

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Ekonomická fakulta
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program : B 6208 Ekonomika a management
Studijní obor : Obchodní podnikání – cestovní ruch



**Produkt cestovního ruchu v turistickém
informačním centru Třebíč**

Vedoucí bakalářské práce
doc. Ing. Marie Hesková, CSc.

Autor
Žaneta Růžicková

2007

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: Žaneta RŮŽIČKOVÁ
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: Obchodní podnikání - cestovní ruch

Název tématu: Produkt cestovního ruchu v turistickém informačním centru Třebíč

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cíl práce:

Analyzovat turistické cíle v Třebíči a jeho zázemí.
Provedení výzkumu nabídky a poptávky produktů turistického informačního centra.
Vytvořit nový produkt podle aktuální poptávky.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury.
2. Provedení analýzy návštěvnosti turistických cílů v Třebíči a jeho zázemí.
3. Navrhnout nový produkt pro vybraný segment turistů.

Rámcová osnova:

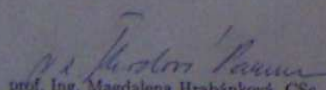
1. Úvod. 2. Literární přehled. 3. Použitá metodika. 4. Vlastní práce - analýza, návrh produktu.
5. Závěr. 6. Použitá literatura. 7. Přílohy.

Rozsah práce: 30 - 40 stran
Rozsah příloh: dle potřeby
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

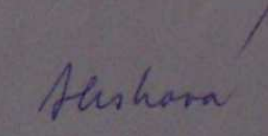
Seznam odborné literatury:

- Hesková, M. a kol.: Analýza destinačních managementů v cestovním ruchu na příkladech ČR a Rakouska. Bratislava: Kartprint, 2004.
Foret, M., Foretová, V.: Jak rozvíjet místní cestovní ruch. Praha: Grada Publishing, 2001.
Stříbrná, M.: Venkovská turistika a agroturistika. Praha: Profit Press, 2005
Hesková, M. a kol.: Cestovní ruch. Praha: Fortuna, 2005.
Lednický, V.: Tvorba a strategie územního celku. Ostrava: VŠB EU, 2003.
Horner, S., Swarbrooke, J.: Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času, Aplikovaný marketing služeb. Praha: Grada Publishing, 2003.
ABECEDA turistického informačního centra. Asociace turistických informačních center ČR (A.T.I.C. ČR), 2005

Vedoucí bakalářské práce: doc. Ing. Marie Hesková, CSc.
Katedra cestovního ruchu
Datum zadání bakalářské práce: 15. března 2006
Termín odevzdání bakalářské práce: 15. dubna 2007


prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Vědecká oddělení
VANČUROVA 2904 390 01 TÁBOR


doc. Ing. Marie Hesková, CSc.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 15. března 2006

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Produkt cestovního ruchu v turistickém informačním centru Třebíč vypracovala samostatně pod vedením doc. Ing. Marie Heskové, CSc. a uvedla v seznamu literatury všechny použité literární a odborné zdroje.

V Táboře dne 11.4. 2007

vlastnoruční podpis autora

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucímu práce doc. Ing. Marii Heskové, CSc. za ochotu při spolupráci a za její poskytnuté informace a cenné rady.

Obsah

Úvod	7
1. Literární rešerše	9
1.1 Cestovní ruch	9
1.2 Destinační management a marketing	11
1.3 Produkt	16
1.4 Situační analýza	17
1.5 Bostonská matice	17
2. Cíl a metodika práce	20
3. Situační analýza	23
3.1 Kraj Vysočina.....	23
3.2 Třebíč	24
3.3 Analýza potenciálů a faktorů pro rozvoj regionu.....	25
3.4 Analýza infrastruktury oblasti	27
3.5 Úroveň návštěvnosti regionu Třebíč.....	29
3.6 SWOT analýza	30
4. Turistická informační centra	32
4.1 Turistické informační centrum.....	32
4.2 Turistické informační centrum KVIZ Třebíč	34
4.3 Analýza portfolia služeb poskytovaných KVIZ Třebíč.....	38
5. Dotazníkové šetření	40
6. Návrhy produktů cestovního ruchu	43
7. Velikonoční Třebíč	45
Závěr	48
Summary.....	50
Použitá literatura.....	52
Seznam příloh	54

Úvod

Stálé místo cestovního ruchu mezi činnostmi člověka dokládá skutečnost, že přes různé konflikty, přírodní katastrofy nebo nemoci se objem nesnížil, naopak pořád vzrůstá. Na aktivitách spojených s cestovním ruchem se každoročně podílí značná část populace. Cestování lidí za poznáním, rekreací, sportem, kulturou, z náboženských důvodů anebo jen za účelem trávení volného času a samozřejmě tak z pracovních a obchodních důvodů se stalo neodmyslitelnou součástí určitého životního stylu. Cestovní ruch představuje pro řadu států a regionů jeden z největších ekonomických stimulů.

Dá se předpokládat, že rozvoj cestovního ruchu bude pokračovat i v současném století s tím, že se v důsledku rozvoje dopravních možností a postupující globalizace bude postupně zvyšovat podíl nových regionů jako cílových oblastí návštěvníků. Tyto nové destinace se stávají silným konkurentem tradičních turisticky významných zemí. Na základě rozvoje se objevují systémově řízené a organizačně silné destinace, kde se uplatňují různé formy destinačního managementu a marketingu.

Cílem mé bakalářské práce je analýza produktu cestovního ruchu v turistickém informačním centru KVIZ Třebíč. Třebíč je druhým největším městem v kraji Vysočina. Tento region má vysoký potenciál pro rozvoj turistických aktivit, rekreace a cestovního ruchu. Je to dáno zejména estetickou hodnotou kulturní krajiny, množstvím jedinečných přírodních lokalit, kulturních a historických památek i tradicí.

Silnou stránkou cestovního ruchu na Vysočině je jeho aktivní propagace a marketing, včetně tvorby originálních turistických produktů. Významnými aktéry marketingové strategie jsou turistická informační centra, kterých v kraji působí 36. Pro účely marketingové strategie ČR je Vysočina jedním z 15 turistických regionů. Jeho vymezení i název jsou totožné s krajem Vysočina.

Všechny služby spojené s cestovním ruchem zprostředkovává turistické informační centrum KVIZ Třebíč. Město disponuje velkým množstvím turistických aktivit, nabízí památky zapsané do Světového seznamu kulturního a přírodního dědictví UNESCO,

nacházejí se zde i hvězdárny, muzea a galerie. Město ohromuje také svými kulturními akcemi.

I přes zmíněné výborné lokalizační předpoklady a bohatou disponibilní nabídkou regionu nejsou všechny možnosti využití optimální. Proto se cílem mé bakalářské práce stalo navrhnutí nového produktu cestovního ruchu pro KVIZ Třebíč pro lepší využití a poznání tohoto regionu.

1. Literární rešerše

1.1 Cestovní ruch (CR)

CR a cestování mají dlouho historii, už od počátků naší civilizace. Představuje z pohledu jednotlivce, tak i společnosti, významný ekonomický fenomén. Jedná se o pohyb lidí za uspokojením svých potřeb se rekreovat, poznávat a odpočinout si na dovolené, proto se stává výraznější složkou spotřeby obyvatelstva.

Snahám o definování CR se věnovala řada vědců, profesorů a autorů. Postupně se začalo poukazovat na ekonomické aspekty, které se dále rozšiřovaly na geografické, dopravní a sociologické. První moderní základy CR byly dány Hunzikerem a Kraftem v roce 1942. CR definovali jako „soubor vztahů a jevů, které vyplývají z pobytu na cizím místě, pokud cílem pobytu není trvalý pobyt nebo výkon výdělečné činnosti“. Na tuto definici bylo navázáno švýcarským profesorem Kasparem, jehož definice CR zněla takto : „Cestovní ruch je souhrn vztahů a jevů, které vyplývají z cestování anebo pobytu osob, přičemž místo pobytu není hlavním ani trvalým místem bydlení nebo zaměstnání.“

Dalším příkladem definice CR je: „S cílem sjednotit názory na definování předmětu cestovního ruchu z hlediska statistiky organizovala Světová organizace cestovního ruchu (WTO – World Tourism Organization) v roce 1991 v kanadském městě Ottawa mezinárodní konferenci o statistice cestovního ruchu. Její účastníci přijali návrh, že cestovním ruchem se rozumí „činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo jiné běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě“. Stanovenou dobu se v mezinárodním cestovním ruchu rozumí jeden rok, v domácím cestovním ruchu šest měsíců. Definice WTO vylučuje z cestovního ruchu cestování v rámci místa trvalého bydliště, pravidelné cesty do zahraničí, dočasné přestěhování se za prací a dlouhodobou migraci.“ (Hesková a kolektiv, 2005)

Dále lze nalézt vymezení CR takto : „Za cestovní ruch (tourism) se považuje činnost osoby, cestující na přechodnou dobu (u mezinárodního cestovního ruchu maximálně na jeden rok, u domácího šest měsíců) do místa mimo místo své trvalé bydliště, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávat výdělečnou činnost v navštíveném místě (trvalý

či přechodný pracovní poměr). Může se však jednat o služební, obchodní či jinak pracovně motivovanou cestu, jejíž zdroj úhrady vyplývá z pracovního poměru u zaměstnavatele v místě bydliště nebo v místě sídla firmy. Pro toto pojetí cestovního ruchu je podstatné, že se jedná o změnu místa, dočasnost pobytu i o nevýdělečnost činnosti v navštíveném místě.“ (Foret, Foretová, 2005)

Vymezení základních pojmů v oblasti cestovního ruchu

„Stálý obyvatel (rezident)“

Pod tímto pojmem se v mezinárodním cestovním ruchu ve vztahu k dané zemi rozumí osoba, která žije v zemi alespoň jeden rok před příjezdem do jiné země na dobu kratší jednoho roku. V domácím cestovním ruchu ve vztahu k určitému místu je za stálého obyvatele považována osoba, která v tomto místě žije alespoň šest po sobě jdoucích měsíců před příjezdem do jiného místa na dobu kratší šesti měsíců.

Návštěvník (visitor)

V mezinárodním cestovním ruchu je osoba, která cestuje do jiné země, než v níž má své trvalé bydliště na dobu překračující jeden rok, přičemž hlavní účel cesty je jiné než vykonání výdělečné činnosti v navštívené zemi. V domácím cestovním ruchu je to osoba, která má trvalé bydliště v dané zemi a která cestuje na jiné místo v zemi mimo své bydliště na dobu kratší než šest měsíců, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.

