dní v týdnu. Poskytuje bezplatně verbální informace o místě minimálně v 1 světovém jazyce.(A.T.I.C,2008)

3.2.2 MIC jako příspěvková organizace

Definice příspěvkové organizace města:

Příspěvkovou organizaci zřizuje obec (zastupitelstvo) na základě § 84 ods. 2 písm. e) zákona č.128/2000 Sb., O obcích a § 27 zákona 250/2000 Sb., O rozpočtových pravidlech územních rozpočtů a to formou usnesení veřejné schůze zastupitelstva, kde zastupitelstvo schvaluje zřizovací listinu příspěvkové organizace.

Tato obsahuje:

- název zřizovatele a název a sídlo organizace
- účel/funkci příspěvkové organizace
- místa/prostory, kde je tato činnost prováděna
- vymezení hlavní činnosti
- formu správy majetku
- formy technického zabezpečení činnosti
- definuje majetek organizace
 - nabytý bezúplatným převodem zřizovatele
 - darem
 - nabytý rozhodnutím zřizovatele
- vymezení doby, na kterou je organizace zřízena
- závěrečná ustanovení

Postavení příspěvkové organizace vůči zřizovateli upravují zmíněné zákony 128 respektive 250/2000 Sb.

Příspěvkovou organizaci nelze vnímat jako právnickou osobu zcela nezávislou na vůli zřizovatele – obce. Přestože je samostatnou právnickou osobou zapisovanou do obchodního rejstříku a účetní jednotkou. Příspěvková organizace může nabývat práv a povinností pouze v rámci, který jí určí zřizovatel. Příspěvková organizace nabývá práv a povinností právě pro svého zřizovatele.

Příspěvková organizace hospodaří s peněžními prostředky, které získala vlastní činností (hlavní činnost – vedlejší činnost) a zároveň s peněžními prostředky, které přijala z

rozpočtu svého zřizovatele. Dále hospodaří s prostředky svých fondů, s peněžitými dary od fyzických a právnických osob, včetně peněžních prostředků poskytnutých z Národního fondu a ze zahraničí. Rozdíl mezi příjmy a náklady příspěvkové organizace pokrývá příspěvek zřizovatele.

3.3 SPOTŘEBNÍ CHOVÁNÍ

Rozhodování spotřebitele na trzích je v současné době aktuální problém. Kromě základního uspokojení potřeb zákazníka ovlivňuje řadu podnikatelských subjektů jak v sektoru výroby, tak v sektoru obchodu. Posledním zásadním krokem byl vstup České republiky na trh EU, kdy byl v roce 2004 uvolněn pohyb zboží a služeb, což následně vedlo ke zvýšení konkurenčního tlaku.

Spotřební chování můžeme chápat jako chování spotřebitelů, které se vztahuje k získávání, užívání a odkládání spotřebních produktů (tím rozumíme výrobky, služby, myšlenky nebo zážitky) tak, aby spotřebitelé uspokojili své potřeby a svá přání. Nemusí být tedy nutně spojené s nákupem nebo využitím produktu.

Každý zákazník je jiný. Proto je důležitý individuální přístup. Jednotliví zákazníci se při koupi rozhodují jinak, zejména pod vlivem konkrétní situace a konkrétní nabídky. Pro úvahy o chování zákazníka je nutné brát v potaz celou šíři jednotlivých faktorů, které zde působí.

3.3.1 SOCIOEKONOMICKÉ DETERMINANTY

Socioekonomické determinanty rozlišujeme ve třech rovinách: makrospolečenské, mezospolečenské, makrospolečenské.

V makrospolečenské úrovni působí hospodářské, geografické, právní, demografické a kulturní vlivy determinující rozhodnutí zákazníka. Mezospolečenská úroveň zahrnuje místní a teritoriální odlišnosti vyplývající z různosti zvyků, tradic a přírodního prostředí. Na mikroúrovni působí individuální a skupinové faktory, jako např. generační příslušnost, životní cyklus, životní úroveň, životní styl (Foret, Foretová, 2001).

3.3.2 MARKETINGOVÁ NABÍDKA

Nákupní chování a rozhodování zákazníka vychází z jeho potřeb a nákupních možností, které jsou silně ovlivněny nabídkou. V nabídce jsou použity nástroje marketingového mixu (minimálně 4 P – produkt, cena, distribuce a propagace).

Dále pak probíhá proces bilancování zákazníka. Jedná se o proces ve vědomí zákazníka.

3.3.3 PROCES NÁKUPNÍHO ROZHODOVÁNÍ

„Proces nákupního rozhodování má několik fází, ne všechna rozhodnutí vedou k nákupu.

Fáze nákupu: rozpoznání problému, hledání informací, hodnocení alternativ, nákupní rozhodnutí, nákup, ponákupní hodnocení.., (Aktuální problémy teorie a praxe v ekonomice, s.150, 2007)

4 CHARAKTERISTIKA REGIONU ČESKÝ RÁJ

4.1 VYMEZENÍ OBLASTI

Region Český ráj se nachází na rozhraní královehradeckého, libereckého a částečně i střeďočekého kraje. Jedná se o turisticky velmi významnou oblast s neopakovatelným geniem loci. Bránou do Českého ráje je město Jičín a dalším velmi významným městem je Turnov. Spolu s dalšími městy jsou členy Sdružení Českého ráje. Mikroregion Český ráj je sdružení čtrnácti obcí, na jejichž území se rozkládají významné památky.

V tomto romantickém kraji, který leží na středním toku Jizery se prolíná rozmanitost přírodních krás s bohatými historickými památkami – hrady, zámky, lidovou architekturou. Název Český ráj vznikl již v 19.stol. Zejména pro jeho krásu začali návštěvníci lázní Sedmihorek v roce 1870 tuto část země nazývat Český ráj.

Geograficky je Český ráj ohraničen spojnicí Mladá Boleslav, Mnichovo Hradiště, Hodkovice nad Mohelkou, vrch Kopanina, Železný Brod, Semily, Nová Paka, Jičín, Kopidlna, Sobotka a Dolní Bousov. Na východě tento region přechází v Podkrkonoší a na severu přírodní hranici tohoto regionu tvoří Jizerské hory a Krkonoše.

V prehistorii bylo celé území zaplaveno křídovým mořem, po kterém zde zůstaly mohutné usazeniny a vytvořily zde pískovcovou tabuli. Výlevy sopečných hornin zde vytvořily čedičové vrchy. Vliv na reliéf krajiny měla i řeka Jizera, která několikrát změnila své koryto.

Dnešní krajina je mimořádně členitá a jsou pro ní charakteristické skalní útvary. Tato skalní města spolu s jejich živočišným a rostlinným společenstvem byla hlavním důvodem pro vyhlášení chráněné krajinné oblasti (1955), jako první v republice. Celková rozloha CHKO je 182 km² a je součástí Geoparku Český ráj. Jedná se o první geopark UNESCO v rámci České republiky a k jeho vyhlášení došlo v roce 2005.

Mezi vzácnou flóru žijící na území Českého ráje řadíme zejména plavuň jedlovou, kapradinu žebrovice různolistou, přesličku obrovskou či rosnatku okrouhlostou. Co se fauny týče, můžeme zde spatřit poštolku obecnou, výra velkého, kavku obecnou, volavku nebo krkavce.

Ve vyvřelých horninách Českého ráje navazujícího Podkrkonoší jsou mnohá naleziště achátů, ametystů, jaspisů, chalcedonů a jiných drahých kamenů. Lidé žijící v tomto kraji byli a dodnes jsou známi svojí řemeslnou dovedností. Železnobrodské sklářské výrobky, dřevěné hračky a formy semilských řezbářů, lomnické suchary, turnovské granátové šperky a broušené drahokamy jsou známy po celém světě a dokázaly se prosadit. (Český ráj,2000)

4.1.1 Marketingové aktivity SČR

V rámci 14. kola výzvy Regionálního operačního programu NUTS2 Severovýchod ukončeného 29. ledna 2010 podalo Sdružení Český ráj v oblasti cestovního ruchu dvě žádosti o podporu v celkové výši téměř 50 mil. Kč. Jedním z projektů je projekt "Marketingové a koordinační aktivity v Českém ráji", jehož předmětem jsou aktivity zaměřené na propagaci Českého ráje, vytváření nových turistických nabídek či rozvoj regionálního partnerství.

V rámci oblasti podpory 3.2 (Marketingové a koordinační aktivity v cestovním ruchu) připravilo SČR projekt s rozpočtem 7,96 mil. Kč s požadovanou dotací ve výši 7,36 mil. Kč (92,5%). Aktivity projektu naplňují schválený marketingový plán na období 2010 – 2012 a zahrnují klíčové činnosti sdružení na období realizace. Z konkrétních výstupů jmenujme např. mapový portál na internetových stránkách, propagační videa, účast na veletrzích, exkurzi IC, studii Český ráj bez bariér, vydání propagačního šanonu a dalších tiskovin. Projekt nezahrnuje aktivity, které jsou samofinancovatelné (katalog Dovolená) nebo je zajišťují členské obce (turistické noviny, kalendář akcí).

Aktivity projektu:

- 1. Realizace informační kampaně (propagační videa, mediální kampaň, inzerce)*
- 2. Vydávání propagačních a prezentačních materiálů (např. image prospekt, trhací mapy oblastí, propagační šanon, upomínkové předměty, databanka fotografií, tipy na výlety)*
- 3. Veletrhy CR (domácí, zahraniční, exkurze IC)*
- 4. Rozvoj informačních systémů (internetová prezentace, mapový portál, monitoring informačního systému)*

5. *Tvorba nových produktů a programů (Český ráj bez bariér, Za pohádkou do Českého ráje, Zlatá stezka Českého ráje, Technické zajímavosti a rozhledová místa)*
6. *Zpracování koncepčních a strategických dokumentů (střednědobý a akční plán)*
7. *Rozvoj partnerství (tiskové zprávy, fórum CR, Zpravodaj SČR)*
8. *Činnost organizace CR (vybavení, administrace a management projektu)*

Realizace projektu proběhne v období říjen 2010 až září 2013, partnery projektu jsou Město Turnov, Město Jičín a Správa CHKO Český ráj., (Český ráj, 2010)

4.2 JIČÍN

Historie

Území, na kterém se dnes město Jičín rozkládá bylo osídleno již v 13. – 14. stol před n.l. a to Lidem popelnicových polí. Jedná se o období mladší doby bronzové. Tento lid zde buduje první hradiště a rozvoj výroby a užívání bronzových nástrojů a zbraní. Jméno dostali podle svého způsobu pohřbívání - jsou nacházena rozsáhlá žárová pohřebiště s popelem zemřelých uloženým v nádobách/popelnicích. Dalšími obyvateli byli Keltové a Slované.

Kdo a kdy byl původním zakladatelem města Jičín, se neví. Jičín nemá zakládací listinu (KZMJ,2001).

První zmínka o Jičínu je v listině královny Guty, manželky českého krále Václava II., z roku 1293. Středověk je dobou rozvíjení řemesel, obchodu, uměleckých děl gotického slohu. Vlastníkem jičínského panství byl král. Poté byl Jičín ve vlastnictví několika šlechtických rodů – Vartenberků, Trčků z Lípy a Smiřických. Po bitvě na Bílé hoře uplatnil dědický nárok na toto město Albrecht Václav Eusebius z Valdštejna.

Za vlády Albrechta z Valdštejna město i jeho okolí vzkvétalo. Jičín se stal centrem Frýdlanského vévodství. Vévoda zde nechal zřídit rozlehlý palác, který dodnes tvoří dominantu Valdštejnského náměstí. Valdštejnovi vděčíme za mnohé památky, které se v Jičíně nachází např. Valdštejnské lodžie, lipová alej, rozsáhlý komplex kartuziánského kláštera ve Valdčích (dnešní věznice) a mnoho dalších. Mezi plány vévody bylo také zřídit ve městě biskupství a univerzitu. Byli sem pozváni jezuité, kteří v Jičíně založili kolej. V Jičíně si Albrecht z Valdštejna razil dokonce vlastní mince. V konsorciu, které zde razilo mince fungoval i Žid Jakob Baševi, který byl jako první Žid povýšen do šlechtického stavu.

Po Valdštejnově smrti bylo Jičínsko drancováno švédskými a císařskými vojsky. Po skončení třicetileté války zbylo v zemi pouhých půl milionu obyvatelstva. Čechy byly násilně pokatoličeny. S Jičínskem tohoto období je spjatá osobnost Bohuslava Balbína. Jičínští jezuité vyvíjeli rekatolizační úsilí. V budově koleje byla zřízena škola, ve které představovali své pokrokové metody.

V roce 1813 byl císař František I. pozván Ferdinandem z Trauttmansdorffu na jičínský zámek, aby se svými spojenci připravili společný postup proti napoleonské Francii. Výsledky jednání se projevíly již v bitvě u Lipska.

V roce 1866 poznamenala město prusko-rakouská válka. 29.června 1866 se u Jičina konala bitva, která odhalila nedostatky ve vedení a vyzbrojení Rakouské armády. Tohoto nedostatku využilo pruské vojsko 3. července 1866 v bitvě u Hradce Králové, kdy došlo k drtivé porážce rakouské armády. Kolem nejvýznamnějších válečných památníků vede naučná stezka o délce 29 km. Ve vesnici Kbelnice můžeme najít jeden z nejvýznamnějších památníků – Ossarium.

S působením v Jičíně je spojeno i mnoho významných osobností, z nejrůznějších oblastí kultury např. publicista Karl Kraus, spisovatel Václav Čtvrtek, malíř František Kaván, spisovatel Josef Štefan Kubín, architekt Čeněk Musil, grafik Josef Váchal, grafička Anna Macková, skladatel Josef Bohuslav Foerster a další.. (MU Jičín,2004)

Památky

Valdštejnský zámek

Zámek v Jičíně byl vystavěn po roce 1608, o 12 let později po výbuchu vyhořel a byl těžce poškozen. Za Albrechta z Valdštejna byl roku 1633 znovu vystavěn v barokním stylu. Budova zámku se třemi nádvořími tvoří dominantu Valdštejnského náměstí, společně s dalšími významnými objekty tvoří součást městské památkové rezervace. Již za vlády Trčků z Lípy koncem 15. stol. začalo budování nového panského sídla v Jičíně. Na třech spojených parcelách při západním nároží vyrostl do roku 1587 renesanční městský zámek, který byl dále opět přestavován, především za Jaroslava Smiřického ze Smiřic (tato budova tvořila 1/4 dnešního areálu zámku). Smiřičtí ze Smiřic byli jedním z nejbohatších šlechtických rodů v Čechách. Za jejich panování se rozvíjel obchod a řemesla, část zámku ovšem 1. února 1620 vyletěla do povětří po výbuchu střelného prachu. Tragicky tak vyvrcholily spory o dědictví mezi Eliškou Kateřinou a Markétou Salomenou Smiřických. Po bitvě na Bílé hoře nebyl majetek zkonfiskován, protože na něj uplatnil nárok Albrecht Václav Eusebius z Valdštejna, nejvýraznější osobnost, která změnila charakter i velikost zámku do dnešní podoby. V roce 2010 byl slavnostně otevřen nově zrekonstruovaný zámecký park.(KZMJ,2011)

V části zámku působí Regionální muzeum a galerie s více než 130 tisíci sbírkovými předměty, jehož součástí je i tzv. Konferenční sál protinapoleonské aliance, která zde jednala roku 1813. Galerie je umístěna v krásných prostorech bývalé Valdštejnské konírny. V objektu dále sídlí Městské informační centrum a galerie Rumcajsův svět Radka Pilaře, finanční úřad, Základní umělecká škola J.B.Foerster. Porotní sál je často využíváný ke koncertům i dalším kulturním akcím.

Valdická brána

Valdická brána byla součástí původních zděných hradeb a je jednou ze tří původních bran, která se jediná zachovala. Brána měří 52 m a vede na ni 145 schodů. z ochozu se nabízí nádherný výhled na město a okolí. Na Valdické bráně se konají výstavy a divadelní představení.

Obrázek 1: Valdická brána



Zdroj: Archiv MIC Jičín

Rumcajsova ševcovna

Rumcajsova ševcovna je místo, kde žil švec Rumcajs v Jičíně ještě v době, kdy ještě nebyl slavným pohádkovým loupežníkem, ale poctivým jičínským řemeslníkem. V malém domečku, který se nachází v centru Jičína naleznete celou rodinku – Rumcajse, Manku i Cipíska. Dále zde můžete najít Mančinu bylinkovou zahrádku a děti si zde mohou pohrát v Cipískově minizoo. V Rumcajsově ševcovně se konají i tradiční skce, jako je Dvorková slavnost nebo Vánoce pod bránou.

Synagoga

Synagoga v Jičíně se nachází pár metrů od Valdštejnova náměstí, dostavěna byla v roce 1784. Roku 1840 došlo v synagoze k požáru, po rekonstrukci se v jednoduchém klasicistním stylu objevují i prvky empíru. Během války sloužila jako skladiště bylin. Stavba je po dlouhých sporech majetkem Pražské židovské obce, která synagogu po dlouhých letech chátrání zrekonstruovala.

Židovské osídlení v Jičíně má dlouhou tradici, první zmínky pochází již ze 14.století. V roce 1542 byli Židé z města vypovězeni a vrací se až v 16. století. Významnou osobností z Židovské kultury je Karl Kraus, jehož rodný dům č.p. 43 stojí přímo na Valdštejnově náměstí. postupně počet členů Židovské obce v Jičíně klesá až na pouhých 180 a během druhé světové války byli všichni deportováni do koncentračních táborů. Po válce nebyla obec již znovu obnovena.

V Jičíně můžeme najít také dům s č.p.100, ve kterém byla zřízena židovská škola, uzavřena byla v 90. letech 19. století. Dále pak nedaleko Jičina leží Židovský hřbitov, nachází se cca 2 km od města. Na jeho pozemku můžeme najít přes 300 kamenných náhrobků. (Turistický portál Jičín, 2010)

Obrázek 2: Synagoga



Zdroj: Archiv MIC Jičín

Lipová alej

Jedná se o nevšední stromořadí, které nechal vysázet Albrecht z Valdštejna. Legenda tvrdí, že na první ránu z děla vojáci vyhloubili díru, na druhou ránu vsadili strom a na třetí jej zasypali. Alej čítá téměř 1000 stromů a jedná se o čtyřřadé stromořadí. Navíc je alej útočištěm vzácného brouka Páchníka hnědého. I díky němu čeká toto monumentální stromořadí rekultivace. Téměř 250 stromů bude pokáceno a nahrazeno novými. Libosad tvoří jádro komplexu Valdštejnské komponované krajiny a lipová alej dlouhá 1,7 km tvoří její osu.

Valdštejnská lodžie

Valdštejnská lodžie je jednou z nejvýznamnějších kulturních a stavebních památek Jičína. Je součástí komponované krajiny, jejíž koncepce byla založena za dob Albrechta z Valdštejna, který chtěl z Jičína vybudovat hlavní město svého rozsáhlého panství. Lodžie byla vybudována v letech 1630 - 1634 podle plánů italského stavitele N. Sebregondiho. V roce 1813 byla drobně přestavěna. K lodžii náleží i rozsáhlá obora a park zvaný Libosad.

Milohlídka

Rozhledna Milohlídka byla postavena roku 1843 na vrchu Čerovka u starého čedičového lomu a je tak nejstarší vyhlídkovou stavbou v Českém ráji. Je vysoká 8 m a na její vrchol je možné vystoupat po 60ti schodech. Milohlídka byla vystavěna z darů bohatých měšťanů.

Obrázek 3: Milohlídka



Zdroj: Archiv MIC Jičín

Kostel sv. Ignáce z Loyoly

Gotický kostel, původně zasvěcený sv. Jakubovi, pochází ze 14. stol a představuje tak nejstarší dochovanou památku v Jičíně. Tento unikát nechal vystavět Petr z Vartemberka, který ve své době vystavěl i nedaleký hrad Kost. od 17. stol je historie kostela spojena s jezuity, jejichž kolej je v těsném sousedství. V období jezuitů bylo zasvěcení kostela změněno dle tradice na sv. Ignáce z Loyoly. V interiéru kostela najdeme inventář z přelomu 19. a 20. stol. z dílny jičínského řezbáře Josefa Stoklasy.

Kostel sv. Jakuba většiho

Tento kostel byl svým zakladatelem Albrechtem z Valdštejna původně zamýšlen jako biskupská katedrála. Tato myšlenka se v Jičíně nepodařila prosadit. Z toho důvodu byly plány upraveny a kostel byl zřízen jako proboštský. Jedná se velmi významnou památku, která byla projektována Giovannim Battistou Pieronim. Základní kámen byl položen roku 1627. Po valdštejnově smrti v roce 1634 byla stavba zastavena. Mezi nedokončené části patří Spojovací chodba z Valdštejnova paláce do oratoře, centrální kupole a věže.(Český ráj – Jičínsko a Novopacko, 2008)

5 MIC JIČÍN

MIC Jičín je součástí Kulturního zařízení města Jičína (dále jen KZMJ). KZMJ je příspěvkovou organizací, která byla zřízena Městem Jičín. Součástí KZMJ je Masarykovo divadlo, Valdštejnská lodžie, Biograf Český ráj a Městské informační centrum. Personální pokrytí viz příloha č.4.

Funkce příspěvkové organizace KZMJ: Plnění funkce střediska kultury a společenského života ve městě.

Městské informační centrum bylo zřízeno v květnu 2006. V roce 2010 byla k MIC přidělena galerie Rumcajsův svět Radka Pilaře, která byla zřízen z grantu EU v rámci Česko – Polského projektu „ Jičín – brána do pohádky „.

Obrázek 4: MIC Jičín



Zdroj: archiv MIC Jičín

5.1 KONCEPCE CESTOVNÍHO RUCHU V JIČÍNĚ

Město Jičín je známo zejména ve dvou směrech, jako Jičín – město pohádky a dále pak z historického hlediska jako Valdštejnovo město.

5.1.1 Valdštejnův Jičín

Cílová skupina: zájemci o historii, školy – druhý stupeň ZŠ, střední školy

Vévoda Albrecht z Valdštejna si na počátku 17.století vybral Jičín jako hlavní město svého Frýdlantského panství. Tento panovník nechal ve městě i v jeho okolí vystavět hned několik architektonických skvostů, které mohou návštěvníci Jičína obdivovat dodnes. Dalším unikátem Valdštejnova komponovaná krajina, jejíž krásy a tajemství nám nabízí nejbližší okolí města. Byl vytvořen i projekt Valdštejnův Jičín, ve kterém je navržena spousta způsobů, jak návštěvníkům přiblížit toto mimořádné kulturní dědictví.

5.1.2 Jičín – město pohádky

Cílová skupina: rodiny s dětmi, školy - první stupeň ZŠ

Již 20 let se v Jičíně koná festival Jičín město pohádky, který je určený zejména nejmladším návštěvníkům, ale na své si zde přijdou i jejich rodiče. Tento festival trvá týden a po celý čas jeho trvání patří město dětem. V Jičíně platí pohádkové zákony a vždy na začátku si děti převezmou klíč od města, který symbolizuje jejich vládu.

Pohádky mají v Jičíně dlouholetou tradici zejména díky spisovateli Václavu Čtvrtkovi, který toto město proslavil díky loupežníku Rumcajsovi. Jeho tvorbu doplnil Radek Pilař nezapomenutelnými ilustracemi. Na motivy jejich tvorby byla v Jičíně vytvořena spousta atrakcí zejména pro děti, mezi které patří např. Rumcajsova ševcovna, Rumcajsova jeskyně a nově vytvořená galerie Rumcajsův svět.

V duchu pohádkového města pokračují i jiné aktivity Města Jičína (Česko - polský projekt viz níže), díky kterým vzniklo ve městě více takových míst, na která se děti mohou těšit.

MIC Jičín, by přispělo i k této koncepci díky tematickým prohlídkám, které by byly určeny zejména pro rodiny s dětmi. Během těchto prohlídek by zájemce prováděl průvodce v kostýmu nejznámějších Čtvrtkových pohádek. Package na tuto tematiku by byly určené zájemcům, kteří chtějí strávit pohádkový den v Jičíně, avšak ve své vlastní režii, chtějí se pouze inspirovat.

Průvodcovské služby at' již s tematikou pohádek nebo historie Albrechta z Valdštejna by také zlepšily hospodářský výsledek MIC Jičín.

V tomto případě si se jednalo o realizaci dílčích projektů, kulturních akcí, jejichž cílem by bylo zlepšení propagace města s odkazem na jeho valdštejnskou historii nebo na kouzlo pohádek. Hlavním cílem je realizace navzájem tematicky provázaných projektů, které by směřovaly k vytvoření specifického kulturního obrazu města.

Propagace:

- a) Corporate identity (jednotný vizuální styl)
- b) web
- c) obraz Jičina v klasických médiích – televize, rozhlas, noviny..
- d) publikační činnost
- e) propagační materiály
- f) doprovodný program – suvenýry

5.1.3 „Jičín brána do pohádky„

Otevření Galerie Rumcajsův svět Radka Pilaře nebylo jediným počinem pro zvelebení města Jičína. Díky tomuto projektu získali obyvatelé i návštěvníci města možnost setkávat se na pěší zóně s pohádkovým drakem, na cestě podél rybníka Kníže s dřevěnými plastikami a pro hřiště v ulici Pod Koštofránkem byly vyrobeny hrací kameny. V Jičíně byla také vybudována Zahrada poznání, která se nachází u Knihovny Václava Čtvrťka. Dále byl rozšířen mobiliář nádvoří zámku, byl vybudován informační kiosek u Městského úřadu a byl vydán skládací průvodce pro rodiny s malými dětmi. Projekt také přinesl cennou výměnu zkušeností s polským powiatem Swidnica.

I díky těmto nově upraveným místům získalo město na atraktivitě a byla by velká škoda, kdyby potenciálu pohádkového města nevyužilo.

Obrázek 5: galerie Rumcajsův svět 1



Zdroj: archiv MIC Jičín

5.2 KOMPARACE MIC JIČÍN S OSTATNÍMI IC

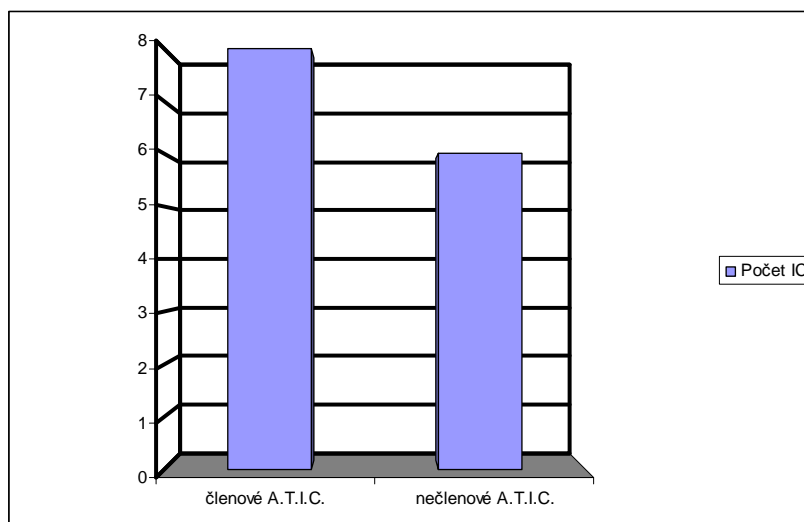
Jednotlivá informační centra mají možnost se stát členy jednotlivých organizací podporující rozvoj cestovního ruchu. Jednou z nejvýznamnějších organizací je A.T.I.C. členství v této organizaci může nabízet jisté výhody, je však také nutné respektovat určitá pravidla. Je pouze na uvážení jednotlivých IC, zda se stanou členy, či nikoli.

Dotázaná informační centra jsou ve většině případů členem A.T.I.C. a ve všech případech se jedná o kategorii B, jejímž členem je i MIC Jičín.

Členství v Asociaci turistických informačních center přináší jednotlivým IC spoustu výhod, jedná se zejména o jednotnou certifikaci, bezplatná školení a další vzdělávání členů, možnost bezplatné prezentace na veletrzích, prezentace aktivit jednotlivých členů v tiskovinách, A.T.I.C. nabízí i metodickou pomoc při vedení a zřizování IC....

Asociace turistických informačních center se snaží napomáhat profesní organizaci jednotlivých IC a zejména rozvoji cestovního ruchu v ČR.

Graf 1: Členství A.T.I.C



Zdroj: vlastní šetření

Velikost města a počet zaměstnanců spolu vzájemně korespondují, mohou nám pomoci zjistit, zda velikost města ovlivňuje počet zaměstnanců v jednotlivých IC.