Turista (tourist)

V mezinárodním cestovním ruchu je za turistu považována osoba, která cestuje do jiné země než v níž má své obvyklé bydliště, na dobu zahrnující alespoň jedno přenocování, avšak ne delší jednoho roku, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštívené zemi. V domácím cestovním ruchu je za turistu považována osoba trvale usídlená v zemi, která cestuje do jiného místa odlišného od jejího běžného životního prostředí (v téže zemi), na dobu zahrnující alespoň jedno přenocování, ale ne na dobu delší šesti měsíců, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.“ (International Conference on Travel and Tourism Statistic, 1991)

1.2 Destinační management a marketing

Turistická destinace potřebuje být nějak řízena, aby byla dosažena spokojenost ze strany mnoha lidí. Nejenom hostů, ale i těch, co se na jejich realizaci podílí. A proto je zapotřebí destinačního managementu a marketingu.

„Destinační management a marketing představuje soubor činností na vybraných úrovních řízení a koordinace, strategického plánování, různé formy spolupráce na úrovni mikroregionů a regionů, využívání podpůrných fondů. Cestovní ruch se totiž v mnoha destinacích může stát nosným prvkem rozvoje nebo jedním z jeho významných prvků. Z pohledu destinačního managementu je cestovní ruch společně s dalšími aktivitami součástí jednoho komplexního produktu, tedy produktu, který tvoří a představuje celá destinace (oblast, region). Výsledný destinační produkt není finálním dílem jednoho subjektu, ale zahrnuje celou řadu participujících subjektů.“ (Hesková a kolektiv, 2004)

Destinační management se také vyjadřuje systém řízení a organizace v destinaci (město, region, kraj). Základem všeho je komunikace a marketingové řízení. V rámci města lze destinační management uplatňovat na konkrétní cílové skupiny. Je založený na spolupráci poskytovatelů služeb, tj. komerčních subjektů, neziskových organizací a veřejných institucí.

„Destinační management orientovaný na turisty a cestovní ruch realizují města nebo regiony, mající předpoklady a vnitřní zdroje pro rozvoj určitého druhu cestovního ruchu (CR), např. městského poznávacího CR, kongresového CR apod. Podle profilace města a jeho nabídky dochází k tvorbě strategie destinace CR – města s ucelenou atraktivní nabídkou produktů a služeb CR se zaměřují na externí komunikační politiku (propagaci), města s předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu, ovšem s nerozvinutou či nedostatečnou nabídkou, provádějí podporu podnikání v CR nebo vytvářejí specifické produkty či produktové balíčky.“

V zemích západní Evropy je destinační management nejkomplexnější formou organizace a řízení cestovního ruchu. Je žádoucí, aby města prováděla destinační management ve spolupráci s „vnějším prostředím“ (rekreační zázemí měst) a tím využívala různorodosti nabídky v cestovním ruchu.“ (www.mestskymarketing.cz)

Vymezení základních pojmů destinačního managementu a marketingu

„Koncepce rozvoje cestovního ruchu

Je systematicky utříděná soustava názorů na rozvoj CR v dané destinaci, je součástí politiky CR a strategického plánování dané destinace. Konkrétně se jedná o způsob nazírání a chápání cestovního ruchu sestaveného formou osnovy, rozvrhu a plánu rozvoje. Cílem je navržení efektivních strategií a nástrojů a zpětnovazebního mechanismu realizace cílů vytyčených destinačním managementem nebo nositeli politiky CR. Výstupem je dlouhodobý program rozvoje CR v určité destinaci, obvykle na 10 – 20 let. Koncepce rozvoje CR je podkladem pro řízení rozvoje destinace jako jednotného celku a je předpokladem pro společné vystupování destinace navenek. Koncepce vychází z analýzy současného stavu CR v dané destinaci. Na jejím základě jsou stanoveny návrhy konkrétních aktivit, které mohou mít podobu akčních plánů. Koncepce destinace vychází z regionálního rozvoje CR a z koncepce státní politiky rozvoje CR.

Lokální Agenda 21

Rozpracování dokumentu Agenda 21 pro využití na lokální úrovni (město/obec, destinace cestovního ruchu, region apod.) s důrazem na respektování místních podmínek a se zvážením externích vlivů (ovlivnitelných a neovlivnitelných). Lokalizační předpoklady CR - předpoklady CR zahrnující obvykle přírodní předpoklady, kulturně – municipální předpoklady.

Územní plánování

Soustavný a komplexní proces, který řeší funkční využití území, stanovuje zásady jeho organizace, činnosti rozvoje území, vytváří předpoklady k zabezpečení trvalého souladu přírodních, kulturních a civilizačních hodnot v území zejména se zřetelem na péči o životní prostředí. Jedním z cílů územního plánování v oblasti CR je zvýšit přitažlivost regionů pro CR, zajistit vyvážené využívání zdrojů, zajistit promotion a podnikatelské příležitosti v daném území.

Regionální plánování

Je plánování na úrovni regionů, zahrnuje prostorové a ekonomické plánování. CR je součástí regionálních plánů především pro jeho význam v oblasti zaměstnanosti regionů.“ (www.ta.jcu.cz)

„Region

Je obvykle vymezen jako územní celek vyznačující se společnou úrovní výskytu určitých znaků (atributů) nebo společnými procesy (vazbami). Region je používán pro různé územní celky, může se shodovat s vymezením destinace, vymezení může být i z pohledu administrativního, statistického nebo pro plánovací účely.“ (Hesková a kolektiv, 2005)

„Turistické regiony

Jsou to oblasti, pro něž je typický určitý druh cestovního ruchu, který jednotlivé prvky dané oblasti spojuje a sjednocuje, zároveň je odlišuje od ostatních regionů. Základem je existence produktů a souboru nabídky služeb cestovního ruchu.“ (Hesková a kolektiv, 2004)

„Marketingové turistické regiony

Hlavním kritérium pro rozdělení vychází z organizačně-ekonomických vazeb. Hranice nejsou pevně vymezeny.“ (Hesková a kolektiv, 2005)

„Destinace

Je geografický prostor, který host volí jako cíl účasti na cestovním ruchu. Destinace zahrnuje komplex služeb pro potřeby cestovního ruchu.

Destinace cestovního ruchu

Podle WTO je definována „jako místo s vhodnými atraktivitami ve spojitosti se zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina zvolil pro návštěvu“. Z této definice vyplývá, že pojmem destinace cestovního ruchu může představovat cílové místo cestovního ruchu, ale i produkt cestovního ruchu spojený s daným místem. Podstatné je, že definice vymezuje destinaci z pohledu zákazníků. Významné je, jak zvolený geografický prostor (region), přináší celkový užitek (prospěch) návštěvníkovi. Takto pojatá charakteristika destinace cestovního ruchu prezentuje přístup vymezení destinace z pohledu zákazníka, klienta, účastníka cestovního ruchu.“ (Hesková a kolektiv, 2004)

„Destinační typ

Je typ destinace, jehož hlavním zařazovacím kritériem je atraktivita CR (tj. souhrn atraktivit) s největší mírou gravitace návštěvníků. Existují různé typologie středisek CR. Pro CR lze podle Páskovcové vymezit 11 destinačních typů: lázeňský, přírodní, příbřežní, venkovský, městský, romantizující (hrady,zámky), horský, poutní, rekreační, příhraniční, atrakční (lidmi vytvořené atraktivity).

Typologie destinace

Představuje proces vymezování typů destinací CR, podle kritérií vybraných podle účelu typologizace. Zpravidla však podle převažujícího a nejtypičtějšího typu atraktivity CR v dané destinaci. Jedná se o schématické rozdělení, v praxi lze destinaci zařadit i do více typů.

Společnost (organizace) destinačního managementu

Je organizace zaměřená na řízení destinace v oblasti vytváření a prosazení destinace a jejich produktů na trhu. Realizuje záměry destinačního managementu. Organizace je zaměřena na vývoj a aktivní prodej hlavních produktů, koordinuje a řídí tvorbu produktů CR, cenovou politiku a aktivní prodej destinace.

Spolupráce (kooperace) v rámci destinace

V marketingu cestovního ruchu je jedním z nástrojů spolupráce podnikatelů, místní komunity a místní samosprávy v destinaci při vytváření regionálního produktu a jeho promotion, spolupráce podnikatelů při realizaci balíků služeb, apod. Je jedním z důležitých přístupů při realizaci udržitelného rozvoje cestovního ruchu, v rámci spolupráce podnikatelů, místní komunity, místní samosprávy, státní administrativy, asociací a zájmových skupin. Spolupráce je podmínkou pro dosahování synergických efektů.

Destinační identita

Je druhem kolektivní identity, kdy skupina rezidentů žijících v určité turistické destinaci identifikuje se s její tradicí a kulturně historickými specifiky, s její základní filozofií, cíli, prostředky a postupem místního destinačního managementu. Klíčovým faktorem úrovně destinační identity je kvalita komunikace destinačního managementu s rezidenty, míra participace rezidentů na procesu rozvoje CR v destinaci, míra shodnosti kulturní identity rezidentů, vzájemný vztah návštěvníků a rezidentů a míra autenticity

v dané destinaci. Destinační identita může být vytvářena i propojení význačných momentů minulosti místa.

Management destinací

Managementem destinací je označován proces vytváření a řízení silných, tržně orientovaných a systémově řízených jednotek – destinací. Destinační management je souborem řídicích opatření a nástrojů, které jsou využívány pro oblasti: plánování, organizování, promotion a v rozhodovací procesy.

Je obvykle řízen samostatnou organizační jednotkou, která je budována z hlediska věcného a prostorového. Ve věcné (organizační) rovině se jedná o lokální a regionální turistické organizace (spolky, sdružení, destinační management). Nejčastěji jsou označovány jako DMC = Destination Management Company i obsahově se jedná o řídicí jednotku destinačního managementu. V prostorové (územní) rovině, jak již bylo uvedeno, jde o vymezení funkčních turistických destinací, marketingových regionů a oblastí apod.

Destinace vznikají zpravidla z regionů se silným potenciálem cestovního ruchu, tvořených ubytovacími kapacitami, podniky infrastruktury, cestovními kanceláři, informačními centry a dalšími podnikatelskými i nepodnikatelskými subjekty. Z tohoto důvodu je klíčovým prvkem určení postavení cestovního ruchu v dané destinaci. Zhodnocení postavení cestovního ruchu v celkovém rozvoji destinace je dále základním prvkem pro zpracování strategických koncepcí destinačního managementu.

Životní cyklus destinace

Jde o aplikaci klasického ekonomického a marketingového modelu „životního cyklu produktu“ na složený produkt (destinace CR). Pomocí vhodně zvolených indikátorů a s nutnou korekcí na působení dalších jevů a procesů, např. globalizace, urbanizace, atd. lze sledovat kvantitativní, a kvalitativní změny v destinaci vlivem rozvoje CR. Odvozování životního cyklu destinace na základě dat z minulých období představuje významný nástroj pro destinační management. Koncept životního cyklu nabízí pro řízení v destinaci čtyři základní funkce, deskriptivní, explanační, prediktivní a preskriptivní (popis a následně objasnění dosavadního vývoje CR v destinaci, realistická předpověď pro budoucí období konfrontovaná s žádoucím vývojem, návrh strategií a konkrétních předpisů vedoucích k dosažení žádoucího průběhu životního cyklu. “ (Hesková a kolektiv, 2005)

1.3 Produkt

Destinaci cestovního ruchu se dá považovat za jeden produkt, který je složen z mnoha dílčích produktů.