Tabulka 1: Počet zaměstnanců

IC	počet obyvatel	počet zaměstnanců
České Budějovice	98 000	3
Český Krumlov	15 000	9
Děčín	53 000	3
Hradec Králové	100 000	5
Jičín	17 000	2
Jihlava	50 000	5
Kněžmost	1 000	2 sezónní pracovníci
Liberec	100 000	5
Litomyšl	10 000	3
Lomnice nad Popelkou	6 000	5
Mnichovo Hradiště	8 000	1
Náchod	21 000	2
Praha	100 000 000	8
Sobotka	2 500	1
Turnov	15 000	6
Železný Brod	6500	1

Zdroj: vlastní šetření

Z tabulky č.1 vyplývá, že nejen velikost města je jedním z hlavních faktorů, které by mohly souviset s počtem zaměstnanců. Počet zaměstnanců IC ovlivňuje zejména nabídka

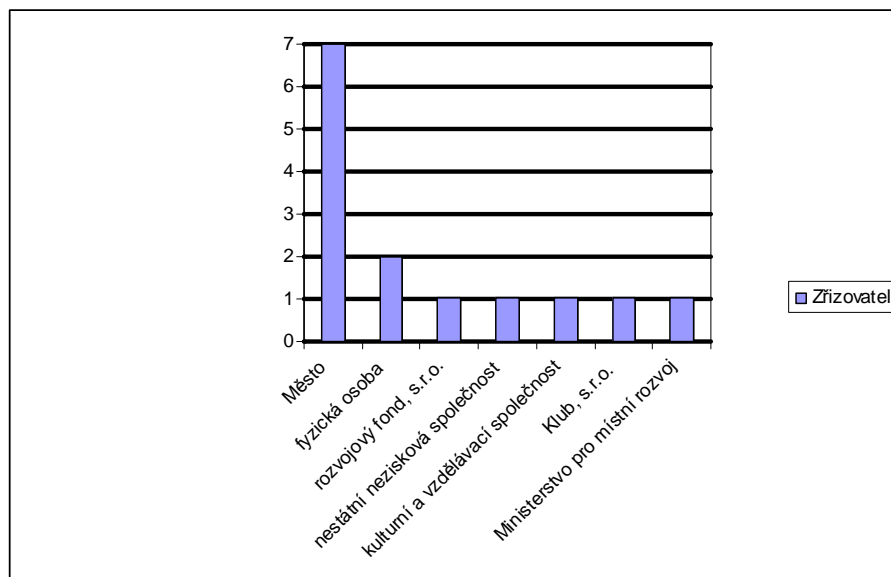
služeb, které IC nabízí a atraktivnost lokality, ve které se informační centrum nachází. V tabulce máme uveden např. Český Krumlov, který čítá pouhých 15 000 obyvatel, avšak tato lokalita je pro turisty natolik lákavá, že IC přizpůsobilo klientům svou rozšířenou nabídku a z důvodu uspokojení vysoké poptávky zaměstnává 9 pracovníků. Dalším případem s vysokým počtem zaměstnanců i obyvatel je hlavní město Praha, avšak v této lokalitě se nachází více informačních center a agentur, které mohou nabídnout své služby jednotlivým zákazníkům.

Jedním z malých měst je Lomnice nad Popelkou, i zde IC zaměstnává 5 lidí. IC tak může nabídnout kvalitnější a rozšířenější služby, zaměstnanci se mohou účastnit veřejných akcí, veletrhů a být členy různých organizací ČR.

Informační centra se dále liší i tím, kdo je jejich zřizovatelem. V 50 % informačních center je zřizovatelem Město, ve kterém se dané IC nachází. U MIC Jičín se setkáváme se stejným případem, zřizovatelem je Město Jičín, a MIC Jičín spadá do Kulturního zařízení města Jičína jakožto příspěvková organizace.

Zřizovatelem dvou z dotazovaných IC, je fyzická osoba, v ostatních případech jsou zřizovateli nestátní neziskové organizace, kulturní a vzdělávací společnosti atd....

Graf 2: Zřizovatel



Zdroj: vlastní šetření

„Jičín je menší město, co do počtu obyvatel, avšak lokalita ve které se nachází je pro turisty velmi lákavá, což uvidíme i na statistice návštěvnosti. A nabídka služeb pro klienty se také neustále zvětšuje, proto je nasnadě přijmout minimálně ještě jednu pracovní sílu na plný úvazek. Tento krok musí být podpořen i Městem Jičín, jakožto jeho zřizovatelem.,,

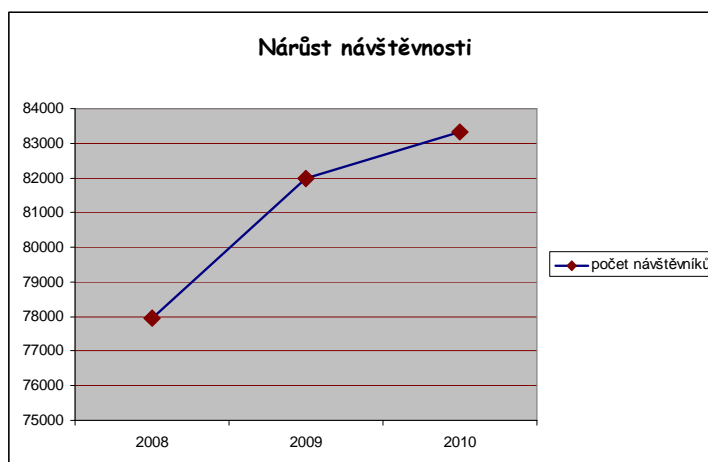
5.3 ANALÝZA

5.3.1 ANALÝZA NÁVŠTĚVNOSTI

Od roku 2008 je návštěvnost sledována díky počítačdlu, které je umístěné u vchodu do MIC. To započítává každý druhý impulz (tudíž každou osobu pouze jednou). Aby data byla relevantní a mohla být použita v jednotlivých statistikách, odečítá se od celkového počtu 15% (průchod personálu, opětovný návrat klientů). Dále je vedena statistika návštěvnosti cizinců. Cizince musí pracovníce MIC zapisovat ručně do tabulky dle národnosti. Od září roku 2010 musí zaměstnanci také vést návštěvnost Galerie Rumcajsův svět. Dochází k zapisování jednotlivých návštěvníků. Z níže uvedených tabulek vyplývá, že nejvyšší návštěvnost je v letních měsících. Od června do září je v MIC rozšířena pracovní doba a je přijata vždy jedna osoba na plný pracovní poměr po dobu 4 měsíců. I v tomto období zde chybí minimálně jeden pracovník(nice) zejména na administrativní úkony.

Z následujícího grafu je jasně patrné, že návštěvnost MIC Jičín rok od roku stoupá viz graf č. 3. Tím roste i pracovní vytížení jednotlivých zaměstnanců.

Graf 3: Nárůst návštěvnosti

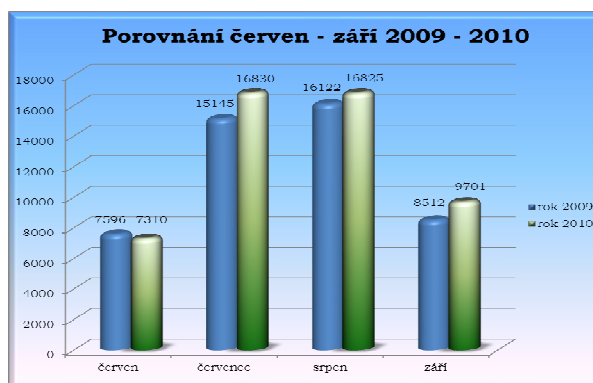


Zdroj: návštěvnost MIC Jičín

Mezi roky 2008 a 2009 došlo k nárůstu návštěvnosti o 7%, další rok nebyl nárůst až tak markantní, přesto došlo ke zvýšení o další 2%.

Největší nárůst klientů byl v roce 2010 zaznamenán zejména v letních měsících, kdy probíhá hlavní sezona viz. graf č.5.

Graf 4: Sezónní návštěvnost

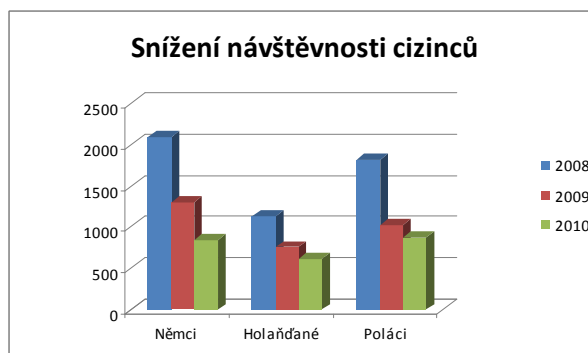


Zdroj: návštěvnost MIC Jičín

V posledních letech došlo k mírnému poklesu návštěvnosti zahraniční klientely, avšak markantně přibýlo návštěvníků z řad domácích. Návštěvnost byla do jisté míry ovlivněna i ekonomickou krizí posledních let, kdy tuzemští návštěvníci nenakupují zájezdy do zahraničí a spíše vyhledávají levnější varianty dovolené. Proto je cílem nabídnout návštěvníkům co možná nejpříjemnější cenové relace při zachování kvality.

Největší pokles zájmu zahraničních turistů je pozorován ze strany Němců, kde došlo k poklesu během tří let o celých 60%, dále pak Poláků kde byl zaznamenán pokles o 52% a v neposlední řadě Holaňďanů, kde se jedná o 46%. Pokles můžeme vidět v grafu č.6.

Graf 5: Snížení návštěvnosti cizinců

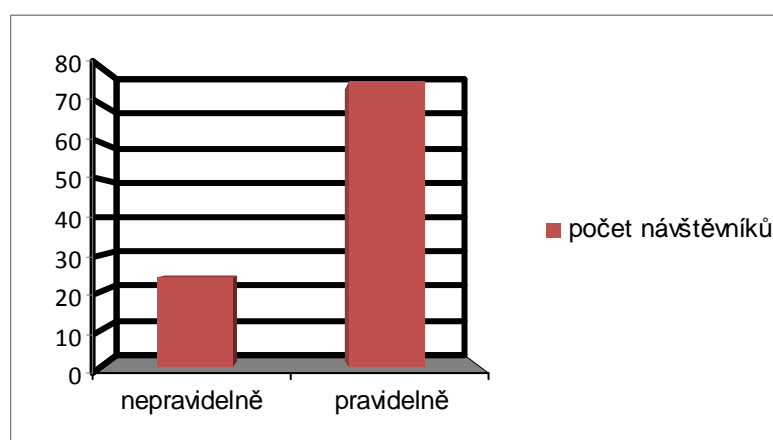


Zdroj: návštěvnost MIC Jičín

Jedním z největších důvodů poklesu návštěvnosti cizinců je špatná infrastruktura zejména silnic. Dále pak chybí zázemí pro volný čas (půjčovny kol, lyží) a v mnohých ubytovacích zařízeních chybí jazykové znalosti.

Z níže uvedeného dotazníku vyplývá, že v Jičíně 84% dotázaných klientů navštěvuje MIC pravidelně. Klienti navštěvují jednotlivá informační centra opakovaně a zvykli si na poskytované služby. Tím roste i náročnost jednotlivých klientů.

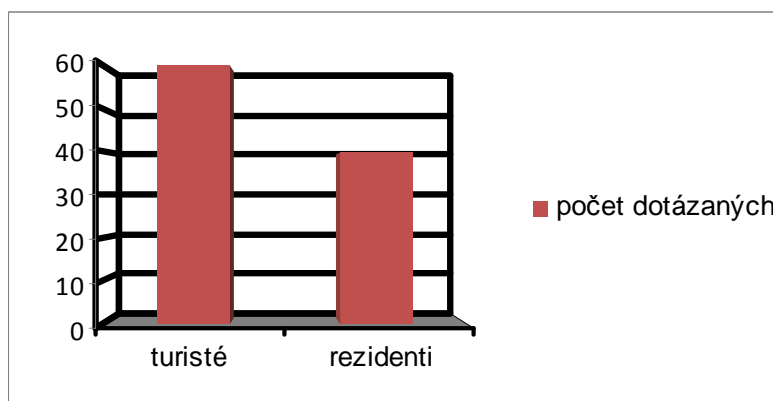
Graf 6: Pravidelní návštěvníci



Zdroj: vlastní šetření

Jedním ze základních dělení návštěvníků je rozdělení na rezidenty a turisty. Za rezidenty se považují obyvatelé města a nejbližšího okolí. Jejich dotazy se týkají zejména konání kulturních akcí, prodeje vstupenek na tyto akce, velmi často využívají služeb kopírování a faxování a veřejného internetu. Turisté tráví v místě informačního centra pouze pár dní, jejich dotazy se nejčastěji vztahují k turistickým a historickým památkám. Poměr dotazovaných klientů byl 60:40. (Jelikož byl dotazník rozdán během letní sezony, převažují turisté nad rezidenty.)

Graf 7: Typ návštěvníků



Zdroj: vlastní šetření

„ Během letní sezony nemají zaměstnanci MIC možnost věnovat jednotlivým klientům dostatek času a tím tak poskytovat služby na vyžadované úrovni. Pro zajištění poskytnutí lepší kvality služeb pro jednotlivé klienty je vhodné přijmout ještě jednoho zaměstnance. zákazníkům tak bude poskytnuta náležitá individuální péče. „

5.3.2 ANALÝZA SLUŽEB

Služby poskytované MIC Jičín

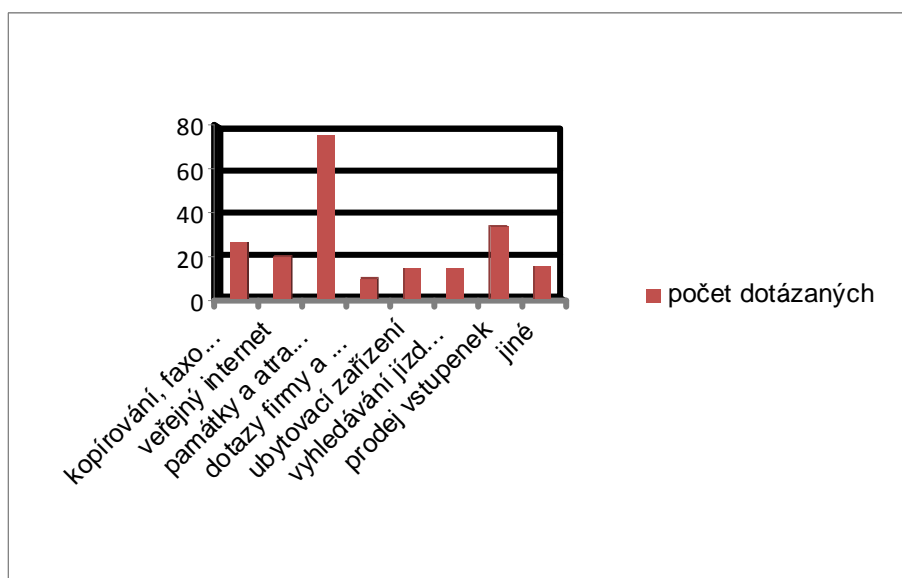
- možnost zakoupení vstupenek přes Ticketportal, Ticketpro, Ticketstream, Eventim
- kopírování, scanování, faxování, zpoplatněný veřejný internet
- předprodej lístků pro Biograf Český ráj a Masarykovo divadlo v Jičíně
- turistické informace o celé oblasti Českého ráje, informace z oblasti kultury a sportu
- informace o autobusových a vlakových spojích
- informace o firmách, úřadech a službách ve městě
- informace o ubytování v hotelech, penzionech, privátech a kempech
- tipy na výlet
- prodej map, turistických průvodců a upomínkových předmětů
- prodej dárkových předmětů s motivem Rumcajse, Manky a Cipíska
- poskytování informací ve dvou světových jazycích (Aj, Nj)
- prodej Turistických novin Český ráj, které obsahují: otevírací doby hradů a zámků, turistických atrakcí, jízdní řády turistických autobusů, aktuality z celého Českého ráje a zajímavé rozhovory
- správa Galerie Rumcajsův svět Radka Pilaře

Toto jsou služby, které mohou klienti osobně využít přímo v MIC Jičín. Do pracovní náplně zaměstnankyň MIC Jičín patří i činnosti, které nejsou zjevné a však bez nich by MIC nemohlo fungovat:

- aktivní účast na tvorbě a aktualizaci webových stránek www.kzmj.cz, www.jicin.org, www.cesky-raj.info
- práce v Datovém skladu (dále jen DS)
- vydávání kulturního měsíčníku KAM
- aktualizace jednotlivých databází (restaurace, ubytování..)
- tvorba objednávek a naskladňování faktur zboží
- běžná administrativa (vyúčtování jednotlivých předprodejů a tržeb, následné odnesení hotovosti do banky)
- účast na jednáních Komise cestovního ruchu, Marketingové skupiny (Sdružení Český ráj), účast a propagace regionu na veletrzích
- spolupráce s médii
- vedení statistiky návštěvnosti

Nejčastěji kladené dotazy se vzhledem ke složení návštěvníků týkají zejména památek a turistických atraktivit, tyto dotazy jsou směřovány zejména z řad turistů, další z frekventovaně využívaných služeb je prodej vstupenek na různé kulturní a společenské akce. Jak již bylo řečeno, těchto služeb využívají zejména rezidenti, občas i turisté během svého pobytu v Jičíně. Turisté si rádi nechají doporučit ubytování či kvalitní restauraci. Často si klienti přichází do informačního centra zjistit také jízdni řády, jednotlivá spojení jsou vyhledávána jak rezidentům, tak turistům. Mezi další využívané služby patří prodej suvenýrů, odběr turistických časopisů, informace o kulturním dění v Jičíně....Využití poskytovaných služeb dokumentuje graf č.9.

Graf 8: Nejčastější dotazy



Zdroj: vlastní šetření

Dle názoru většiny dotazovaných respondentů je hlavním úkolem informačních center poskytovat aktuální informace, ať už se jedná o informace turistického rázu nebo informace všedního využití. V době, kdy je MIC zavřeno mohou sice návštěvníci využít infobox, který je instalován před MIC, avšak infobox nikdy nemůže nahradit služby fundovaného zaměstnance. Informace na internetu nejsou vždy úplně aktuální a klienti nejsou schopni je vyhledat v dostatečném rozsahu.

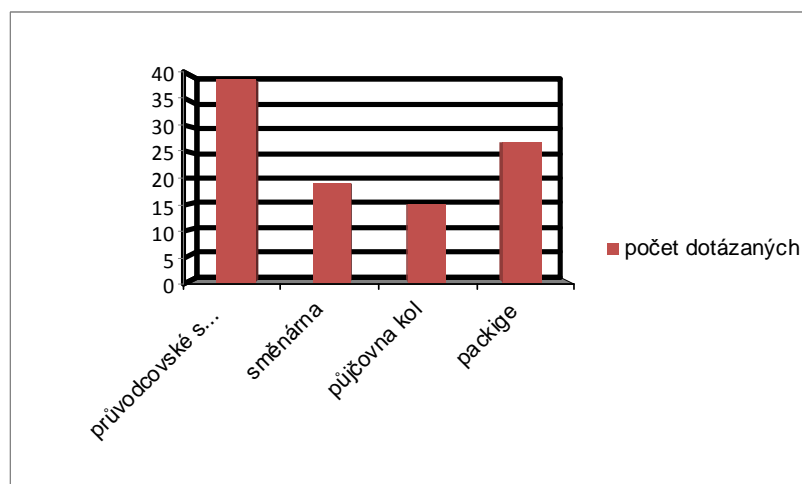
Většina informačních center se shodla, že nejčastěji využívané služby jsou zejména kopírování, faxování, využívání veřejného internetu, prodej vstupenek na kulturní a sportovní akce, prodej suvenýrů... I tyto služby jsou nejčastěji využívány v MIC Jičín, i zde se nabízí možnost nabídky služeb nových, které by si mohla oblíbit široká veřejnost (směnárna) a nebo služby pro různé skupiny turistů (průvodcovské služby, package).

Z pohledu konkurencechopnosti je důležitá rozmanitost poskytovaných služeb v ostatních informačních centrech. Přesný přehled služeb poskytovaný jednotlivými IC je možné nalézt také v tabulce č.4.

Z dotazníkového šetření vyplývá, že většina klientů si informace o místě, ve kterém se chystá strávit svou dovolenou, vyhledává zejména pomocí internetu. V dnešní době jsou veškeré webové stránky snadno dostupné. Avšak stává se, že informace, které si klienti vyhledají na webových stránkách jednotlivých organizací nebo měst, nejsou vždy aktuální, a proto si většinu informací přijdou ověřit do informačních center. Další možností, kterou lze využít pro čerpání informací o určitém místě, jsou průvodci. V případě turistického průvodce jsou informace jasné a praktické. Ale i zde můžeme narazit na problém aktualizace. Ve velké míře klienti využívají obou těchto informačních zdrojů a kombinují je. Hojně klienti využívají i možnosti kontaktovat jednotlivá centra telefonicky či emailem. Povinností zaměstnanců informačních center je uspokojit veškeré dotazy i přes tyto komunikační kanály. V průměru dochází k zodpovězení 1-2 emailových dotazů a zhruba 6 telefonických dotazů denně.

Sortiment služeb MIC Jičín je pestrý, ale najdou se služby, které v tomto výčtu zjevně chybí. Služby, které by klienti rádi využívali i v MIC Jičín znázorňuje graf č.10 .

Graf 9: Chybějící služby

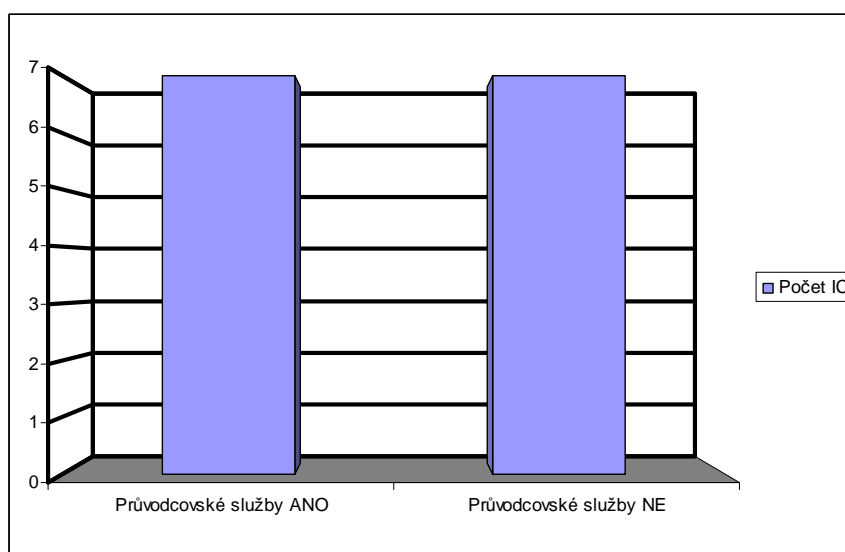


Zdroj: vlastní šetření

Dále pak klientům chybí nejvíce směnárna a půjčovna kol, na kterou nemá MIC Jičín dostatečné prostorové kapacity

Nejvíce vyžadované jsou průvodcovské služby. Ze záznamových listů je patrné, že 50% dotázaných IC průvodcovské služby poskytuje. Zbýlých 50% je neposkytuje a to z kapacitních důvodů. I z tohoto důvodu MIC Jičín průvodcovské služby také neposkytuje. I tato služba by zlepšila konkurenční schopnost a zároveň také hospodářský výsledek.

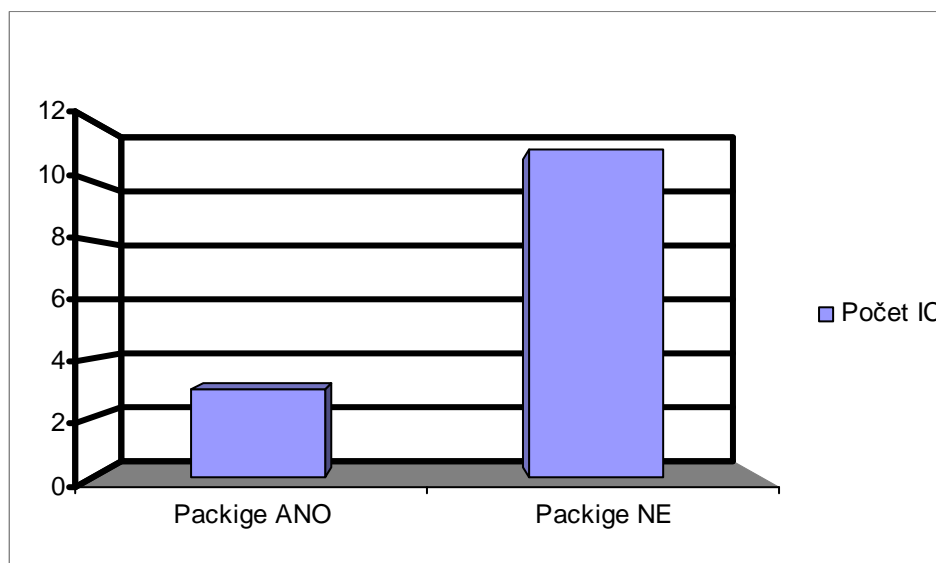
Graf 10: Průvodcovské služby



Zdroj: vlastní šetření

Mezi další služby, které si klienti žádají, patří packige. Jednotlivé balíčky tzv. dovolená na míru. Z níže uvedených informací se dozvídáme, že z dotazovaných IC pouze tři poskytují službu packige. Packige jsou módní novinkou na trhu, umožňují zaměstnanci IC naplánovat výlet přesně podle požadavků klienta. Avšak většina IC nemá zatím dostatečné kapacity k poskytování této služby.

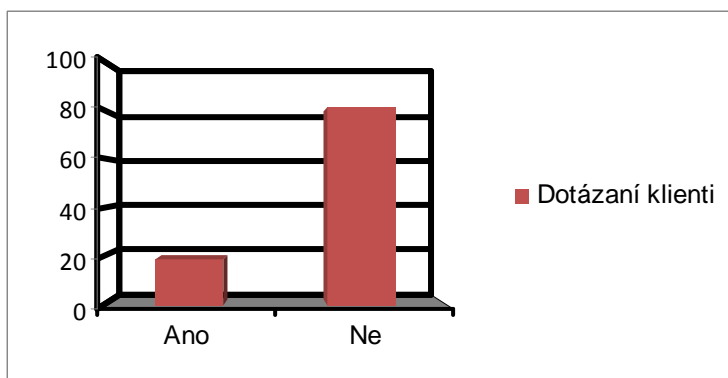
Graf 11: Packige



Zdroj: vlastní šetření

19% klientů není spokojeno s tím, že musí v MIC Jičín čekat frontu. Tato nespokojenost je patrná zejména u rezidentů. Pro turisty většinou není otázka času hlavní prioritou, snaží se zejména si užít svou dovolenou. Avšak pokud bychom chtěli 100% uspokojit veškerou klientelu, je nezbytně nutné přijmout minimálně jednu pracovní sílu.

Graf 12: Nespokojenost klientů



Zdroj: vlastní šetření

Více než velmi uspokojivá je odpověď na otázku, která se týká spokojenosti respondentů se službami MIC Jičín, jedná se o 99% dotázaných klientů. Většina klientů hodnotí velmi kladně profesionální a lidský přístup stávajících zaměstnanců i přes celkové vytížení. Chválí zejména ochotu pracovníků a přesné informace, jež poskytují. Stejně tak je chválena i rozmanitost jednotlivých propagačních materiálů, které jsou zde každému k dispozici. Jako další velké pozitivum shledávají návštěvníci příznivou polohu MIC, jež leží přímo v centru města. Na základě pozorování a praktických zkušeností můžeme velmi kladně ohodnotit nově zřízený dětský koutek. Maminky hodnotí tuto skutečnost také velmi kladně. Jejich ratolesti se zabaví, zatímco ony si mohou nerušeně vyřídit vše, co potřebují.

Galerie Rumcajsův svět Radka Pilaře

Jedním z dalších závažných důvodů, proč je více než nutné rozšířit řady zaměstnanců, je Galerie Rumcajsův svět. Tato galerie se nachází hned vedle informačního centra a má společný vchod. Galerie byla zřízena Městem Jičínem za finanční podpory EU v rámci projektu Česko-Polské spolupráce „Jičín brána do pohádky,, a jedná se o jedinečnou interaktivní expozici. Ke slavnostnímu otevření se konalo 6.9.2010. Nyní je tento malý ráj na zemi, určený zejména dětem, již ve správě KZMJ. K předání došlo 15.11.2010.

Ke správě galerie náleží:

- uvedení do provozu x ukončení provozu (rozsvícení, zhasnutí a spuštění projekce – denně)
- uvedení návštěvníků do galerie a představení expozice
- kontrola jednotlivých exponátů
- zajištění provozu galerie denně od 9:00 do 17:00 (během zimní sezony)
- údržba galerie
- údržba exponátů

Díky nedostatečné personální kapacitě není možné se věnovat všem návštěvníkům tak, jak by bylo vhodné. Není možné, aby zaměstnanec MIC mohl během pracovní doby strávit s návštěvníkem v galerii celou dobu jeho návštěvy a okomentovat tak jednotlivé exponáty a podat vysvětlení a návod k použití jednotlivých kousků. I díky tomu se stává, že návštěvníci nejsou dostatečně poučeni o manipulaci s jednotlivými exempláři a dochází tak k jejich častému poškození. Což zvyšuje náklady na provoz galerie a snižuje kvalitu prožitku jednotlivých návštěvníků.

Dalším problémem je zajištění provozu mimo otevírací dobu MIC tj. v so od 13:00 do 17:00, a v ne od 9:00 do 17:00. Momentálně se situace řeší pomocí brigádníků, kteří mají tuto dobu galerii na starosti. Toto řešení je pouze provizorní a nevyhovující.

„ Služby, které poskytuje MIC Jičín jsou standardní, v budoucnu je však nutné tento repertoár služeb rozšířit a zlepšit jeho konkurenceschopnost. Přijetím dalšího zaměstnance se nabízí rozšíření služeb zejména o průvodcovské služby a službu packige. V tomto případě je možné využít i průvodcovského osvědčení jedné ze stávajících zaměstnankyň.

Pokud by byla přijata 3. osoba na plný pracovní úvazek, bylo by možné zajistit provoz MIC i galerie během celého víkendu. Brigádníci nejsou schopni poskytnout návštěvníkovi informace v takovém rozsahu, jako by byl schopný zaměstnanec MIC. Dále by se ušetřila administrativa s dokumenty vztahujícími se k jednotlivým brigádníkům (DPP, hmotná odpovědnost) . Dochází k poměrně časté fluktuaci jednotlivých brigádníků, což znamená praktickou zátěž pro stávající zaměstnance MIC (zaučování stále nových brigádníků), zátěž byrokratickou pro ekonomické oddělení KZMJ (příprava nových smluv) a v neposlední řadě dochází ke snižování kvality jednotlivých prohlídek.,,

5.3.3 ANALÝZA OTEVÍRACÍ DOBY

Otevírací doba MIC Jičín:

Tabulka 2: Otevírací doba

Říjen – duben	po – pá 9:00 – 17:00	so 9:00 – 13:00	
Květen	po – pá 9:00 – 17:00	so 9:00 – 13:00	ne 9:00 – 13:00
Červen – září	po – pá 8:00 – 18:00	so 9:00 – 16:00	ne 10:00 – 17:00

Zdroj: MIC Jičín

Otevírací doba ostatních MIC viz tabulka č.4

MIC Jičín splňuje veškeré podmínky certifikace A.T.I.C. informační centrum skupiny B, které se týkají otevírací doby.