„Podle vymezení Americké marketingové asociace se za produkt považuje to, co lze na trhu nabízet k pozornosti, k získání, k používání nebo ke spotřebě, co má schopnost uspokojit přání nebo potřebu druhých lidí.“ (Foret, Foretová, 2005)

„Produktem cestovního ruchu je vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a má schopnost uspokojit potřeby návštěvníků a vytvořit tak komplexní soubor zážitků. Jedná se hlavně o soubor služeb, které produkuje a nabízí cílové místo (primární nabídka) a podniky a instituce cestovního ruchu (sekundární nabídka). Z ekonomického hlediska je produkt CR souborem volných statků, služeb, zboží a veřejných statků, které jsou předmětem spotřeby účastníků CR.“ (Hesková a kolektiv, 2005)

„Produkt (destinace) je sestaven z různých komponentů. Cílem je uspokojit nejen potřebu a přání hostů, ale také jim nabídnout nevšední zážitek. Produkt lze také definovat jako komplex služeb, které si host nárokuje v určitém prostoru. Produkt destinace má dvě úrovně, a to celkový produkt a specifický produkt. Celkový produkt destinace obsahuje kombinaci všech služeb, které host „konzumuje“ od té doby, kdy opustí domov až do doby svého návratu domů.

Specifický produkt tvoří většinou komerční produkty, představující komponenty celkového produktu, např. doprava, ubytování, stravování, atrakce, pronájem aut atd.

Produkt destinace má různé stupně kvality, a to tzv. Tech Quality – technickou kvalitu a Touch Quality (High Touch Quality) – dojemovou kvalitu. Pod pojmem Touch Quality se skrývá: image, osobnost, atmosféra, vlídnost personálu, chování personálu, chování obyvatel, podnikatelů atd. Produkt destinace je tvořen těžkými a měkkými faktory. Těžké faktory produktu destinace: ubytování, gastronomie, doprava, zařízení volného času. Měkké faktory produktu destinace: přátelskost, pohostinnost, nálada, zábava, vkus, radost, zážitek aj.

Produkt cestovního ruchu destinace je převážně nehmatatelný, neskladovatelný, neoddělitelný od osoby poskytovatele, heterogenní, relativně málo napodobitelný, má

sezónní charakter a je realizovatelný v místě nabídky, tj. host se musí dostavit na místo jeho realizace.

Na celkovém charakteru produktu se podílejí samotní hosté, kteří se spolupodílejí na vytváření atmosféry navštíveného místa. Na produkt se musíme dívat očima hosta. Výběr turistické destinace je často ovlivněn očekáváním hosta, podle kterého host hodnotí image destinace. Image destinace je proto velmi významným komponentem produktu destinace.“ (Jakubíková, 2001)

1.4 Situační analýza

Tato analýza vychází z popisu dosavadního vývoje a současného stavu marketingové situace destinace a uskutečňuje odhad jejího možného budoucího vývoje. Zkoumá se vývoj a podíly jednotlivých tržních segmentů, potřeb a požadavků zákazníků.

„V průběhu situační analýzy je ovšem nezbytné identifikovat nejen vnější faktory, které by mohly ovlivnit budoucí vývoj, ale i faktory vnitřní, které mohou vést k úspěchu, popřípadě zapříčinit jeho neúspěch.

K identifikaci vnitřních silných a slabých stránek destinace a vnějších příležitostí a rizik destinace se využívá analýzy SWOT, podle níž se specifikují rozhodující faktory, které mohou mít největší vliv na formování síly destinace a eliminaci jejích slabých stránek na využití významných tržních příležitostí a vyloučení ohrožujících jej možností.

Při analýze interní situace se objektivně hodnotí distinkční kompetence, tj. hlavní konkurenční sílu a výhody, pokud jde o marketingové, výrobní a technické schopnosti a finanční zdroje.“ (Kolektiv autorů, 1997)

1.5 Bostonská matice

Marketingová literatura nabízí řadu různých klasifikací produktů (výrobků), které mohou při hodnocení pomoci. Jedním ze základních přístupů je právě Bostonská matice. Jde o matici Bostonské konsultační skupiny (Boston Consulting Group) z USA.

„Tato matice člení produkci na čtyři skupiny podle dvou kritérií. Na kolmé ose je zachycen trend růstu trhu (rozšíření trhu nebo rozšíření podnikání), na vodorovné ose

pak podíl firmy na trhu (dnes se užívá spíše označení relativní konkurenční postavení, pozice na trhu). Zjistilo se však, že firma může mít na trhu malý podíl, přitom může zaujímat zde dominantní postavení, protože její produkty dosahují nejvyšších prodejních cen a tím i největšího podílu na trhu obratu mezi všemi konkurenty.

Obě osy jsou rozděleny na dvě části : vysoký a nízký. Každý výrobek lze zařadit do jednoho ze čtyř polí. Problémem je stanovení kritérií, kdy výrobek zařadit do pole vysoký a kdy do pole nízký. Je nutno toto přesně definovat.

V rámci této portfolio analýzy rozlišujeme následující kvadranty:

Hvězda

Inovované výrobky s výraznou marketingovou konkurenční výhodou. Fáze růstu výroby nebo ranná fáze zralosti produktu. Produkt má vysoký podíl na trhu, který rychle poroste. Vyžadují silnou komunikaci a podporu. Cena a zisk jsou vynikající, ale jsou potřebné finanční prostředky na běžné výdaje. Vysoký podíl na trhu potvrzuje existenci tvořivých a zkušených pracovníků v přípravě a ve výrobě. Konkurence intenzivně sleduje vývoj a čeká na vhodný okamžik.

Dojná kráva

Zatím úspěšná, přináší zisk, ale postupně se projevuje tlak na cenu. Na trhu jsou výrobky této skupiny poměrně známé. Buď již bylo dosaženo bodu návratnosti investic, nebo tomu tak brzy bude. Je nutno velmi ostražitě sledovat vývoj nákladů. Mimořádnou kontrolní pozornost vyžadují reklamní akce s akcentem na náklady s tím spojené, spíše klást důraz na nikoliv plošnou podporu prodeje. Tok finančních prostředků je kladný a musí být orientován ve vhodném poměru na výzkum a vývoj a vytvoření hvězdy a dalšího následníka.

Otazník

Podíl na trhu je relativně nízký, Za určitých předpokladů lze předpokládat možnost jeho růstu. Často je obtížné cokoli předvídat, protože je to častý průvodní jev počátečních fází cyklu tržní životnosti. Potřeby zvýšených investic do těchto výrobků, u nichž lze předpokládat následnou úspěšnost. Nadějně výrobky musí být velmi intenzivně propagovány, tak aby se zvýšil rychle stupeň jejich známosti na trhu. Důležité je relativně rychle zvýšit podíl na trhu, tak, aby se mohly projevit jako hvězdy.

Bídň (hladoví) psi

Jedná se buď o včerejší dojnou krávu, nebo o výrobky, které si nikdy nezískají významnější podíl na trhu, a to i za poměrně dobrých podmínek. Minimalizovat investice do výrobních kapacit a do procesu komunikace. Pokud je to možné zvýšit cenu tak, aby se alespoň zčásti eliminovaly značné ztráty. Urychleně drasticky snížit výrobu a materiální a finanční zdroje přesunout do úspěšnější skupiny výrobků.“ (Majoro, 1993)

Za ideálního stavu by mělo být portfolio produktů vyvážené. Měl by v něm být zastoupen dostatečný počet dojných krav, které produkují kapitál pro investice do dnešních hvězd a budoucích hvězd (otazníků, které byly vybrány pro další zdokonalení). V portfoliu by mělo také být zastoupeno nejméně bídných (hladových) psů.

Pro mnohé firmy je to však velmi obtížný úkol, jelikož jejich počet hvězd je příliš malý, počet krav malý a počet psů příliš velký. Zanedbávání vytváření hvězd je vážným nedostatkem při podnikání a znamená vážnou hrozbu pro existenci podniku vůbec.

2. Cíl a metodika práce

Pro zvýšení kvality služeb spojených s CR se klade velká pozornost na zkoumání podmínek jeho vzniku, rozvoje a rozšíření. K dosažení záměru zvyšování kvality služeb CR a vytváření podmínek pro bezpečnou turistickou destinaci jako nezbytného předpokladu konkurenceschopnosti produktů CR je třeba vytvářet nové produkty zaměřující se na potřeby jednotlivých segmentů účastníků CR.

Cílem práce je analyzovat stávající produkty nabízené Třebíčským TIC. A na základě provedení výzkumu nabídky a poptávky produktů KVIZ Třebíč a zhodnocení stávající nabídky navrhnout nový produkt podle aktuální poptávky v rámci lokalizačních, přírodních a kulturních možností.

Metodika zpracování

Metodika zpracování byla rozdělena do následujících fází:

1) Fáze – situační analýza destinace na základě geografického vymezení turistického regionu Třebíč a shromáždění dostupných informací

- přírodní potenciál: „Potenciál krajiny pro CR se hodnotí z aspektu socioekonomické aktivity. Vždy se vztahuje přímo na konkrétní území. Vyjadřuje způsobilost území poskytnout podmínky pro rozvoj CR.“ (Mariot, 1983) Potencionálním obsahem území jsou veškeré využitelné zdroje, které jsou v daném regionu pro CR k dispozici. Konkrétní hodnocení kvalitativních i kvantitativních ukazatelů přírodního a socioekonomického potenciálu krajiny zasahuje do syntetického hodnocení. Výsledkem se pak stává celkový pohled na potenciační možnosti regionu pro CR. Pro syntetické vyjádření se využívá metod hodnocení pomocí bezrozměrných veličin (kategorií, stupňů). A těmito veličinami se hodnotí prvky, které nejvíce ovlivňují tvorbu potenciálu pro CR. Pro využití hodnocení přírodních předpokladů regionu pro CR nejdříve provedeme analýzu jednotlivých složek přírodního prostředí (reliéf, krajina, vodstvo, rostlinstvo a živočišstvo).

- kulturně – historický potenciál: Zahrnuje takové atraktivity, které přitahují určitý segment návštěvníků. Kulturně – historické předpoklady vystupují jako součást potenciálu krajiny a určují směr jejich využití. Dále pak doplňují atraktivitu přírodního rázu.

- analýza infrastruktury destinace: Z výkazů Českého statistického úřadu a KVIZ Třebíč sestavit:

- ubytovací možnosti
- stravovací služby
- doprovodná nabídka

- úroveň návštěvnosti: Výzkum návštěvníků destinace z hlediska demografického profilu, důvodu návštěvy, délky pobytu, počtu přenocování a způsobu dopravy.