MIC Jičín zajišťuje i otevírací dobu Galerie Rumcajsův svět, která je otevřená denně od 9:00 do 17:00. Víkendový provoz Galerie je zajištěn pomocí brigádníků.

V případě absence jednoho ze zaměstnanců ať již z důvodu nemoci, či dovolené musí být informační centrum v době oběda zavřené. Během této absence musí zbývající zaměstnanec zastávat veškeré pracovní povinnosti sám. Není možné věnovat jednotlivým klientům takovou péči, jak by bylo vhodné.

„Pokud by MIC Jičín přibralo jednoho zaměstnance, bylo by možné mít nepřetržitý provoz i během oběda i v případě absence dalšího zaměstnance, dále by bylo možné prodloužit otevírací dobu v sobotu a zejména v neděli i v mimosezonním období. Tím by vzrostla konkurenceschopnost vůči informačním centrům i jednotlivým předprodejcům vstůpek v nejbližším okolí.,,

5.3.4 ANALÝZA PRACOVNÍ NÁPLNĚ

Rozdělení pracovní náplně

STÁVAJÍCÍ PRACOVNÍ NÁPLŇ

Pracovník č.1: tvorba Kulturního měsíčníku, administrativa – měsíční vyúčtování kopírky, tržeb + předprodeje, naskladňování faktur + vypisování objednávek, plnění a aktualizace webových stránek (www.kzmj.cz, www.jicin.org), práce s Datovým skladem (dále DS), aktualizace databáze ubytovacích kapacit, tvorba kulturních kalendářů, účast na Komisi cestovního ruchu,

Pracovník č.2: účast na marketingové skupině SČR, komunikace s médii, administrativa ohledně dodavatelů zboží, uzavírání smluv (brigádníci partneři), vedení MIC, objednávky zboží, korektura článků pro Turistické noviny

společná práce – obsluha klientů, prodej suvenýrů, prodej vstupenek, kopírování, fax, scan, uvádění klientů do galerie Rumcajsův svět

ROZLOŽENÍ PRACOVNÍ NÁPLNĚ PO PŘIJETÍ DALŠÍHO ZAMĚSTNANCE

Pracovník č.1: tvorba Kulturního měsíčníku, administrativa – měsíční vyúčtování kopírky, tržeb + předprodeje, plnění a aktualizace webových stránek, práce s DS, aktualizace databáze ubytovacích kapacit, účast na Komisi cestovního ruchu, průvodcovské služby

Pracovník č.2: účast na marketingové skupině SČR, komunikace s médii, administrativa ohledně dodavatelů zboží, uzavírání smluv (brigádníci, partneři), vedení MIC, objednávky zboží, korektura článků pro Turistické noviny

Pracovník č.3: uvádění klientů do galerie Rumcajsův svět, tvorba package, naskladňování faktur + vypisování objednávek, tvorba kulturních kalendářů, vedení agendy návštěvnost

„Po přijetí dalšího pracovníka by došlo k rozložení jednotlivých pracovních povinností, které umožní rozšíření repertoáru služeb a kvalitní péči o klienty. Nový pracovník by se mohl plně věnovat návštěvníkům galerie Rumcajsův svět, kde by jim mohl poskytnout fundovaný výklad a zároveň tak hlídat i vybavení galerie. Zároveň by nebylo nutné využívat brigádníky a osoby na DPČ a DPP.„

Snímek pracovního dne

9:30 – 10:00 obsluha klientů (kopírování , vyhledávání jízdních řádů)

10:00 – 11:15 zadávání kulturních akcí do Datového skladu (dále jen DS)

10:05 – telefonát – rezervace vstupenek

10:06 – obsluha klienta (kopírování)

10:15 – telefonát – rezervace vstupenek

10:20 – telefonát – vyhledávání spojení

10:35 – telefonát – informace regionálního charakteru

11:05 – obsluha klienta (prodej upomínkových předmětů)

Zde je patrné, že během práce, náročné zejména na pozornost, jakou je zadávání kulturních akcí do DS je zaměstnanec MIC nucen se věnovat i běžnému provozu, což znamená obsluha klientů a vyřizování telefonických dotazů. Díky tomu, byla během tohoto časového úseku zadána pouze 1/3 požadovaných kulturních akcí.

11:15 – 11:25 vyúčtování Ticketportalu (předprodejní síť vstupenek)

11:25 – obsluha klientů (prodej vstupenek)

11:30 – 12:00 – korespondence

11:38 – telefonát – rezervace vstupenek

11:40 – obsluha klientů (informace regionálního charakteru)

12:05 – uvedení návštěvníků do Galerie Rumcajsův svět

12:10 – 12:30 – naskladnění došlých faktur

12:16 – obsluha klientů (prodej vstupenek)

12:25 – obsluha klientů (prodej vstupenek)

12:30 – 13:00 – polední pauza

13:00 – uvedení návštěvníků do Galerie Rumcajsův svět

13:05 – telefonát – informace regionálního charakteru

13:10 – obsluha klientů (kopírování)

13:25 – 13:50 – tvorba objednávek zboží

13:30 – obsluha klientů (prodej vstupenek)

13:38 – obsluha klientů (fax)
13:55 – 14:30 návštěva banky
14:35 – obsluha klientů (scan)
14:40 -15:30 – tvorba kulturního měsíčníku KAM
14:51 – obsluha klientů (vyhledání spojení)
15:15 – obsluha klientů (prodej upomínkových předmětů)
15:35 – obsluha klientů (kopírování)
15:40 – 16:00 – tvorba kulturního měsíčníku KAM
15:46 – obsluha klientů (rezervace vstupenek)
16:05 – 16:30 – obsluha klientů (kopírování, prodej vstupenek, prodej upomínkových předmětů)
16:30 – 17:00 – tvorba kulturního měsíčníku KAM
16:43 – obsluha klientů (vyhledávání tel. kontaktů)
16:55 – obsluha klientů (prodej vstupenek)
17:00 – 17:30 uzavření denní tržby
17:30 – 18:00 pochůzky – vyzvednutí plakátů, informačních letáků

„Časový harmonogram ukazuje, že práce na tvorbě kulturního měsíčníku KAM je stále přerušována. Tato práce je také velmi náročná na pozornost. Díky tomu, že zaměstnanec musí neustále odbíhat od práce a obsluhovat klienty, byla vytvořena pouze 1/4 z celého měsíčníku. Díky častému přerušování práce dochází také k většímu počtu chyb, které musí být následně opraveny.

Pokud by MIC Jičín čítalo minimálně o jednoho pracovníka více, bylo by možné tvořit tyto databáze v ústraní. Bylo by zajištěno dostatečné personální pokrytí dvou zaměstnanců na obsluhu klientů, vyřizování telefonátů, uvádění návštěvníků do Galerie Rumcajsův svět, a zároveň by se jeden ze zaměstnanců mohl plně věnovat tvorbě a aktualizaci databází, vydávání kulturního měsíčníku, aktualizaci a plnění webových stránek a další běžné administrativě, v jeho kompetenci by bylo i rozšiřování služeb (tvorba nových package). Využití časového kapitálu by tak bylo mnohem efektivnější, došlo by i k eliminaci chyb ze stran zaměstnanců.

Dále je zde nabídnut nový produkt, který by mohl rozšířit portfolio nabízených služeb MIC Jičín. Jedná se o package – jednodenní výlet po Jičíně pro rodiny s dětmi.,,

5.3.5 PŘIJETÍ DALŠÍHO ZAMĚSTNANCE

Financování 3.zaměstnance

Financování dalšího zaměstnance v MIC Jičín by bylo realizováno zvýšeným příspěvkem zřizovatele tj. Města Jičína. Kzmmj musí podat návrh zvýšeného rozpočtu, který nejprve schválí rada a následně tento návrh předloží ke schválení zastupitelstvu města.

V současné době činná částka na pokrytí mzdových nákladů zaměstnanců MIC Jičín 808 279 Kč viz tab.č.6. Přijetí dalšího zaměstnance by znamenalo navýšení nákladů 312 920 Kč za rok.

$$19\,460 \times 12 = 233\,520 \text{ Kč (viz tab.č.5)}$$

$$233\,520 \times 0,34 = 79\,400 \text{ Kč}$$

$$233\,520 + 79\,400 = 312\,920 \text{ Kč}$$

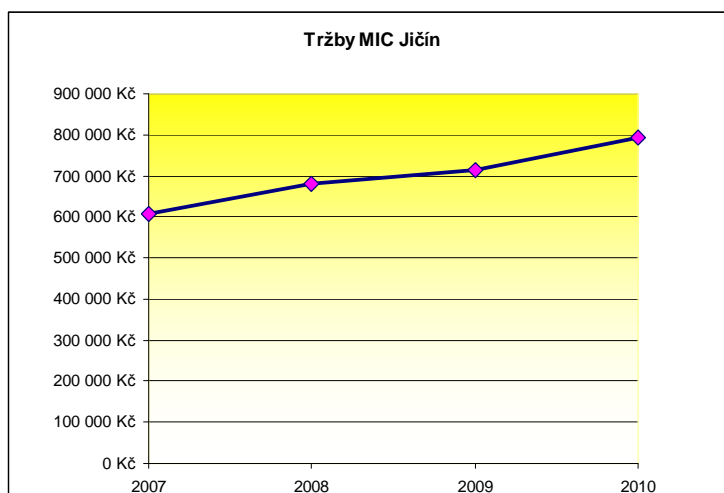
0,34 – sazba sociálního a zdravotního pojištění

Díky 3. zaměstnanci by bylo možné ušetřit výdaje za osoby DPČ a DPP, jejichž náplň práce by byla rozložena mezi zaměstnance na plný úvazek. V tomto případě by se jednalo o částku 54 000 Kč viz tab.č.6.

$$312\,920 - 54\,000 = 258\,920 \text{ Kč/rok}$$

Pro přijetí tohoto zaměstnance by bylo vhodné zohlednit i stále stoupající tržby a tím i rostoucímu příjmy z hospodářské činnosti viz graf č.14.

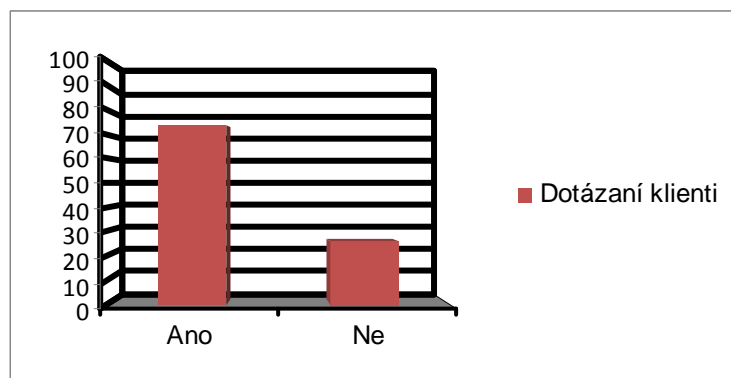
Graf 13: Tržby MIC Jičín



Zdroj: archiv MIC Jičín

V následujícím grafu č.15 je znázorněno, kolik respondentů by si přálo, aby došlo k personálnímu rozšíření. Jedná se o 74% dotázaných, což není zanedbatelné číslo. Ať již respondenti přání zdůvodňují tím, že jim vadí fronty či přáním rozšíření repertoáru služeb, mělo by být bráno v potaz.

Graf 14: Personální navýšení



Zdroj: vlastní šetření

Hlavním úkolem dalšího zaměstnance by byla správa Galerie Rumcajsův svět (vedení návštěvnosti, provázení klientů..), tvorba produktů packige, kulturní kalendář (DS, Turistické noviny). Mezi dílčí úkoly patří prodej suvenýrů, prodej vstupenek, kopírování..

Využití rozšířené působnosti MIC Jičín

Využití rozšířené působnosti v Městském informačním centru Jičín je možno dle Konceptce cestovního ruchu zařadit do priority č. 2 tj. rozšiřování a zkvalitnění infrastruktury a služeb cestovního ruchu zejména, zkvalitňování služeb v cestovním ruchu dále pak prioritou č. 4 tj. vytváření organizační struktury cestovního ruchu. Jedná se o zkvalitnění a rozšíření nabídky služeb, které toto MIC již nabízí. Je třeba se zaměřit na jednotlivé cílové skupiny návštěvníků v tomto případě na rodiny s dětmi (potenciál pohádek, zejména Rumcajse) dále pak návštěvníky se zájmem o historii (potenciál Albrechta z Valdštejna). Tím je možné zlepšit konkurenceschopnost a hospodářský výsledek. Realizace nových produktů by byla na regionální úrovni. Rozdělení odpovědnosti subjektů za plnění opatření Konceptce viz. tab. č.3.

Jičín můžeme zařadit do Regionálního operačního programu (dále jen ROP) NUTS II Severovýchod, který spadá mezi ROP v cíli Konvergence. Tento ROP obsahuje 5 prioritních os, které ho rozdělují na 5 logických celků, tyto celky můžeme dále konkretizovat pomocí oblastí podpory. Tento operační program byl schválen Evropskou komisí 3.12.2007 (Strukturální fondy,2007).

Osy:

- 1) Rozvoj dopravní infrastruktury
- 2) Rozvoj městských a venkovských oblastí
- 3) Cestovní ruch
- 4) Rozvoj podnikatelského prostředí
- 5) Technická pomoc

Pro rozvoj MIC Jičín by bylo vhodné využít prioritní osy číslo 3 v oblasti cestovního ruchu.

Nové produkty

Zmíněné produkty, kterými by měly být obohaceny služby MIC Jičín, označujeme jako rozšířené služby. Zejména rozšířené služby zvyšují konkurenceschopnost. Jedná se o služby, které nejsou v základní nabídce jednotlivých IC. Avšak MIC Jičín by si díky těmto službám mohlo získat významnou pozici na trhu. Nejdůležitější je poznatek, co od jednotlivých služeb zákazník očekává. Je nutné se zaměřit na určitou skupinu zákazníků a tu důkladně analyzovat, v našem případě se zaměřujeme zejména na rodiny s dětmi a klienty, kteří se zajímají o historii. První skupině klientů jde zejména o zábavu pro děti, o nevšední atrakce a dále pak úspornost (čas, finance). Ve druhé skupině jde zejména o fundované informace a nevšední zážitky. Je velmi důležité vlastní produkty přizpůsobit hodnotám, které vyhledávají zákazníci.

Cena

V případě MIC Jičín nejde o maximalizaci zisku. Jedná se zde v první řadě o uspokojení potřeb zákazníků, až v druhé řadě zvýšení obrátu. Jednalo by se o služby nabízené zdarma nebo za snížené ceny. Pro MIC Jičín je velmi důležité získat nové klienty. K tomuto je možné i využití strategie diferenčních cen, kde jsou pro odlišné tržní segmenty stanoveny odlišné ceny (studenti, důchodci, děti). Dále by se cena mohla odvíjet podle poptávky. Jelikož v Jičíně se nejedná o vysoce konkurenční trh, co se průvodcovských služeb a package týče, jednalo by se o necenovou konkurenci.

Propagace

V případě MIC Jičín jde o reklamu umístěnou v katalogu Top akcí, katalogu Dovolená, na jejichž vydávání se spolu podílí se Sdružením Českého ráje, dále pak reklama v médiích (regionální televize, rádia, tiskoviny). Další možností je tvorba plakátů a letáků, které budou k dispozici v místě prodeje i v ostatních IC a subjektech zabývajících se cestovním ruchem v Českém ráji a v neposlední řadě reklama na webových stránkách MIC Jičín, městského úřadu a Sdružení Českého ráje.

Nový produkt: package

Package – Odpolední výlet s dětmi po Jičíně – nový produkt MIC

Součástí pracovní náplně 3. zaměstnance by byla i tvorba nových produktů z řad package.

Výlet začíná v MIC Jičín, kde si turisté zakoupí mapku a popis trasy.

První zastávkou bude **Galerie Rumcajsův svět**, vstup do Galerie je zdarma, návštěvníci si mohou vyzkoušet jednotlivé interaktivní exponáty.

Další zastávkou bude **Regionální muzeum a galerie** v Jičíně, muzeum nabízí stálou expozici, která je věnována historii, ve Výstavní chodbě mohou návštěvníci shlédnout aktuální výstavy, které se zde střídají. Pro nejmenší návštěvníky je v Muzeu hry připravena muzejní herna. Pro zájemce doporučujeme navštívit Panskou Oratoř. Vstupné: dospělí 60 Kč, děti 30 Kč a rodinné vstupné 120 Kč.

Po návštěvě muzea si turisté mohou prohlédnout nově vydlážděné jičínské náměstí a nově zrekonstruovanou zámeckou zahradu. Doporučujeme vystoupat na 52 m vysokou **Valdickou bránu**, která nabízí nevšední pohled na Jičín i okolí. Vstupné 20 Kč.

Nevšední zážitky čekají na návštěvníky v ulici Pod Koštofránkem. Zde se nachází **Rumcajsova ševcovna** a **Zahrada v Koštofránku**, v této zahradě se každou sobotu hrají pohádky pro nejmenší diváky.

Rumcajsova ševcovna nabízí pohled na domácnost Rumcajse v době, kdy byl ještě počestný švec. Rumcajs je pohádková postavička z knihy Václava Čtvrťka a Radka Pilaře. Děti mohou na zahrádce obdivovat Cipískovu minizoo a Mančinu bylinkovou zahrádku, rodiče se mohou v poklidu občerstvit.

Touto malebnou uličkou vystoupáme zpět na Žižkovo náměstí a pokračujeme přes Husovu ulici. Hned na začátku pěší zóny na návštěvníky čeká **Drak**. Plechová socha draka, hlídá tuto ulici od roku 2009.

Za Masarykovým divadlem zahneleme vpravo a dojdeme až ke knihovně Václava Čtvrťka, za kterou se nachází **Zahrada poznání** – ideální místo pro malé zvědavce. Zahradu tvoří venkovní čítárna, plocha pro komorní kulturní akce a odpočinkový prostor, který obsahuje

herní hnízda pro děti s prolézačkami a sítěmi nad zemí, košatý strom poznání, výstavu hlav jičínských osobností, dřevěné pódium a malý amfiteátr. Sochy pěti jičínských osobností připomínají odkaz Irmu Geisslové, Albrechta z Valdštejna, Čeňka Musila, Radka Pilaře a samozřejmě Václava Čtvrtka. Vstup je zdarma.

Po návštěvě knihovny se vydáme opět na cestu. Tentokrát bude našim cílem **rybník Kníže a sochy pohádkových postav**, které jsou podél rybníka rozmístěny. V rybníce Kníže prý žije bájný sumec Holdegron, kterého známe ze Čtvrtkových pohádek. Za slunečného počasí můžeme výlet zakončit na nově zrekonstruovaném koupališti Kníže. Které nabízí zázemí pro malé i velké.

Plakát viz příloha č.3

5.3.6 SWOT ANALÝZA

Swot analýza nám nabízí jedinečnou možnost, jak zmapovat postavení MIC Jičín. Zmapování silných a slabých stránek, příležitostí a ohrožení nám pomůže zjistit stávající situaci a otevře nové okruhy pro možnost zlepšení.

silné stránky – výhodná pozice v centru města, vysoká návštěvnost, pestrá klientela, nízká konkurence, různorodost klientů, potenciál města (Jičín město pohádky, Valdštejnův Jičín, Jičín brána do Českého ráje), zavedenost, dobré reference, kvalitní zázemí

slabé stránky – nízký počet zaměstnanců, nesystematické rozdělení práce, chybí zde bezbarierový přístup, nedostatek individuálního přístupu ke klientům, složitý byrokratický aparát

příležitosti – možnost rozšíření prostor o místnost CK Czech Paradise, možnost rozšíření nabídky služeb, zvýšení návštěvnosti, větší rozsah klientely, širší pokrytí tržní poptávky, větší flexibilita, navýšení tržeb, zlepšení hospodářského výsledku, spolupráce s regionálními výrobci

hrozby – přetížení zaměstnanců, což vede k roztržitosti a nesoustředěnosti, možnost vzniku nové konkurence, nasycení zájmu klientů, přetížení fyzicky únosné kapacity návštěvnosti

6 ZÁVĚR

Informační centra jsou jedny z nejdůležitějších subjektů, působící na regionální úrovni v cestovním ruchu. Pro klienty jsou velmi důležitým zdrojem informací a jejich služby jsou hojně využívány. Pro zajištění konkurenceschopnosti je nutné aktualizovat nabídky a sledovat nejnovější trendy v oblasti cestovního ruchu. Pro zajištění komplexnosti služeb je nutná spolupráce s místními drobnými podnikateli i s ostatními subjekty působící v cestovním ruchu.

Pro opětovný nárůst zahraniční klientely je důležité nabídnout cizincům takové služby a produkty, které je zaujmou, a za kterými se budou rádi vracet. Velmi důležitá je propagace a celkový marketing produktů. Klienti z řad zahraničních turistů se zajímají zejména o historii dané oblasti, v tomto případě o Albrechta z Valdštejna a o regionální produkty místních podnikatelů. Sdružení Českého ráje poskytuje certifikace těchto produktů a pomocí jednotlivých informačních center a ostatních propagačních kanálů rozšiřují propagaci, MIC Jičín by se této aktivitě mělo účastnit v nejvyšší možné míře. Nabízí se zde možnost i pořádat v Jičíně pravidelné trhy regionálních výrobců.

MIC Jičín obstálo v konkurenci vcelku dobře. Jičín je však regionálním městem a proto by klientům měl nabídnout nejvyšší možnou kvalitu a různorodost služeb. Některé základní služby v nabídce zcela chybí a dle výsledků dotazníkového šetření jsou klienty žádány. V případě přijetí třetího zaměstnance by bylo možné toto portfolio služeb rozšířit a služby zároveň zkvalitnit. Diverzifikace portfolia umožní flexibilní reakce na jednotlivé požadavky klientů.

Otevírací doba MIC Jičín je v rámci možností dostačující avšak zajištění nepřetržitého provozu během oběda i v případě absence jednoho ze zaměstnanců a zajištění prodloužení otevírací doby o víkendy je jedním z kroků ke zvýšení konkurenční schopnosti a zároveň možností, jak zlepšit hospodářský výsledek.

Rozšíření služeb o průvodcovské služby a tvorbu nových produktů package nabízí klientům nové možnosti, jak poznat Jičín a jeho genius loci. Pomocí kostýmovaných prohlídek ať již s historickou tematikou Albrechta z Valštejna je možné návštěvníkům představit místa spjatá s touto osobností v jiném světle a nebo díky kostýmovaným prohlídkám s pohádkovými postavkami zprostředkovat nevšední zážitky i nejmenším návštěvníkům. Potenciál města Jičina je v tomto směru nesmírně rozsáhlý a je důležité jej využít v souladu s již zmíněnou koncepcí a zamezit tak roztržitosti.

6.1 DOPORUČENÍ

Na základě nejnovějších trendů v cestovním ruchu doporučujeme MIC Jičín zařadit do repertoáru poskytovaných služeb package zaměřené na jednotlivé skupiny návštěvníků. V rámci zajištění kvality poskytovaných služeb je nutné přijmout minimálně jednoho zaměstnance, který by se mohl touto problematikou podrobněji zabývat a tvořit kvalitní podpůrné materiály. Dojde tak i k zefektivnění veškerých pracovních postupů a následných výstupů.

Z hlediska marketingového tahu doporučujeme tyto materiály prezentovat v nejvyšší možné míře v médiích, na veletrzích cestovního ruchu v Čechách i v zahraničí, dále pak oslovit s vlastní nabídkou informační centra, hotely a podobné subjekty v nejbližším okolí i ve vzdálenějších oblastech. To vše je nutné za podpory zřizovatele tj. Města Jičína.

7 SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ:

- 1) FORET, Miroslav; FORETOVÁ, Věra. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha : Grada, 2001. 178 s. ISBN 80-247-0207-X
- 2) HORNER, Susan. SWARBROOKE, John . *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha : Grada, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9.
- 3) KIRÁLOVÁ, Alžběta . *Marketing destinace cestovního ruchu*. Vydání I. Praha : Ekopress, 2003. 173 s. ISBN 80-86119-56-4
- 4) SOUKUP & DAVID. *Průvodce po Čechách, Moravě s Slezsku – Český ráj – Jičínsko a Novopacko*. Praha: S&D, 2008. 190 s. ISBN 978-80-86899-18-3.
- 5) RESEARCH REPORT. *Aktuální problémy teorie a praxe v ekonomice*. první. Pardubice : Tiskařské středisko Univerzity Pardubice, 2007. 150 s. ISBN 978-80-7395-005-755-780-07.

Dokumenty dostupné na internetu

- 6) KOLEKTIV AUTORŮ (2009). *Světové trendy v cestovním ruchu*. Praha : CzechTourism, 2009 [cit. 2011-05-03]. Dostupné na internetu: <http://www.czechtourism.cz/statistiky-2/clanky-a-komentare/>
- 7) Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007 - 2013. In *Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007 - 2013* [online]. Praha : Vláda ČR, 2007 [cit. 2010-12-05]. Dostupné z WWW: <<http://www.mmr.cz/CMSPages/>>.

Internetové zdroje

- 8) www.atic.cz [online]. 2004 [cit. 2010-05-14]. Metodika TIC. Dostupné z WWW: <www.atic.cz>.
- 9) www.cesky-raj.info [online]. 2000 - 2011 [cit. 2011-02-03]. Český ráj. Dostupné z WWW: <<http://www.cesky-raj.info/cs/turisticky-region/>>.

- 10) **www.czechtourism.cz** [online]. 2005-2011 [cit. 2011-03-04]. Czech Tourism. Dostupné z WWW: <www.czechtourism.cz>.
- 11) **www.czso.cz** [online]. 2011 [cit. 2011-02-02]. Www.czso.cz. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/tsa_hlavni_ukazatele_narodniho_hospodarstvi_a_cestovniho_ruchu_v_cr>.
- 12) **www.jicin.org** [online]. 2010 [cit. 2011-02-08]. Turostický portál Jičín. Dostupné z WWW:<<http://www.jicin.org/dr-cs/zidovske-pamatky/cesky-raj/zidovske-pamatky-jicin.html>>.
- 13) **www.kzmj.cz** [online]. 2011 [cit. 2011-03-04]. Kulturní zařízení města Jičína. Dostupné z WWW: <www.kzmj.cz/mic/mesto-a-historie>.
- 14) **www.mmr.cz** [online]. 2007 [cit. 2010-12-05]. Www.mmr.cz. Dostupné z WWW: < www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR >.
- 15) **www.mujiicin.cz** [online]. 2004 [cit. 2011-02-05]. Městský úřad Jičín. Dostupné z WWW: <<http://www.mujiicin.cz/vismo/dokumenty2>>.
- 16) **www.strukturalni-fondy.cz** [online]. 2007 [cit. 2011-01-02]. Fondy Evropské unie. Dostupné z WWW: <www.strukturalni-fondy.cz>.

Oficiální dokument

- 17) Zákon o svobodném přístupu k informacím (Zákon č.106/1999 Sb.)
- 18) Zákon o obcích (Zákon č.128/2000 Sb.)
- 19) Zákon o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů (Zákon č.250/2000 Sb.)

8 PŘÍLOHY

Příloha č.1

DOTAZNÍK PRO NÁVŠTĚVNÍKY IC

1)

Navštěvujete IC pravidelně?

- ano
- ne

2)

V MIC Jičín vyhledáváte informace turistického rázu, nebo jej navštěvujete jako rezident s dotazy typu autobusové spojení, kopírování, informace o službách a firmách v místě vašeho bydliště...

- rezident
- turista

3)

Jaké služby nejčastěji využíváte?

- kopírování, faxování, scanování
- veřejný internet
- dotazy na památky a atraktivity
- dotazy ohledně firem a služeb v Jičíně
- dotazy na ubytovací zařízení
- vyhledávání jízdních řádů
- prodej vstupenek
- jiné.....

4)

Jaký je podle Vás největší význam IC?

.....
.....

5)

Kde hledáte informace o městě (místě), kam jedete?

- webové stránky
- průvodce
- kontaktuji IC telefonicky nebo emailem
- jiné

6)

Vadí Vám, že v MIC Jičín musíte čekat frontu?

- ano
- ne

7)

Uvítali by jste kdyby MIC přijalo dalšího pracovníka a mohlo tak rozšířit své služby?

- ano
- ne

8)

Jste spokojeni se službami MIC Jičín?

- ano
- proč?.....
- ne
- proč?.....
- jiné

9)

Co se Vám v MIC Jičín nejvíce zamlouvá?

.....
.....
.....

10)

Které služby Vám v MIC nejvíce chybí?

- průvodcovské služby
- směnárna
- půjčovna kol
- packige (individuální plánování výletů)
- jiné

Příloha č.2

DOTAZNÍKY PRO IC

Otázka č.1

Je Vaše IC členem A.T.I.C. ?

- ano – jaké
kategorie?.....
- ne

Otázka č.2

Jak velké je město, ve kterém Vaše IC sídlí?

.....
....

Otázka č.3

Kolik zaměstnanců má Vaše IC?

.....
....

Otázka č.4

Kdo je zřizovatelem Vašeho IC?

.....
...

Otázka č.5

Jaká je otevírací doba Vašeho IC?

.....
.....
.....

Otázka č.6

Jaké služby Vaše IC poskytuje?

.....
.....
.....

Otázka č.7

Poskytuje Vaše IC průvodcovské služby?

- ano

Jsou hojně využívány?.....

- ne

Z jakého důvodu?.....

Otázka č.8

Poskytuje Vaše IC službu Packige (plánování dovolené na míru)

- ano

Jaké jsou na ně reakce ze strany klientů?
.....
.....

- ne

Z jakého důvodu?
.....
.....

Otázka č.9

Které z Vámi poskytovaných služeb jsou nejčastěji využívány?

.....
.....
.....
.....