- prostorová charakteristika turistického regionu: Pomocí výzkumu silných a slabých stránek regionu, příležitosti a ohrožení (rizika). Pro tento výzkum se využije analýza SWOT.

2. Fáze – primární výzkum

- charakteristika jednotlivých TIC: Kategorizace TIC podle Asociace turistických informačních center ČR a zařazení Třebíčského turistického centra. Popis stávajícího portfolia KVIZ Třebíč (organizační struktura, finanční zabezpečení, předmět činnosti, struktura nabídky a poptávky, návštěvnost centra, preferovaný produkt ze strany turistů. Sestavení analýzy portfolia TIC s využitím Bostonské matice.

3. Fáze – dotazníkové šetření

- preference turistů: Vyhodnocení preference na základě dotazníkového šetření v regionu Třebíč.

- profil návštěvníků: Na základě dotazníkového šetření určení podílu zahraničních a domácích turistů z celkové počtu dotazovaných.

- důvody pro výběr lokality: Určení důvodu návštěvy na základě dotazníkového šetření a pozorování (proč si daný region vybrali, zda se účast opakuje).

4. Fáze – navrhnutí nových typů produktů

- s ohledem na výsledky vlastního průzkumu předložení návrhů možných produktů CR, které by oslovily vybrané segmenty turistů.

5. Fáze – zpracování návrhu jednoho konkrétního produktu

- zpracování: Na základě veškerých získaných materiálů a výsledků výzkumů vybrání a navrhnutí jednoho produktu, který je zaměřený na cílový segment trhu. Návrh, kde a jakou formou tento produkt nabízet.

Pro práci byly řešeny následující hypotézy:

- KVIZ Třebíč a i celé město Třebíč těží především z existence památek UNESCO.
- Nejčastějším využívaným zdrojem informací pro návštěvníky je KVIZ Třebíč.
- KVIZ Třebíč je schopno vyvíjet regionálně pestrou turistickou nabídku.

3. Situační analýza

3.1 Charakteristika kraje Vysočina

Kraj Vysočina leží na jihu, a to částečně v Čechách a částečně na Moravě. Sousedí s krajem Středočeským, Pardubickým, Jihomoravským a s Jihočeským (Příloha č. 1). Je členěn do pěti okresů: Havlíčkův Brod, Jihlava, Pelhřimov, Třebíč a Žďár nad Sázavou (Příloha č. 2). Celé území kraje Vysočina leží v oblasti Českomoravské vrchoviny. Kraj Vysočina je vhodný pro celoroční turistiku. Vzhledem k čistému životnímu prostředí je kraj vyhledávanou oblastí pro účely agro a ekoturistiky. Vysočina má vysoký potenciál pro rozvoj cestovního ruchu. Je to dáno především estetickou hodnotou kulturní krajiny, množstvím jedinečných přírodních lokalit a kulturních a historických památek i tradicí pořádání prestižních kulturních, sportovních a společenských akcí. Výhodou je také poloha v blízkosti dvou největších sídelních aglomerací ČR, které jsou zdrojem návštěvníků na krátké i středně dlouhé pobyty, a také poloha na dopravních trasách evropského významu.

V protikladu k potenciálu rozvoje cestovního ruchu stojí nedostatečná infrastruktura a nedostatečná nabídka služeb pro návštěvníky. Z hlediska kapacity ubytovacích zařízení i návštěvnosti se Vysočina řadí mezi turisticky nejmenší oblasti cestovního ruchu v ČR. Také návštěvnost je ve srovnání s jinými kraji poměrně nízká. Silnou stránkou cestovního ruchu na Vysočině je jeho aktivní propagace a marketing, včetně tvorby originálních turistických produktů. Významnými aktéry marketingové strategie jsou turistická informační centra (TIC), kterých v kraji působí 36. Pro účely marketingové strategie ČR je Vysočina jedním z 15 turistických regionů. Jeho vymezení i název jsou totožné s krajem Vysočina. Na Vysočině jsou příznivé předpoklady pro rozvoj zejména těchto forem cestovního ruchu: městská turistika (návštěvy kulturních památek spojené se zábavou a společenskými akcemi), ekologicky šetrné pobyty ve venkovském prostředí (agro a ekoturistika), sportovně zaměřené pobyty a akce (zimní lyžařská turistika, cykloturistika, vodácká turistika apod.).

3.2 Třebíč

Současné město Třebíč vyrostlo na základech historicky významného středověkého osídlení. Je to město s rozšířenou působností, nacházející se na západě Moravy, v jihovýchodní části Kraje Vysočina. Třebíč leží na řece Jihlavě 30 km jihovýchodně od města Jihlavy a 56 km západně od Brna (Příloha č. 3). Nadmořská výška města činí něco málo přes 400 metrů nad mořem a je důležitým centrem západní Moravy a okresu Třebíč.

Třebíč má asi 39 700 obyvatel a z toho je vcelku rovnoměrný počet žen a mužů. Nejpočetněji je zastoupena kategorie ekonomicky aktivního obyvatelstva, která tvoří 67,6 %, kategorie nezletilých je zastoupena 17,9 %. Ještě méně než nezletilých je občanů v důchodovém věku, kterých je 14,4 %. Co se týče populačního trendu, tak ten je v Třebíči stále klesající.

Jeho počátky jsou spjaty se založením benediktinského kláštera roku 1101 knížaty z moravské větve panovnického rodu Přemyslovců. Od řádu benediktinů je také odvozen městský znak - tři černé mnišské kápě v stříbrném břevnu umístěné na červeném štítu (Příloha č. 4). Výhodná poloha kláštera mezi královskými městy Brnem, Jihlavou a Znojmem byla podnětem pro založení města na obou březích řeky Jihlavy. První dochovaná listina je z roku 1277. V 1. polovině 13. Století byla postavena světově proslulá, románsko-gotická bazilika sv. Prokopa (Příloha č. 5). V roce 1335 byla osada Třebíč povýšena na město. Léta rozkvětu města i kláštera se v průběhu staletí střídala s léty stagnace i úpadku. Přelomem v bohaté historii města byl rok 1468, kdy bylo téměř zničeno za česko-uherské války. Poté přešlo klášterní panství do rukou světské vrchnosti. Obnovené město dnes patří k největším sídlům Vysočiny. V Třebíči působila početná židovská komunita a tzv. Židovská čtvrť byla v roce 2003 přidána na seznam chráněných kulturních památek UNESCO (Příloha č. 6). Zápis města Třebíč do seznamu památek UNESCO přinesl zvýšení jeho atraktivity a zároveň rozšířil možnosti získání dotačních titulů z domácích i zahraničních podpůrných fondů. Centrum města tvoří Karlovo náměstí, zvané také rynek vytčený při založení města jako tržiště s plochou 22000 m². Těmito rozměry je jen o pár metrů menší než Václavské náměstí v Praze, tímto se město v minulosti mohlo rovnat městům královským.

Charakteristika kraje Vysočina a města Třebíč byla vypracována ve spolupráci s pracovníky Městského úřadu v Třebíči, historikem Rudolfem Fišerem a s pomocí internetových stránek www.wikipedia.cz.

3.3 Analýza potencionálů a faktorů pro rozvoj regionu Třebíč

Přírodní potencionál

Region Třebíč leží v malebné kopcovité krajině Českomoravské vrchoviny. Reliéf Českomoravské vrchoviny o průměrné výšce něco málo přes 500 m. n. m. je charakteristický plochými hřbety a úvalovitými údolími. Vyskytují se tu úrodnější půdy, rozptýlená zeleň, lesíky a četné rybníky. Klimatické podmínky jsou určeny polohou regionu v mírně vlhkém podnebním pásu, z čehož plyne, že je tu velká proměnlivost počasí v prostoru i času. Třebíčsko má vzhledem k velice kvalitnímu životnímu prostředí a velkým množstvím zajímavostí značný potencionál v rozvoji CR. Nabízí atraktivní přírodní lokality v podhůří Českomoravské vrchoviny a parky vhodné pro pěší a cyklo turistiku. Největším je Přírodní park Třebíčsko s ostrůvky velkých balvanů rozptýlených v terénu, ležících severně od města (Příloha č. 7). K rekreačním účelům slouží nedaleká Dalešická přehrada na řece Jihlavě a několik rybníků. V letech 2003 a 2004 proběhla oprava a odbahnění 6 rybníků v majetku města. A zároveň se připravují projekty na revitalizaci dalších 4 rybníků. Za rekreační potencionál území lze považovat středně náročnou pobytovou a pohybovou turistiku. Je zde možnost využití koupališť přímo v městě Třebíči. V kraji existuje nespočetné množství turistických a cykloturistických tras, které jsou spravovány Klubem českých turistů a některými neziskovými organizacemi. Region disponuje dostatečným množstvím prostorů pro stany a karavany. Pro zimní turistiku a sporty je vhodná většina území Českomoravské vrchoviny, zejména pro běžecké lyžařské sporty. Jsou zde vhodné podmínky předpoklady pro rozvoj CR týkajících se ekologicky šetrných pobytů ve venkovském prostředí (agro a ekoturistika). Výhodou je také poloha blízko dvou největších velkých aglomerací ČR, které jsou zdrojem návštěvníků na krátké i středně dlouhé pobyty, a také poloha na dopravních trasách evropského významu.

Kulturně-historický potencionál

Území má příznivé předpoklady pro rozvoj městské turistiky, jelikož disponuje rozmanitým počtem kulturních památek, zábavnými a společenskými akcemi. Ve městě existuje alespoň jedno zařízení, kde mohou občané obcí a turisté trávit volný čas. Z kulturních zařízení se nejčastěji jedná o divadlo, knihovnu a kulturní dům. Vzniká tak

potenciální možnost vytvoření veřejně přístupných internetových stání. Množství hřišť je dobrým předpokladem aktivního trávení volného času. Život ve městě doprovází řada každoročně konaných akcí, které pomáhají tmelit lidi, posilují pocit sounáležitosti, a zároveň rozvíjí občanskou společnost s pevným vztahem lidí s místem, kde žijí.

V Třebíči se nachází mnoho památek a významných bodů. Nachází se zde starobylé židovské město a bazilika svatého Prokopa, obě památky byly v roce 2003 zapsány do seznamu světového dědictví UNESCO. Centrum města tvoří Karlovo náměstí, zvané také rynek vytčený při založení města jako tržiště s plochou 22000 m². Těmito rozměry je jen o pár metrů menší než Václavské náměstí v Praze, tímto se město v minulosti mohlo rovnat městům královským. Na začátku 19. století mělo ještě renesanční a barokní podobu, kterou bohužel zničil požár v roce 1822. Ve vnitřním městě se nachází ještě 75 metrů vysoká městská věž, která patří ke kostelu sv. Martina. Dále zde leží kapucínský klášter a pravoslavný a evangelický kostel. Na Karlově náměstí se nachází i Malovaný dům, Černý dům a sousoší Cyrila a Metoděje.