DOPOLEDNÍ VÝLET PRO RODINY S DĚTMI

**ZAŽIJTE PŘÍJEMNÝ DEN S CELOU VAŠÍ RODINOU V
JIČÍNĚ**

CO NA VÁS ČEKÁ :

- **JEDINEČNÁ INTERAKTIVNÍ EXPOZICE
RUMCAJSŮV SVĚT**
- **RUMCAJSOVA ŠEVCOVNA**
- **ZAHRADA POZNÁNÍ**
- **SOCHA HODNÉHO DRAKA**
- **A SPOUSTA DALŠÍCH ZAJÍMAVOSTÍ.....**



**VÍCE INFORMACÍ OBDRŽÍTE V MIC
JIČÍN**

Tabulka 3: Odpovědnost subjektů

Priorita	Opatření	Garant plnění
PRIORITA 1 Konkurenceschopnost národních a regionálních produktů cestovního ruchu	1.1. Tvorba nosných národních a nadnárodních produktů cestovního ruchu	MMR ve spolupráci s MK, MŽP, MZd a kraji
	1.2. Tvorba specifických regionálních produktů cestovního ruchu	Kraje a MMR ve spolupráci s MZe, MD, MŽP, MK a MZd
PRIORITA 2 Rozšiřování a zkvalitňování infrastruktury a služeb cestovního ruchu	2.1. Rekonstrukce a budování kvalitní základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu	Kraje ve spolupráci s MMR a MD
	2.2. Rekonstrukce kulturně-historických památek a zachování přírodních lokalit využívaných pro cestovní ruch	Kraje a MMR ve spolupráci s MK, MŽP
	2.3. Zkvalitňová níslužeb cestovního ruchu	MMR a MPO ve spolupráci s kraji
	2.4. Vytváření podmínek pro realizaci šetrných forem CR	MMR, MŽP ve spolupráci s MZe, MD a kraji
PRIORITA 3 Marketing cestovního ruchu a rozvoj lidských zdrojů	3.1. Marketing (propagace) cestovního ruchu na mezinárodní, národní a regionální úrovni	MMR a kraje ve spolupráci s MZV
	3.2. Zkvalitnění statistiky a informací o cestovním ruchu	MMR a ČSÚ ve spolupráci s MV a kraji
	3.3. Zkvalitňování vzdělávání a přípravy lidských zdrojů v cestovním ruchu, podpora výzkumu, vývoje a inovací	MMR, MŠMT, MPSV, MV ve spolupráci s kraji
PRIORITA 4 Vytváření organizační struktury cestovního ruchu	4.1. Zakládání a činnost organizací cestovního ruchu na regionální a oblastní úrovni	MMR a kraje
	4.2. Činnost turistických informačních center	MMR a kraje
	4.3. Spolupráce mezi veřejným a podnikatelským sektorem, neziskovými organizacemi a profesními a zájmovými sdruženími	MMR a kraje
	4.4. Krizový management a zkvalitnění fungování správních orgánů v oblasti cestovního ruchu v ČR	MMR ve spolupráci s MV, MZd, MZV, MPO a kraji

Zdroj: MMR

Tabulka 4: Porovnání IC

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
České Budějovice	ne	98 000	3	Statutární město České Budějovice	červen-září po-pá 8:30-18:00 so 8:30-17:00 ne 10:00-16:00, říjen-květen po,st 9:00-17:00 út,čt,pá 9:00-16:00 so 9:00-13:00	turistické informace,jízdní řády,průvodcovské služby,databáze ubytování, předprodej vstupenek,prodej suvenýrů,veřejný internet	ano	ne	poskytování informací,předprodej vstupenek
Český Krumlov	ano	15 000	9	Českokrumlovský rozvojový fond,s.r.o.	listopad-březen denně 9:00-17:00,duben,květe.říjen denně 9:00-18:00, červen-září 9:00-19:00	informační servis,směnárna,předprodej vstupenek,zprostředkování ubytování,průvodcovské služby,packige,úschovna,veřejný internet,kopírování,fax,prodej suvenýrů,rybářské povolenky,karty ISIC	ano	ano	informační servis,směnárna,předprodej vstupenek
Děčín	ne	53 000	3	nezisková společnost REGIOcentrum, o.p.s.	út-so 8:30-17:00	turistické informace,prodej upomínkových předmětů,rezervace ubytování,průvodcovské služby,překladatelské služby,fax,kopírování,veřejný internet,půjčovna sportovního vybavení,vzdělávací a rekvalifikační kurzy,zpracování projektů EU	ano	ano	turistické informace,zprostředkování ubytování,vzdělávací kurzy
Hradec Králové	ano	100 000	5	Hradecká kulturní vzdělávací společnost	celoročně po-pá 8:00-17:30	turistické informace,prodej suvenýrů,předprodej vstupenek,veřejný internet, kopírování	ne	ne	prodej vstupenek, poskytování informací, prodej suvenýrů
Jičín	ano	17 000	2	Město Jičín	červen-září po-pá 8:00-18:00 so 9:00-16:00 ne 10:00-17:00, říjen-květen po-pá 9:00-17:00 so 9:00-13:00	turistické informace, databáze ubytování,prodej suvenýrů, kopírování, fax, veřejný internet,předprodej vstupenek,přehled kulturních akcí,jízdní řády	ne	ne	kopírování, turistické informace, prodej suvenýrů,prodej vstupenek
Jihlava	ano	50 000	5	Statutární město Jihlava	červenec-srpen po-pá 8:00-18:00 so 8:30-12:00, duben-září 8:30-17:00 so 8:30:12:00	turistické informace,kulturní informace,jízdní řády,prodej suvenýrů,předprodej vstupenek,průvodcovské služby,	ano	ne	poskytování informací, prodej upomínk.předmětů,kopírování,jízdní řády
Kněžmost	ne	1 000	2	Obecní úřad Kněžmost	červen-srpen denně 8:00-17:00	prodej suvenýrů,turistické informace,veřejný internet,jízdní řády	ne	ne	prodej suvenýrů
Liberec	ano	100 000	5	Statutární město Liberec	červen-září 8:00-18:00 so-ne 9:00-12:00,květen-říjen po-pá 8:00-17:00 so 9:00-12:00	turistické informace,jízdní řády,informace o kulturních akcích,předprodej vstupenek,zprostředkování ubytování,průvodcovské služby,prodej suvenýrů, vlastní ediční činnost	ano	ne	předprodej vstupenek,zprostředkování ubytování,turistické informace
Litomyšl	ano	10 000	3	soukromé IC	červen-září po-pá 9:00-19:00 so-ne 9:00-15:00,říjen-květen 8:30-18:00 so 9:00-14:00	průvodcovské služby,turistické informace,jízdní řády,zajištění ubytování,předprodej vstupenek,veřejný internet,kopírování,prodej suvenýrů	ano	ano	předprodej vstupenek,veřejný internet,kopírování,turistické informace
Lomnice nad Popelkou	ne	6 000	5	Město Lomnice nad Popelkou	duben-září po-pá 10:00-18:00 so 9:00-12:00, říjen-březen po-pá 10:00-17:00 so 9:00-12:00	kopírování,laminování, vazba,veřejný internet,fax,jízdní řády,turistické informace,prodej suvenýrů,výlep zavazadel,úschovna,předprodej vstupenek	ne	ne	kopírování,veřejný internet, turistické informace
Mnichovo Hradiště	ne	8 000	1	Klub Mnichovo Hradiště, s.r.o.	květen-září út-pá 8:00:12:00,13:00-18:00 so 8:00-12:00, říjen-duben po-čt 8:00-12:00,13:00-17:30 pá 8:00-12:00,13:00-15:00	turistické informace,prodej informačních materiálů,informace o ubytování,vytváření databázi cestovního,fax,kopírování	ne	ne	poskytování turistických informací
Náchod	ne	21 000	2	soukromé IC	po-pá 8:00-17:30,so 8:30 - 11:30	turistické informace,prodej upomínkových předmětů,prodej zájezdů,jízdenek a letenek,uzavírání cestovního pojištění,prodej vstupenek, Western Union, DHL	ano	ne	turistické informace,prodej vstupenek
Praha	ne	1 mil	8	Ministerstvo pro místní rozvoj	červen-září po-pá 9:00:18:00,so 10:17:00,ne 10:00:15:00,mimosezona po-pá 9:00-18:00,so 10:00-15:00	turistické informace,jízdní spoje,informace o kulturních a sportovních akcích,propagační akce	ne	ne	informace o dopravě, turistické informace.propagační materiály
Sobotka	ne	2 500	1	Město Sobotka	září-květen po - pá 9:00-12:00,13:00-16:30, červen po-pá 9:00-12:30,13:00-17:00 so 9:00-14:00, červenec-srpen po-pá 9:00-12:30,13:00-17 so 9:00-14:00 ne 9:00-14:00	poskytování informací o kult. a historických památkách, jízdních řádech,ubytování,přehled kulturních a společenských akcí,prodej vstupenek, prodej suvenýrů,zajištění kulturních akcí, kopírování, fax, scan	ne	ne	poskytování informací, prodej upomínk.předmětů,kopírování,jízdní řády
Turnov	ano	15 000	6	Město Turnov	září - červen po - pá 8:00 - 17:00, so 9:00 - 12:00 červenec - srpen po - pá 8:00 - 18:00, so 9:00 - 16:00, ne 9:30 - 15:00	poskytování informací, prodej suvenýrů, prodej vstupenek,internet pro veřejnost,prohlídky turnovských kostelů s kostýmovaným průvodcem,ukázky broušení drahých kamenů,vydávání informačních materiálů,vydávání Turistických novin	ano	ne	internet pro veřejnost,zjišťování spojů,předprodej vstupenek
Železný Brod	ne	6 500	1	Město Železný Brod	po - pá 9:00-12:00, so 9:00-12:00	prodej vstupenek na kulturní akce,informace o jízdních řádech,turistické informace,prodej suvenýrů,kopírování, veřejný internet, výlep plakátů	ne	ne	kopírování, prodej suvenýrů

Zdroj: Vlastní šetření

Tabulka 5: Platový výměr

Platový výměr zaměstnance XY											
Identifikace					Pracovní právní vztah						
Pracoviště:	52130	Výplatní místo:	1		Zar.mzda:	4	Skupina:	0	Tarif:	12 460	
Funkce:		Kategorie:		Zaměstnání:	34799	Úvazek:	100,00	Třída:	8	Příplatek os.:	7 000
Druh PPV:	101			Zdr.pojišťovna:		Rozvrh:	1	Stupeň:	3	Příplatky ost.:	0
Pracovní fond				Základní plat			Náhrady			Srážky	
Pracovní fond:		22 d		Základní:	176,00 h	12 460	Dovolená:	0 d	0	Zákonné:	0
Odpracováno:		22 d	176,00 h	Úkolový:	0,00 h	0	Svátek:	0 h	0	Půjčky:	0
Odpracováno přesčas:			0,00 h	Za přesčas:	0,00 h	0	Školení:	0 h	0	FKSP:	0
Pohotovost mimo prac.:			0,00 h	Ostatní:	0,00 h	0	Osobní přek.:	0 h	0	Pojistné:	0
Neodpracováno:		0 d.	0,00 h				Přek. DPN:	0 h	0	Spoření:	0
Neplacené volno:		0 d.	0,00 h				Přek. organizace:	0 h	0	Odbory:	0
							Ostatní:	0 h	0	Ostatní:	0
Průměry				Příplatky			Hrubý příjem			DNP	
Průměr pro			112,06	Osobní:	176,00 h	7 000					
Red. Prům. pro DPN:			100,85	Vedení:	0,00 h	0	Mzdový náklad:	26 077	Nemoc:	0 dnů	
Hod. výše náhrady - 60%:			60,51	Zvláštní:	0,00 h	0	Hrubá mzda:	19 460	Ošetřovné:	0 dnů	
Prům. pro náhrady škody:			0,00	Prostředí:	0,00 h	0	Hrubý příjem:	19 460	Mateřská:	0 dnů	
				Přesčasový:	0,00 h	0	- vedlejší činnost:	0			
				So, Ne, noc:	0,00 h	0	- opravy do minulosti:	0			
				Svátek:	0,00 h	0					
				Ostatní:	0,00 h	0					
Dovolená				Odměny			Daň			Příjem	
Letošní:			25,5 d	Prémie:		0	Osvobozeno:	0	Čistá mzda:	15 474	
Dřívější:			1,5 d	Odměny:		0	Pojistné zaml.:	6 617	Čistý příjem:	15 474	
Dodatková:			0,0 d	Jubilejní:		0	Zvýšení základu:	0	Půjčeno:	0	
Krácení:			0,0 d	Fond vedoucího:		0	Základ daně:	26 077	Příjem:	15 474	
Čerpání:			4,0 d	Ostatní:		0	Měsíční slevy:	2 070	Vráceno:	0	
Proplacení:			0,0 d				Slevy uplatněné:	2 070	Zálohy:	0	
Zůstatek:			23,0 d				Daň. zv. - sleva:	0			
Povinné:			0,0 d				Zálohová daň:	1 845	K výplatě:	15 474	
							Daňový bonus:	0			
Mimomzdová plnění				Ostatní složky platu			Srážková daň:			Výpočet	
Penzijní a živ. pojištění:			0	Pohotovost mimo prac.:		0	Roční zúčtování:	0	Chyby:	0	
Stipendia:			0	Naturální:		0	Korekce:	0	Hlášení:	0	
Cestovné:			0	Ostatní:		0					
Ostatní:			0				Sociální - základ:	19460			
							Sociální - odvod:	1265			
Ostatní osobní náklady							Zdravotní	19 460	Výpočet	9.X	
Dohody:			0				Zdravotní odvod:	876	Období:	9.X	

Zdroj: Archiv KZMJ

Tabulka 6: Rozpočet

Náklady	Plán MIC 2009	Čerpání MIC	Plán MIC 2010	Čerpání MIC
Materiálové nákl.	29 520	22 305	25 000	56 666
Reklama, propagace	9 520	9 520		0
Nákup zboží k prod.	290 000	298 903	330 220	138 068
Kopírování MIC	30 000	26 181	31 700	27 560
Kopírka	12 000	6 970	10 000	7 026
Telefony,pošt.+internet	30 000	28 290	30 000	29 075
Cestovné	10 000	2 952	10 000	5 836
Bankovní poplatky				
Školení	0	0		480
Upgrade+SW služby		952		
revize a údržba	16 480	2 073	30 000	601
nákup DM	50 000	38 726	20 000	22 001
Pojištění				
Zák.pojištění prac.úrazy				
Výlep.a sl.vozidlo+údržba	2 000	1 319	2 000	976
FKSP				
Stravné+nemocenské				
Vodné	39 000	3 707	29 000	11 750
Plyn	83 000	43 613	83 000	51 029
Elektřina	66 000	54 649	30 000	62 830
Odpisy				0
mezisoučet	667 520	540 160	630 920	661 898
mzdy	640 000	614 955	652 000	603 193
odvody (soc.,zdrav.)	217 600	208 250	221 680	205 086
celkem mzdy+poj.	857 600	823 205	873 680	808 279
DPČ a DPP	48 000	58 675	49 000	81 125
odvody (soc.,zdrav.)DPČ	5 000	2 800	5 000	
celkem OON+poj.	53 000	61 475	54 000	81 125
Ostatní náklady	32 000	4 000	32 000	12 368
<i>náklady celkem</i>	1 610 120	1 428 840	1 590 600	1 563 670
Příjmy-hlavní činnost	MIC	Tržby	MIC	Tržby
dary	23 000		24 000	24 000
ost. výnosy z hl.činn.				
<i>celkem</i>	23 000	0	24 000	24 000
Příjmy hosp.činnost	MIC	x	MIC	x
Reklama		7 426	5 000	6 843
Pronájmy komerční				74 628
Prodej zb. a služeb	560 000	610 075	600 000	769 608
<i>celkem</i>	560 000	617 501	605 000	851 079
Ostatní výnosy	0		0	0
Posytl. provozní dotace	1 027 120	1 027 120	961 600	961 600
<i>příjmy celkem</i>	1 610 120	1 644 621	1 590 600	875 079
Hosp. výsledek	0	215 781	0	273 009

Zdroj: archiv KZMJ

Tabulka 7: Návštěvnost 2008

Měsíc	Návštěvníci CR												Návštěvníci CR celkem
	Domácí	Zahraniční	Německo	Nizozemí	Polsko	Velká Británie	Francie	Rusko	Dánsko	Sloven sko	Itálie	Ostatní	
Leden	1204	27	8	4	8	4						3	1231
Únor	3238	137	30	2	72	12						21	3375
Březen	3674	134	52	6	13	22				5		36	3808
Duben	3959	207	98	5	66	16	10	10				2	4166
Květen	6127	1031	394	90	423	49				29		46	7158
Červen	6861	891	312	124	224	111	45	9				66	7752
Červenec	12924	1769	367	481	318	304	40	46				213	14693
Srpen	14470	1833	480	243	480	253	49	49				89	16303
Září	7627	726	253	145	161	143	14	2				8	8353
Říjen	4751	133	43	25	20	17	10					18	4884
Listopad	3027	34		4	16	6						8	3061
Prosinec	3075	89	54	10	18	8		3				4	3164
Celkem	70937	7011	2091	1139	1819	945	168	119		34		514	77948
Průměr/měsíc	5911,416667	584,25	190,09	94,917	151,58	78,75	28	19,833		17		42,833	6495,667

Zdroj: archiv MIC Jičín

Tabulka 8: Návštěvnost 2009

Měsíc	Návštěvníci CR												
	Domáci	Zahraniční	Německo	Nizozemí	Polsko	Velká Británie	Francie	Rusko	Dánsko	Sloven -sko	Itálie	Ostatní	Návštěvníci CR celkem
Leden	2807	48	7	4	20	2	8	2				5	2855
Únor	3129	35	18	3		2	2					10	3164
Březen	3404	39	13	2	7	6		2				9	3443
Duben	4343	182	57	36	40	26	8		4			11	4525
Květen	5932	572	157	65	158	64	71	2		4		51	6504
Červen	7596	603	165	94	202	76	21	2		13	4	26	8199
Červenec	15145	1111	268	306	178	172	100	16		25	9	37	16256
Srpen	16122	856	152	194	300	93	64	6		6	12	29	16978
Září	8511	296	115	41	81	33	4	5		6		11	8807
Říjen	3997	198	143	13	11	19	2	2				8	4195
Listopad	3593	218	183		10	7	7	2				9	3811
Prosinec	3189	69	24	3	26		2					14	3258
Celkem	77768	4227	1302	761	1033	500	289	39	4	54	25	220	81995
Průměr/měsíc	6480,667	352,25	108,5	63,417	86,083	41,667	24,083	3,25	0,3333	4,5	2,0833	18,333	6832,917

Zdroj: archiv MIC Jičín

Tabulka 9: Návštěvnost 2010

Měsíc	Návštěvníci CR												Návštěvníci CR celkem
	Domácí	Zahraniční	Německo	Nizozemí	Polsko	Velká Británie	Francie	Rusko	Dánsko	Sloven - sko	Itálie	Ostatní	
Leden	2922	22	2	2	6			7				5	2944
Únor	2995	34	5	13	13							3	3029
Březen	4591	65	15	1	6	3	40						4656
Duben	3990	101	36	24	10	24	5	2					4091
Květen	5694	306	109	52	85	34	13	2		4		7	6000
Červen	6684	440	115	97	152	45	5	12		2		12	7124
Červenec	16102	856	151	201	234	112	48	13	12	14	2	69	16958
Srpen	16256	800	192	145	222	103	39	12	1	2	2	82	17056
Září	8865	274	112	26	98	28	2	2				6	9139
Říjen	4518	133	69	35	14	9						6	4651
Listopad	4110	59	10	4	28	6	5					6	4169
Prosinec	3448	59	30	14	10								3507
Celkem	80175	3149	846	614	878	364	157	50	13	22	4	196	83324
Průměr/měsíc	6681,25	262,41667	70,5	51,167	73,167	30,333	13,083	4,1667	1,0833	1,8333	0,3333	16,333	6943,667

Zdroj: archiv MIC Jičín

Tabulka 10: Tržby 2008

Měsíc	Tržby za zboží	Tržby za služby	Tržby Ticket Pro	Tržby Ticketstream	Předprodej Ticket portál	Reklama	DHL	Předprodej ostatní	Celkem
leden	8 297,00	12 289,50		416,50	1 803,50		115,00		22 921,50 Kč
únor	13 026,00	12 035,00		335,50	1 028,00				26 424,50 Kč
březen	17 000,00	13 199,00		1 286,50	756,00	119,00			32 360,50 Kč
duben	22 369,00	11 656,00	206,00	500,00	1 017,00	476,00			36 224,00 Kč
květen	47 541,00	11 675,00	1 122,90	1 095,50	396,00			1 690,00	63 520,40 Kč
červen	70 726,00	12 637,50	617,70	1 063,00	1 135,50	238,00		490,00	86 907,70 Kč
červenec	91 013,00	12 455,50	559,50	5 998,00	1 768,80	119,00		1 776,00	113 689,80 Kč
srpen	113 465,00	12 439,00	252,00	906,00	2 306,90			1 420,00	130 788,90 Kč
září	40 551,00	14 628,00	308,30	310,00	1 556,40	119,00		1 727,00	59 199,70 Kč
říjen	20 800,00	13 098,00	837,40	134,00	1 063,00	463,00		100,00	36 495,40 Kč
listopad	15 119,00	12 647,00	389,00	2 082,00	1 341,00	2 975,00		2 000,00	36 553,00 Kč
prosinec	17 707,00	12 479,00	370,00	1 127,00	3 204,50				34 887,50 Kč
CELKEM	477 614,00 Kč	151 238,50 Kč	4 662,80 Kč	15 254,00 Kč	17 376,60 Kč	4 509,00 Kč	115,00	9 203,00 Kč	679 972,90 Kč

Zdroj: archiv MIC Jičín

Tabulka 11: Tržby 2009

Měsíc	Tržby za zboží	Tržby za služby	Tržby Ticket Pro	Tržby Ticketstream	Předprodej Ticket portál	Reklama	DHL	Předprodej ostatní	Celkem
leden	6 743,00	13 122,00	255,15	385,52	1 996,70				22 502,37 Kč
únor	11 246,00	11 298,00	897,82	906,00	2 010,60	119,00			26 477,42 Kč
březen	16 419,00	11 699,00	856,28	1 130,02	2 127,50	119,00			32 350,80 Kč
duben	17 967,00	14 391,00	1 057,18	1 348,93	2 695,50	238,00		337,00	38 034,61 Kč
květen	36 227,00	14 175,00	624,68	1 338,00	1 658,60	547,00		3 016,00	57 586,28 Kč
červen	48 672,00	15 560,00	777,67	2 303,00	1 639,00	298,00		3 675,50	72 925,17 Kč
červenec	127 358,00	16 699,00	943,00	2 346,00	980,00	179,00		2 038,00	150 543,00 Kč
srpen	127 912,00	17 254,00	561,40	480,00	1 175,00	417,00		500,00	148 299,40 Kč
září	43 944,00	14 489,00	217,00	245,68	1 907,90	1 923,00		1 974,00	64 700,58 Kč
říjen	23 271,00	13 774,00	550,03	384,72	2 033,30	179,00		1 092,00	41 284,05 Kč
listopad	9 766,00	13 938,00	1 473,85	1 506,80	2 891,70	179,00			29 755,35 Kč
prosinec	9 077,00	11 699,00	968,56	622,20	2 882,90	4 641,00		1 056,00	30 946,66 Kč
CELKEM	478 602,00 Kč	168 098,00 Kč	9 182,62 Kč	12 996,87 Kč	23 998,70 Kč	8 839,00 Kč	0,00	13 688,50 Kč	715 405,69 Kč

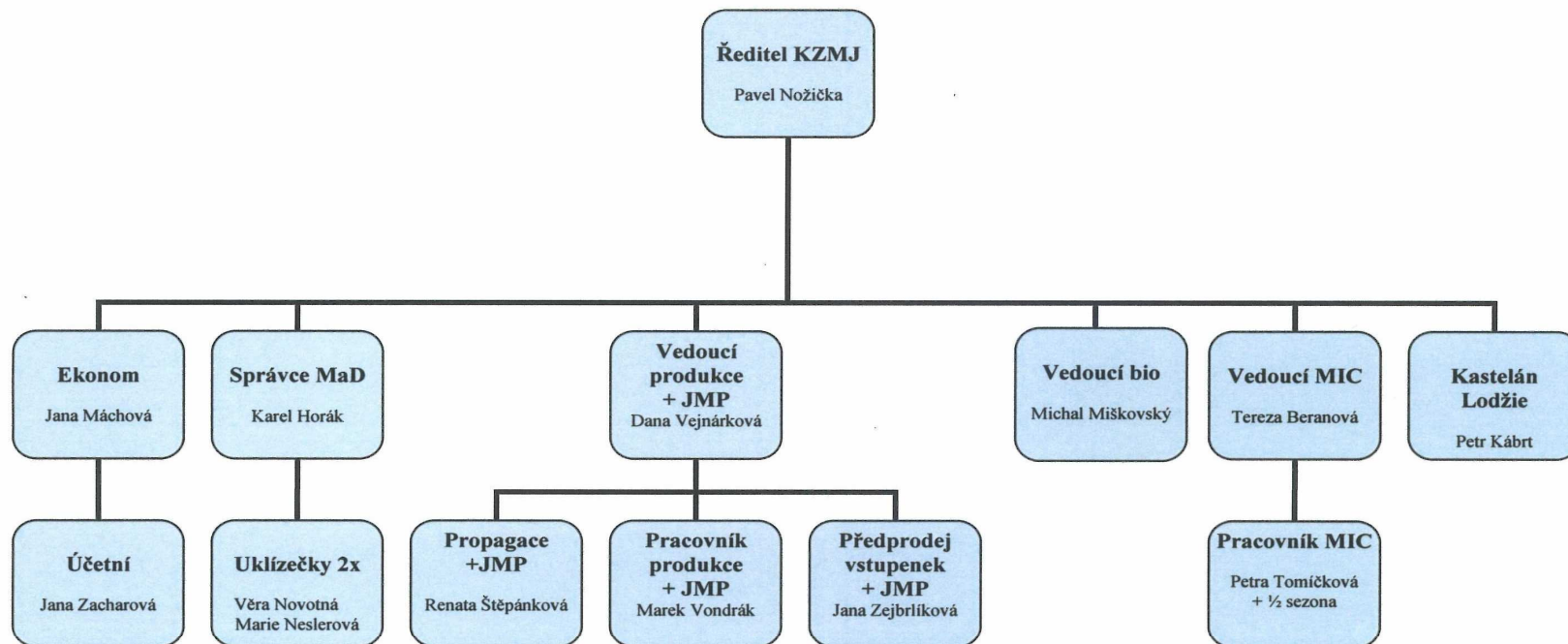
Zdroj: archiv MIC Jičín

Tabulka 12: Tržby 2010

Měsíc	Tržby za zboží	Tržby za služby	Tržby Ticket Pro	Tržby Ticketstream	Předprodej Ticket portál	Reklama	DHL	Eventim	Předprodej ostatní	Celkem
leden	5 872,00	14 331,00	489,66	488,00	3 428,40	540,00		86,40	112,00	25 347,46 Kč
únor	6 122,00	14 278,00	581,53	787,46	2 259,20				517,00	24 545,19 Kč
březen	14 478,00	21 584,00	287,90	1 071,55	3 049,70			26,00	446,00	40 943,15 Kč
duben	17 203,00	16 680,00	1 052,70	784,62	3 375,70			118,00	769,00	39 983,02 Kč
květen	45 083,00	17 421,00	451,00	646,00	3 534,80	540,00		84,00	2 069,00	69 828,80 Kč
červen	66 892,00	17 290,00	2 603,48	1 011,00	2 513,10			426,00	2 081,00	92 816,58 Kč
červenec	156 848,00	20 340,00	1 598,98	2 208,00	2 420,70			326,00	1 771,00	185 512,68 Kč
srpen	146 708,00	22 373,00	1 268,82	342,54	1 798,90			444,00	1 024,00	173 959,26 Kč
září	61 936,00	17 482,00	1 256,00	61,28	2 182,30				758,00	83 675,58 Kč
říjen	34 940,00	18 702,00	1 560,00	213,20	2 005,80	1 192,00	152,16		438,00	59 203,16 Kč
listopad	24 964,00	13 490,00	1 292,00	1 101,23	5 467,80	360,00		128,00	651,00	47 454,03 Kč
prosinec	35 352,00	15 184,00	912,00	646,74	4 009,40			47,00		56 151,14 Kč
CELKEM	616 398,00 Kč	209 155,00 Kč	13 354,07 Kč	9 361,62 Kč	36 045,80 Kč	2 632,00 Kč	152,16	1 685,40	10 636,00 Kč	899 420,05 Kč

Zdroj: archiv MIC Jičín

Organizační schéma KZMJ – stálí pracovníci



Seznam grafů:

Graf 1: Členství A.T.I.C	40
Graf 2: Zřizovatel.....	43
Graf 3: Nárůst návštěvnosti	44
Graf 5: Sezónní návštěvnost	45
Graf 6: Snížení návštěvnosti cizinců	46
Graf 7: Pravidelní návštěvníci	46
Graf 8: Typ návštěvníků	47
Graf 9: Nejčastější dotazy	50
Graf 10: Chybějící služby	52
Graf 11: Průvodcovské služby	53
Graf 12: Packige	54
Graf 13: Nespokojenost klientů	55
Graf 14: Tržby MIC Jičín	64
Graf 15: Personální navýšení	65

Seznam obrázků:

Obrázek 1: Valdická brána	32
Obrázek 2: Synagoga	33
Obrázek 3: Milohlídka	34
Obrázek 4: MIC Jičín	36
Obrázek 5: galerie Rumcajsův svět 1	39

Seznam tabulek:

Tabulka 1: Počet zaměstnanců	41
Tabulka 2: Otevírací doba	58
Tabulka 3: Odpovědnost subjektů	81
Tabulka 4: Porovnání IC	82
Tabulka 5: Platový výměr	83
Tabulka 6: Rozpočet	84
Tabulka 7: Návštěvnost 2008	85
Tabulka 8: Návštěvnost 2009	86
Tabulka 9: Návštěvnost 2010	87
Tabulka 10: Tržby 2008	88
Tabulka 11: Tržby 2009	89
Tabulka 12: Tržby 2010	90