Na levém břehu řeky Jihlavy, na místě zvaném Židy či Zámostí se rozkládá jedna z největších židovských čtvrtí v Evropě. Třebíčská židovská čtvrť je jedinou židovskou památkou mimo území Izraele, samostatně zapsanou v seznamu UNESCO. Nejceněnějšími prvky tohoto území jsou křivolaké uličky, původní domy, klenuté průchody a mnoho dalších prvků. V současné době se většina památek nepoužívá k původním účelům. Radnice, rabinát i nemocnice tak neslouží svému původnímu účelu. V Podklášteří se nachází Bazilika svatého Prokopa, která je společně s židovskou čtvrtí zapsána na seznamu UNESCO. Kdysi se zde nacházelo benediktinské opatství, které bylo založeno v roce 1101. Klášter se postupem času stal náboženským centrem i vojenskou pevností, tuto pozici si udržel až do husitských válek. V roce 1468 byl dobyt uherskými vojáky a klášter přestaven do podoby zámku. Dnes zde sídlí Muzeum Vysočiny.

Na Stařečce se říká východní oblasti města, směrem do čtvrti Borovina. Nachází se zde kaple Povýšení sv. Kříže, na místě zvaném Kostelíček. Tato kaple má půdorys kříže a jejím stavitelem byl Jan Fulík. Bylo tomu v roce 1644. U řeky Jihlavy leží říční lázně Polanka z roku 1933. Dřevěné šatny z téhož roku jsou stále v provozu a stále jsou předmětem obdivu. Autorem návrhu byl Bohuslav Fuchs. Na tzv. Kanciborku se nachází Větrný mlýn který sloužil na úpravu třísla pro koželuhy.

3.4 Analýza infrastruktury oblasti

Ubytování

Údaje z ČSÚ vykazují počet hromadných ubytovacích zařízení v celém okrese číslem 61 s kapacitou 1 043 pokojů disponujících 3 063 lůžky. Počet míst a karavanů dosahuje čísla 619. Průměrná cena za ubytování se v kraji pohybuje okolo částky 236 Kč. V zařízeních s nižšími cenovými relacemi je vyšší podíl domácích turistů než zahraničních a zvýšení podílu turistických pobytů.

Přímo v Třebíči se nachází 6 hotelů, z toho jeden se řadí do kategorie čtyřhvězdičkových hotelů, 3 do kategorie tříhvězdičkových a 2 nevyužívají kategorizaci hotelů. Penziony jsou zastoupeny počtem 12 a 2 z nich patří do kategorie tříhvězdičkových penzionů. Dalším hromadným ubytovacím zařízením jsou ubytovny a kempy. Ve městě je 12 ubytoven a 1 kemp (Příloha č. 8).

Stravování

Stravovací zařízení je ve městě zastoupeno ve velkém počtu. V centru Třebíče na Karlově náměstí se nachází 7 restaurací, 1 hostinec, 1 pizzerii a 1 snack bar. V židovské čtvrti nalezneme 1 hostinec a 4 restaurace. V ostatních částech města je dalších 15 restaurací, 1 restaurace spojená s kavárnou, 1 restaurace spojená s pizzerií, 1 restaurace s hernou, 2 restaurace s vinárnou, 2 bary, 3 pizzerie, 2 kavárny, 1 palačinkárna a 1 hudební klub (Příloha č. 9).

Cykloservis

V Třebíči zajišťuje cykloservis 4 specializované firmy (Příloha č. 10).

Kultura a volný čas

Relaxace a zábava u hudby a tance je v Třebíči možná v 10 objektech. Volný čas mohou v kulturních zařízeních, galeriích, muzeích nebo hvězdárny (Příloha č. 11, 12, 13).

Sport

Pro využití volného času je možnost navštívit sportovní areály, tenisové kurty či objekty poskytující prostory pro hraní kuželek, bowlingu, squashe nebo petanque. Láková může být i návštěva střelnice. V létě je velmi využíváno otevřené koupaliště s beach volleybalovým a golfovým hřištěm a středním tobogánem. Turisté mohou využít

půjčovnu kol a půjčovnu lodí k projížďce po řece. K zimním radovánkám je vhodný zimní station nebo dětské lyžování, v případě nepřízně počasí i umělé zasněžení (Příloha č. 14).

Doprava

Třebíč je dopravním uzlem místního významu, kterému se v minulosti hlavní tahy vyhýbaly. Proto je mnoho plánů na zlepšení stávající situace a jejich realizace. Její dopravní infrastruktura se dopracovává pro lepší využití MHD a individuální automobilové dopravy a v poslední době hlavně turistika. Regionem prochází řada významných komunikací ať již republikového či regionálního významu, přesto velkým handicapem oblasti je absence dálnice, respektive kvalitního dálničního připojení. Poloha regionu je tranzitně velmi dobrá s významným postavením silniční dopravy. Zásadní roli z hlediska regionálního rozvoje hraje pro kraj dálnice D1 z Prahy do Brna, která jej protíná od severovýchodu k jihozápadu. Třebíčský region se vyznačuje nejhorším stavem silničních komunikací, kde je asi kolem 43 % silnic II. a III. třídy v havarijním stavu.

Silniční doprava - jednoznačně nejvýznamnější silniční komunikací procházející regionem je silnice I. třídy. Poměrně významná jsou i silnice II. třídy, která umožňuje napojení regionu na dálnici D1.

Železniční doprava - regionem prochází trať nadregionálního významu, která má spíše regionální význam. Městem tedy prochází trať č. 240 Havlíčkův Brod – Jihlava – Brno. Železniční stanice Třebíč leží na 50 km v úseku Střelice – Okříšky. Dva kilometry západně se nachází zastávka Třebíč – Borovina. Situování je poněkud nešťastné, protože v okolí jsou dvě přípojné stanice a to Okříšky a Studenec. V nejbližších letech je naplánována elektrifikace trati č.240 Brno - Třebíč - Jihlava. Tím by byla dokončena elektrifikace celé jižní větve, přes kterou vedou rychlíky z Bohumína do Plzně a Brna do Českých Budějovic bez výměny lokomotiv. Společně by měly být upraveny i nádraží a okolí.

Veřejná doprava - jsou jí propojeny všechny obce a městské části Třebíčska, avšak situace v oblasti veřejné dopravy je v prostoru na různém stupni. Vzhledem k finanční ztrátovosti většiny spojů veřejné dopravy je rozsah zajišťované dopravní obslužnosti závislý na dotacích poskytnutých státem a obcemi. Městská hromadná doprava slouží hlavně obyvatelům vlastního města Třebíče. Propojeny MHD jsou pouze nejbliže

vzdálené části od vlastního města (jsou to Ptáčov a Řípov), zbylé městské části jsou odkázány na veřejnou autobusovou dopravu.

Městská hromadná doprava - je zajišťována třebíčskou společností TRADO MAD. Celkem je v provozu 9 linek, které rovnoměrně zajišťují dopravu po celém městě. Všechny linky staví na centrálním Karlově náměstí. V návrhu je linka č. 10 okružní. MHD je hojně využívána, protože historické centrum je v údolí a novější paneláková a činžovní zástavba až o 70 metrů výše(Příloha č. 15).

Letecká doprava - pro tento způsob dopravy se musí využít lokalizovaná letiště mimo kraj.

Lodní doprava - je možná pouze na Dalešické přehradě.

Cyklistická doprava - v poslední době se začaly hojně rozšiřovat cyklostezky neboli cyklistické trasy a to i přes kopcovitý terén.

Účastníci CR využívají nejčastěji silniční dopravy. Podle výkazů Českého statistického úřadu bylo v rámci regionu přepraveno 19 975 cestujících s využitím silniční nákladní a veřejné autobusové dopravy.

3.5 Úroveň návštěvnosti regionu Třebíč

Počet hostů v hromadných ubytovacích zařízeních na Vysočině za 3. čtvrtletí 2006 činí 389 135 z toho bylo 59 282 cizinců a s počtem přenocování 1 160 101 z toho 193 722 cizinců. Průměrná doba přenocování jsou 3 dny a průměrná doba pobytu je 4 dny. V letních měsících se tradičně zdržuje na Vysočině více hostů než v měsících zimních. V období od července do září je i nejdelší průměrná doba pobytu návštěvníků, která činí více než 5 dnů. Průměrná doba pobytu za celý rok činí zhruba 4 dny. Na Vysočinu jezdí spíše méně nároční klienti, téměř polovina z nich vyhledává ubytování v chatových osadách, kempech a penzionech. Ze zahraničí jezdí nejvíce návštěvníků z Německa, Slovenska a Nizozemska. Meziročně se zvýšil počet hostů např. i z Belgie, Francie, Itálie, Velké Británie nebo Japonska (Český statistický úřad).

Stávající počet návštěvníků města Třebíč za rok 2006 dosáhl cca 50 tisíc (kvalifikovaný odhad). Podle TIC byla hlavním důvodem návštěva památek spadajících do Světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO. A zájem o historické památky stále stoupá. Zvýšil se i počet zahraničních turistů. Zájem turistů v letní sezóně se projevil i ve využití trebičských turistických víkendových procházek do přírody. Hojně využívané byly i autokarové zájezdy organizované Klubem českých turistů v Třebíči.

3.6 SWOT analýza prostorové charakteristiky turistického regionu Třebíč

Silné stránky

- Výhodná geografická poloha turistické oblasti
- Třebíč jako jedno z nejvýznamnějších sídel Vysočiny
- Třebíč jako oblast poptávky po rekreaci a zvýšený zájem v posledních letech o domácí CR
- Výskyt významných přírodních atraktivit a kulturních památek
- Relativně vysoká kvalita životního prostředí
- Množství dobře značených turistických cest
- Snadná dopravní dostupnost nejen z velkých aglomerací
- Dostatečně zachovalé životní prostředí, především krajinné hodnoty
- Významná akce zaměřená na tradice

Slabé stránky

- V demografickém vývoji velké rozdíly
- Výrazná sezónnost CR, především na letní turistiku
- Finanční náročnost zajištění dopravní obslužnosti
- Nízký podíl subjektů v působících v odvětvích CR
- Nedostatečná kvalita služeb CR
- Nedostatek turistických programů
- Narušení vodní sítě

Příležitosti

- Využití geografické polohy regionu pro rozvoj CR
- Zlepšení rekreačního využití vodních toků a ploch
- Využití neobydlených objektů pro rekreaci
- Spolupráce s mnohými sousedními oblastmi při rozvoji UNESCO turistiky

- Prodloužení převažující turistické sezóny
- Využití velkých návštěv mezinárodně známých akcí (např. Veletrh CR v Brně)
k propagaci a nabídce atraktivit regionu
- Zvýšení počtu zahraničních turistů
- Podpora vzniku doprovodných služeb CR

Ohrožení

- Zvyšující se vliv ostatních konkurenčních destinací v okolí a zahraničí
- Snižování počtu turistů
- Zhoršení dopravní dostupnosti
- Nedostatečná prezentace regionu
- Nedostatek finančních prostředků pro provoz muzeí a galerií
- Pomalý rozvoj služeb v oblasti CR
- Ohrožení na základě nových výstav
- Zvýšené uvolňování radonu

4. Turistická informační centra

4.1 Turistické informační centrum (TIC)

TIC je účelové zařízení, které poskytuje v oblasti svého působení (město, oblast, region) komplexní informace o všech službách souvisejících s cestovním ruchem.

Symbol oficiálního TIC je udělován na smluvním základě na dobu určitou a je ochráněn proti zneužití registrací ochranné známky u Úřadu průmyslového vlastnictví. Jednotné značení má podobu bílého „i“ na zeleném podkladu, v základní velikosti 50 x 50 cm (na označení vlastní provozovny, tj. místa, kde jsou podávány informace), ve zmenšené velikosti pak jako doplněk ke směrovkám, které vyznačují směr k TIC (např. na parkovištích).

TIC shromažďuje informace na základě svých stanovených zásad dokumentační činnosti a vytváří komplexní databanku cestovního ruchu dané oblasti. Databanka obsahuje turistické, kulturní a všeobecné informace, tyto informace se týkají oblasti jejího působení, jejích atraktivitách, ubytovacích a stravovacích možnostech, dopravě, obchodní síti, kulturních, sportovních programech. Při tvorbě databanky je základní podmínkou soustavnost a její úplnost a aktuálnost.

Dále pak poskytuje veřejnosti informace uložené v databance. Může při výkonu své činnosti také nabízet další služby související s cestovním ruchem (např. působit jako cestovní agentura), jestliže nenaruší komplexnost, objektivitu a kvalitu poskytovaných informací.

Kategorizace TIC

Dnes neexistuje vyloženě právní úprava kategorizace TIC ani žádné požadavky, které jsou kladeny na jednotlivé kategorie center. Byla pouze vytvořena kategorizace asociací turistických a informačních center A.T.I.C. ČR. Tato asociace je profesním sdružením, které vzniklo roku 1984 a stanovilo určitá pravidla. Pravidla o kategorizaci byla mezi členy přijata roku 1985. Slouží metodická pomůcka k hodnocení informačních center členů A.T.I.C. ČR. Každý stupeň pak předpokládá splnění určitého schváleného minimálního standardu a podmínek činnosti TIC. Asociace si také vyžaduje právo kontroly těchto standardů.

Podle této kategorizace jsou TIC rozdělena do 4 kategorií :

Kategorie A – republikové informační centrum označené 4 hvězdičkami.

Centrum je otevřeno po celý rok a podává informace o celé ČR. Otevírací doba je zajištěna 7 dní v týdnu. Do centra je bezbariérový přístup. Poskytuje bezplatně verbální informace o celé ČR ve 3 světových jazycích a zajišťuje průvodcovskou činnost v místě působení. Dále pak zprostředkovává ubytovací činnost a průvodcovskou činnost v ČR.

Kategorie B – oblastní informační centrum označené 3 hvězdičkami.

Centrum je otevřeno po celý rok a podává informace o celé oblasti (regionu). Otevírací doba je 6 dní v týdnu. Poskytuje bezplatně verbální informace o oblasti (regionu) ve 2 světových jazycích. Je zprostředkovatelem ubytovací a průvodcovské činnosti. Je vybaveno výpočetní technikou, která je vhodná k napojení na informační síť A.T.I.C. ČR.

Kategorie C – místní celoroční centrum označené 2 hvězdičkami.

Centrum je otevřeno po celý rok a podává informace o místě svého působení. Otevírací doba činí 5 dní v týdnu a poskytuje bezplatně verbální informace o místě minimálně v 1 světovém jazyce.

Kategorie D – sezónní informační centrum označené 1 hvězdičkou.

Centrum není otevřené celý rok, slouží pouze k podávání informací v sezóně. Otevírací doba je minimálně 5 dní v týdnu. Poskytuje bezplatně verbální informace o místě minimálně v 1 světovém jazyce.

Členové A.T.I.C. ČR splňují tyto minimálními standardy služeb a podmínek činnosti :

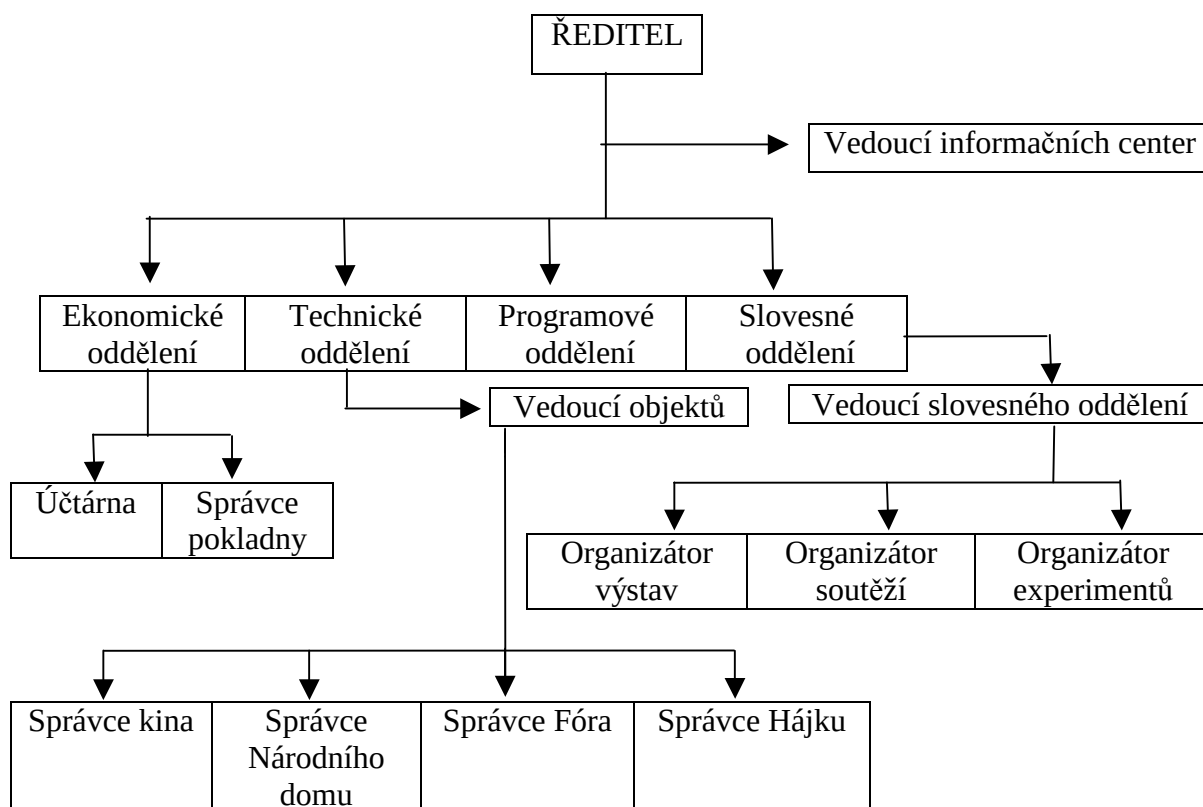
- informační centrum je umístěno na veřejně přístupném místě
- informační centrum je označeno logem A.T.I.C. ČR společně s piktogramem „i“, označení může být doplněno vlastním označením informační kanceláře vyjadřujícím činnost TIC
- vybavení centra musí sloužit k zajištění minimálního standardu poskytovaných informací, tj. telefonické spojení; poskytování plné informace sloužící k orientaci v místě působení TIC; pro návštěvníky musí být k dispozici mapa místa, oblasti a ČR; poskytování informací o dopravě a službách; ubytovacích a stravovacích možnostech; o kulturních, společenských a sportovních akcích v místě působení TIC.

4.2 Turistické informační centrum KVVZ Třebíč

Na základě požadavku Městského úřadu bylo zřízeno TIC KVVZ Třebíč. Řídící centrum se nachází v Národním domě na Karlově náměstí. Je rozčleněno do dalších třech dílčích informačních center : Informační a turistické centrum Malovaný dům – centrální infocentrum, Informační a turistické centrum Zadní Synagoga, Informační a turistické centrum Bazilika (Příloha č. 16). Je členem A.T.I.C. ČR, splňuje všechny podmínky asociace a řadí se do kategorie B. Základním účelem a posláním KVVZ je turistická informační činnost a regionální působnost.

Organizační struktura KVVZ Třebíč

KVVZ Třebíč zaměstnává okolo 55 pracovníků rozdělených pod vedoucí jednotlivých oddělení.



Finanční zabezpečení KVVZ Třebíč

Zřizovatelem KVVZ Třebíč je Městský úřad Třebíč, který poskytuje centru 2/3 jejich finančních zdrojů. Zbývající 1/3 tvoří vlastní zdroje centra. Pokud město získá určité granty, je část odváděna centru. Bohužel tato část pokrývá jen minimum nákladů, které KVVZ Třebíč musí vynaložit.

Centrum nemá s nikým žádné kapitálové propojení. Spolupracuje pouze s dodavateli a největší náklady jsou vynaloženy na elektřinu a na realizaci jím vytvořených akcí, do kterých se zahrnují převážně náklady spojené s objednáním a převozem herců, zpěváků apod. do města.

KVIZ Třebíč mělo donedávna i svoji kancelář Destinačního managementu. Bohužel vedoucím kanceláře, kterých se tu během roku vystřídalo pět, se nepodařilo vhodně zajistit fungování této kanceláře.

Předmět činnosti

KVIZ Třebíč poskytuje veškeré informace o městě občanům i institucím a pomáhá návštěvníkům Třebíče v orientaci a při zajišťování určitých služeb (ubytování, rezervace, prodej vstupenek, průvodcovské služby apod.). Snaží se o rozvoj turistického CR na základě rozšiřování tuzemských i zahraničních styků. Na svoji informační soustavu váže další informační střediska zaměřujících se samostatně na kulturu, vzdělání a podávání informací. Pro podporu CR se zapojují svými reklamy a upoutávkami jak v regionálních novinách, Horáckých novinách, rádiu, tak občas i v televizi v regionálních zprávách. Dále pak zajišťují propagační předměty.

Turistické produkty KVIZ Třebíč

Centrum nabízí tuzemským i zahraničním návštěvníkům bezplatné informace z oblasti turistiky, kultury, sportu, dopravy, podnikání a služeb.

Jedná se o poskytování :

- veškerých turistických informací
- zajištění prohlídek historických památek a objektů s průvodcem i bez něj
- zajištění průvodcovské činnosti na základě požadavků
- informací o autobusovém a vlakovém spojení
- pomoci při výběru ubytování a stravování
- předprodeje vstupenek na koncerty, do divadla a na veškeré akce KVIZ
- přehledu kulturních akcí na každý den
- informací o firmách a službách z databáze Evropské databanky.

- prodeje turistických publikací, průvodců, pohlednic, známek, videokazet, jízdních řádů MAD, cykloturistických map
- prodeje upomínkových předmětů – samolepek, Třebíčské medoviny, hrníčků, triček apod.
- informačního materiálu „Kam na Třebíčsku“ – měsíčníku s kompletním přehledem akcí a nabídek cestovního ruchu
- možnosti bezplatného využití bezdrátového internetu pro majitele notebooků a zařízení s podporou WIFI
- příjemné posezení v atriu renesančního Malovaného domu
- vzdělávacích kurzů
- zapůjčení kol v půjčovně

Zároveň si KVVZ samo spravuje Penzion u synagogy s kapacitou 12 pokojů a ubytovnu Fórum rovněž s kapacitou 12 pokojů. Provozní doba jednotlivých TIC je různá (Příloha č. 17).

Přehled návštěvnosti KVVZ Třebíč za rok 2006

Následující informace byly získány na základě spolupráce s vedením KVVZ Třebíč.

Měsíc	Turista ČR	Turista ze zahraničí	Telefonní dotazy	Ostatní informace	Předprodej vstupenek	Průvodcovská služba	CELKEM
Leden	172	33	951	1 141	1 224	14	3 535
Únor	123	23	737	530	1 090	0	2 503
Březen	302	48	1 353	737	2 556	150	5 146
Duben	482	120	569	681	663	72	2 587
Květen	999	289	934	777	1 655	22	4 676
Červen	828	304	667	489	820	8	3 116
Červenec	2 269	555	605	815	548	0	4 792
Srpen	2 474	774	499	560	614	35	4 956
Září	1 254	246	374	488	951	262	3 575
Říjen	634	161	786	503	924	255	3 263
Listopad	463	78	795	528	1 103	27	2 994
Prosinec	287	43	544	515	575	53	2 017
CELKEM	10 287	2 674	8 814	7 764	12 723	898	43 160

Z přehledu návštěvnosti za rok 2006 je patrné, že největší nárůst turistů je v rozmezí květen – červen. V letních měsících je počet turistů největší, což nejvíce ovlivňuje příznivost počasí v destinaci. Z celkového počtu 12 961 návštěvníků byli 20, 63 % zastoupeni návštěvníci ze zahraničí. Ze strany turistů se stala nejvyužívanější službou předprodej vstupenek nejen na prohlídky památek, ale i na různé kulturní akce.

Přehled návštěvnosti vybraných objektů města Třebíč za rok 2006

Návštěvnost vybraných objektů za uplynulý rok byla zpracována ve spolupráci s TIC KVIZ Třebíč.

Název objektu	Počet návštěvníků
Přední synagoga	616
Zadní synagoga	409
Městská věž	9 011
Bazilika sv. Prokopa	17 924
Galerie Ladislava Nováka	912
CELKEM	28 872

Baziliku sv. Prokopa, památku UNESCO, navštěvuje každoročně nejvíce návštěvníků, proto ani rok 2006 není výjimkou. Vysoký počet návštěvníků vykazuje i návštěvnost Městské věže na Karlově náměstí.

4.3 Analýza portfolia služeb poskytovaných KVIZ Třebíč

Pro hodnocení poskytovaných služeb z pohledu objemu byla použita modifikovaná matice. Podklady pro hodnocení byly získány z informací TIC.

Tempo růstu produktů	vysoké	 • Vánoční náměstí • Mikulášská výstava • půjčovna kol	 • předprodej vstupenek • průvodcovské služby • památky UNESCO • galerie • Městská věž
	nízké	BÍDNÍ PSI • správa Penzionu u Zadní synagogy a Fora • bezplatné využívání bezdrátového připojení k internetu	DOJNÉ KRÁVY • kulturní a společenské akce • divadlo • kino • vzdělávací kurzy • prodej map a suvenýrů • jízdní řády • publikace
		nízký	vysoký
Relativní podíl produktů			

Analýza je vypracována s pomocí využití Bostonské matice vzhledem k vývoji poptávky po produktech turistického informačního centra KVIZ Třebíč.

V kvadrantu otazníků se nacházejí produkty, které byly teprve nově aplikovány. Vyznačují se nízkým relativním podílem poptávky a vysokým tempem růstu, jejichž aplikování vyjadřuje zajímavou příležitost. Zatím však nepřinášejí velký efekt, protože KVIZ Třebíč na jejich udržení a stávající kvalitu musí vynakládat značné úsilí a prostředky. Z tohoto důvodu je vhodné začleňovat otazníky postupně, protože jejich vývoj do budoucna lze jen předpokládat. Úspěšné otazníky se mohou stát například hvězdami.

V kvadrantu hvězd jsou zachyceny produkty, které mají vedoucí postavení v rámci dynamicky se rozvíjející poptávky. Vyžadují velké úsilí, zejména na odrážení tradiční, zavedené propagace těchto produktů v porovnání s konkurencí. Hvězdy, jejichž relativní podíly zůstanou zachovány i při poklesu se stávají dojnými krávami. Čím více je hvězd, tím je to lepší, protože hvězdy se připravují na to, aby se staly dojnými krávami.

Dojné krávy přitahují pozornost, posilují postavení produktů mezi ostatními produkty na trhu a stávají se atraktivnějšími a přinášejí prostředky do dalších kvadrantů na jejich podporu. Je s nimi nejméně starostí. Vedoucí pozice na trhu je stabilní. Závisí na nich úspěšnost zavádění otazníků.

Bídící psi jsou v kvadrantu, který je charakterizován nízkým podílem na naplňování dlouhodobých cílů a nízkou pravděpodobností svého dalšího rozvoje. Produkty v tomto kvadrantu jsou především udržovány díky své osvědčené tradici, přestože přináší v určité míře problémy, které spíše poptávku demotivují. Vhodným způsobem je tyto produkty zcela přeměnit nebo se jich v co nejbližší době pokusit odstranit.

TIC by měli začít určovat perspektivní vize návštěvníků destinace a začít hledat strategie pro jejich realizaci. Pokračovat totiž ve stejných strategiích je dost neoptimální vzhledem k rychle se vyvíjejícím novým trendům v cestovním ruchu a narůstající konkurenci.

5. Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření bylo provedeno s cílem zjistit profil návštěvníků, místo jejich původu, důvod návštěvy a jaké produkty hodnotí v destinaci jako nejatraktivnější. Šetření se zaměřuje i na dobu pobytu a připomínky ke kvalitě služeb. Celkem bylo osloveno 100 respondentů. Bylo provedeno v jednotlivých dílčích turistických a informačních centrech KVIZ Třebíč, v ubytovacích a stravovacích zařízeních a ve sportovních areálech města v období červen – září 2006. Struktura dotazníku (Příloha č. 18) a rozpracované výsledky jsou uvedené i v jednotlivých grafech podle otázek z dotazníků (Příloha č.19).

Interpretace výsledků

- Z celkového počtu dotazovaných respondentů bylo 75 % návštěvníků z České Republiky, 20 % z Německa a 5 % ze Slovenska.
- Nejvíce domácích návštěvníků přijelo z Moravskoslezského kraje (18 %), Jihomoravského kraje (17 %), z Vysočina (15 %) a ze Středočeského kraje (14 %).
- Pohlaví respondentů bylo zastoupeno ženami 66 % a muži 34 %.
- Nejvíce byla oslovena věková kategorie návštěvníků 40 – 49 let (28 %), dále pak kategorie 18 – 29 let (27 %), kategorie 60 let a více (19 %) a nejméně návštěvníků bylo z věkové kategorie 50 – 59 let (9 %).
- Dosažené vzdělání byla zastoupena ZŠ 22 %, SŠ 49 % a VŠ 32 %.
- Návštěvníci do destinace cestovali především osobní automobilovou dopravou (60 %), následovalo využití autobusové dopravy (26 %) a vlakové dopravy (9 %) a nejméně přicházeli návštěvníci pěšky (5 %).
- Nejvíce návštěvníci cestovali s rodinou (46 %), potom s přáteli (32 %) a nejméně návštěvníků sami (22 %).
- Délka pobytu v destinaci byla převážně 3 dny (28 %), 1 den (25 %) a 2 dny (22 %).
- Z celkového počtu dotazovaných bylo 76 % v destinaci ubytovacího zařízení.
- Návštěvníci využívali nejvíce ubytování v hotelu (37 %), penzionu (35 %), dále pak u přátel či příbuzných (14 %).
- Návštěvníci dávali přednost stravování v restauračním zařízení (55 %), následovalo stravování v penzionu (22 %), dále se stravovali sami (19 %) a nejméně u přátel či příbuzných (4 %).

- Hlavním důvodem návštěvy destinace bylo cestování za kulturou (26 %), poznáním (23 %), potom za turistikou (21 %), odpočinkem (11 %), za sportem (6 %) a zábavou (6 %).
- Jako hlavní atraktivity destinace uváděli návštěvníci na 1. místě památky UNESCO (49 %), prohlídku města (13 %) a turistiku (7 %), na 2. místě se jevil zájem nejvíce o prohlídku města (26 %), přírodu (22 %) a památky UNESCO (20 %).
- 57 % návštěvníků bylo v destinaci zcela poprvé a 43 % již destinaci navštívili, z toho 58 % návštěvníků bylo v destinaci podruhé, 15 % potřetí a 27 % navštívilo destinaci vícekrát.
- Z celkového počtu dotazovaných uvažuje o opakované návštěvě 97 %.
- 55 % návštěvníků využívá při svých cestách TIC a 45 % si získává informace jiným způsobem.
- S provozní dobou turistického a informačního centra KVIZ Třebíč bylo spokojeno 89 %.
- Nejvyužívanější službou TIC ze strany turistů bylo poskytování informačních materiálů (30 %), následovaly informace o památkách (20 %) a informace o ubytování (11 %).
- Návštěvníci v centru postrádali nejvíce automat na nápoje (40 %), organizované výlety (27 %), zákusky (22 %) a 11 % nepostrádali žádné služby.

Bylo vytvořeno dotazníkové šetření i pro samotné turistické informační centrum KVIZ Třebíč (Kopie dotazníku - Příloha č. 20) s cílem zhodnotit nabídku turistických produktů. Proběhlo dne 11. září 2006 v prostorách kanceláře KVIZ Třebíč.

Interpretace výsledků

- Jako nejvíce perspektivní produkty shledává KVIZ Třebíč prohlídku Městské věže a památek UNESCO.
- Nejširší nabídka je v oblasti pořádaných kulturních a společenských akcí.
- Prodej map a suvenýrů se uskutečňuje v prostorách TIC v Malovaném domě a v TIC v Bazilice sv. Prokopa.
- Průvodcovské služby zajišťují pouze na vyžádání.

- Z poskytovaných služeb hodnotí jako velmi úspěšnou poskytování vzdělávacích kurzů a nabízení ubytování v prostorách Penzionu U Zadní synagogy a Fóra.
- Z akcí zaměřených na tradice zprostředkovávají Bramborobraní, Vánoční náměstí spojené s výstavou a Mikulášskou výstavu.
- Jako nejčastější požadované služby ze strany návštěvníků uvádí prodej vstupenek, informace o ubytování a jízdní řády.
- Jeho služeb využívají všechny segmenty turistů.
- Na turistickou sezónu v roce 2007 nemají připraven žádný nový produkt.
- Provozní doba je v každém dílčím TIC jiná.
- V KVIZ Třebíč je stálých 55 pracovníků.
- Provozovatelem centra je město.
- Řídící centrum je umístěno v Národním domě na Karlově náměstí.

Výsledky šetření jsou vcelku pozitivní. I přes uvedené menší nedostatky je zájem o návštěvu destinace uspokojující. Vyplývá to především ze skutečnosti, že poměrně velká část respondentů destinaci navštívila již po několikáté a z celkového počtu dotazovaných jich 97% uvažuje o opakované návštěvě. Na základě toho by se mělo vše odrážet v motivaci turistického informačního centra KVIZ Třebíč neustále zlepšovat kvalitu svých produktů a služeb k udržení zájmu o návštěvu této destinace ze strany různých segmentů návštěvníků. Produkty vždy mají ve svých začátcích velký úspěch na straně poptávky, ale později je nutné, je určitým způsobem inovovat, aby si udrželi stálý zájem návštěvníků. Kulturní akce (Příloha č. 20) jsou časově omezené události, je vhodné je tedy přiřazovat k jiným produktům a vytvářet tak kombinace neboli balíčky.

Většina respondentů navštívila destinaci za účelem poznání, kultury a odpočinkem. Důležitá je segmentace návštěvníků. Z výsledku lze vyčíst, že jejich přání a potřeby jsou vesměs podobné nebo stejné. Avšak pro jednotlivé segmenty návštěvníků je třeba neustále vytvářet novou nabídku. Čím větší hodnotu a uspokojení poskytuje produkt návštěvníkovi, tím je pak nabídka úspěšnější.

Výsledek využívání TIC při cestách je zkreslený, jelikož zahraniční turisté přijíždějí většinou do destinace s nějakou cestovní kanceláří. Všechny služby mají tudíž naplánované předem a nepotřebují už využívat služeb TIC, i zajištění průvodce mají zahrnuto v zájezdu.

6. Návrhy nových typů produktů cestovního ruchu

Na základě provedených analýz a dotazníkového šetření vyplynuly možnosti pro návrhy různých typů produktů cestovního ruchu turistického informačního centra KVIZ Třebíč. Produkt destinace je buď jeden nebo se sestává z více produktů. Strategie návrhu nových produktů je složitá záležitost. Každý produkt je ojedinělý a jeho realizace vyžaduje participaci podle jednotlivých segmentů turistů. Často totiž ne všechny segmenty mají stejné zájmy. Pokud TIC nebude nabízet žádoucí produkty přijde o spotřebitele a zprostředkovatele v CR. Je v zájmu TIC vytvářet žádoucí produkty, které vyvolávají opětovné návštěvy destinace. A proto je při přípravě nových produktů nutné dbát zvláště na segmentaci návštěvníků a u nabídky produktů využívat metodu přímého marketingu k jednotlivým segmentům.

Z dosud provedených závěrů je patrné, že KVIZ Třebíč by mělo především obnovit kancelář destinačního managementu. Z hlediska zájmu o organizované výlety se stává kancelář chybějícím článkem centra. Kancelář by se měla specializovat na zprostředkování různých programů a výletů spojených s ubytováním, stravováním a dalšími atraktivitami CR a vytvářet je na základě poptávky různých segmentů turistů.

Organizované výlety by měly zahrnovat poznávací cestovní ruch například pro žáky škol na vyšším stupni z důvodu různé úrovně znalostí žáků. Jednalo by se o poznání kulturního a přírodního dědictví UNESCO. Produkt by mohl být nabízen samostatně nebo jako doplněk ke školám v přírodě.

Malebnost krajiny by mohla také být více využívána formou jednodenních výletů spojených s doprovodnými aktivitami. Potencionálními návštěvníky by byli senioři, jejich zájem o přírodní aktivity stále vzrůstá.

Destinace má i vhodný terén pro vytvoření nových turistických stezek. K dosažení většího zájmu je vhodné vytvořit stezky s určitým tématickým zaměřením. Nabízeny by byly jak pro pěší turistiku, tak i pro cykloturistiku, jízdní kolo totiž jako dopravní prostředek umožňuje dokonalejší kontakt s přírodou a stává se součástí moderního životního stylu. Potencionální návštěvníky zahrnuje kategorie rodiny s dětmi, mladší

a střední věkovou kategorii. Pro cykloturistiku KVIZ Třebíč nabízí půjčovnu kol. Zařídit by se však mohla i úschovna kol pro návštěvníky s vlastními jízdními koly.

TIC by nemělo opomíjet používat event marketing, který by se měl zaměřovat na pořádání a organizování kulturních a společenských akcí, ale i na návrhy a realizaci veletržních expozic. Jedná se o zajišťování vhodné lokace ve městě, přes doprovodný program, technické vybavení až po samotný klidný průběh akce.

Jako jedna z dalších akcí zaměřených na tradice by mohly být Velikonoční svátky. V kraji se tato tradice neustále udržuje. Zejména potencionálními účastníky akce by byli rodiče s dětmi. Jednalo by se o různé výstavy a zábavný program se soutěžemi spojené s touto tematikou.

Stále stoupajícím a žádoucím trendem v ČR jsou wellnes pobyty. Centrum by se mělo zacílit na produkty, které by udělaly něco dobrého pro „tělo i ducha“ návštěvníka. Tyto produkty je možno překrývat i jinými trendy jako dovolená v přírodě nebo požitků a zážitek z dovolené. Potřeba udržovat a upevňovat své zdraví a pohodu trvá nejen v letní sezóně, ale i během zimy, proto je možné tyto produkty nabízet celoročně.

7. Velikonoční Třebíč

Tato kapitola obsahuje vlastní návrh produktu vhodného pro rozšíření stávajících produktů portfolia KVIZ Třebíč.

Čtyřdenní pobyt plný zábavy, poznání, pohody a odpočinku pro rodiny s dětmi je určen pro ty, co si chtějí vychutnat příjemnou atmosféru vítání jara Na Karlově náměstí před radnicí města. Na programu bude tržič s výstavou ručních výšivek krajek, šperků, keramiky a dřevěných hraček. K možnosti zakoupení budou tradiční velikonoční dekorace, kraslice, proutěné koše, perníčky a pomlázky. Vystavovány budou i velikonoční beránci.

Během čtyř dnů se na náměstí vystřídají různí řemeslníci, takže návštěvníci budou moci shlédnout ukázky technik některých staročeských řemesel jako je zdobení kraslic a předení ovčí vlny a lnu.

Zajímavostí bude možnost prohlédnout si živá velikonoční zvířátka. Zábavou pro všechny jistě bude pletení a zdobení pomlázky. To vše si také budou moci vyzkoušet. Nebudou chybět ani soutěže nejen pro děti, ale i pro rodiče ve zdobení kraslic a pletení pomlázek. Vyhodnocení soutěží proběhne v pozdějších odpoledních hodinách.

Dospělí jistě ocení velikonoční gastronomii a ozdoby z lineckého těsta. Nebudou chybět ani ochutnávky domácí pálené slivovice. Celková atmosféra bude doplněna hudbou.

K pobytu bude patřit prohlídka lidového výtvarného projevu - stálé výstavy třebíčských betlémů na zámku v Západoslováckém muzeu. Nejstarší tvorba na Třebíčsku sahá až do poslední čtvrtiny 18. století a počátku 19. století. K vidění budou původní ručně malované vystřižované betlémy, figurky jsou výhradně lepenkové.

Návštěvníci se mohou zúčastnit i velikonočních bohoslužeb v kostele sv. Martina.

Pobyt křesťanských svátků Velikonoc může být doplněn prohlídkou památek UNESCO, které vyjadřují celkové soužití a vzájemného ovlivňování křesťanské a židovské

kultury. Může se využít i projížďky kolem Židovské čtvrti na loďce. Zajímavý je dále i pohled z Městské věže.

Doba pobytu je určeno speciálně pro velikonoční svátky. Program pobytu je pouze orientační, lze jej upravit dle přání zákazníka.

Službami obsaženými v produktu jsou ubytování v Penzionu Karel Sobotka, Lípová 22. Ubytování v rodinném penzionu, který je situován v klidné části města, je možné nahradit ubytováním hotelového typu v centru města. A stravování je možné v restauraci U Černého orla, v restauraci hotelu Zlatý Kříž, v restauraci Černý dům přímo na Karlově náměstí, U Císaře Rudolfa, v hostinci Betlém a restauraci Neptun v Židovské čtvrti.

Doporučený program

1. den

- Příjezd do Třebíče
- Ubytování
- Oběd v restauraci U Černého orla
- Návštěva oslav Velikonoční Třebíč
- Večeře v penzionu.

2. den

- Snídaně v penzionu
- Ranní návštěva Velikonoční Třebíče
- Oběd v hostinci Betlém
- Návštěva Západo-moravského muzea
- Večeře v restauraci hotelu Zlatý Kříž
- Vyhlídka z Městské věže.

3. den

- Snídaně v penzionu
- Vyjížďka loďkou kolem Židovské čtvrti
- Oběd v restauraci Černý dům

- Návštěva Baziliky sv. Prokopa, Židovské čtvrti a Zadní synagogy
- Večeře v restauraci Neptun.

4. den

- Snídaně v penzionu
- Návštěva velikonoční bohoslužby
- Oběd v penzionu
- Odjezd z Třebíče.

Závěr

Hlavním cílem této bakalářské práce bylo analyzovat a zhodnotit produkty cestovního ruchu turistického informačního centra KVIZ Třebíč. Na základě poptávky ze strany návštěvníků této destinace pak navrhnout nový produkt cestovního ruchu vhodného pro KVIZ Třebíč.

Lze konstatovat, že v marketingu cestovního ruchu pro KVIZ Třebíč dosud není rozpoznatelná žádná jednoznačná regionální zodpovědnost a nízká angažovanost v koordinování prezentace produktů TIC navenek. Centrum zaostává v nízké úrovni profesního managementu především díky neexistující kanceláři destinačního managementu. A z toho důvodu nedochází k vytváření kvalitních a tématicky zaměřených komplexních produktů. Stávající produkty centra nejsou příliš rozlišovány na jednotlivé segmenty turistů.

Na základě odhadování poptávky by mělo efektivněji využívat možností destinace pro realizaci produktů cestovního ruchu, jelikož konkurenceschopnost produktů vykazuje slabá místa.

Analýza současného stavu cestovního ruchu v destinaci vyzdvihuje jen několik silných stránek, které jsou schopny vytvářet kvalitní nabídku turistických produktů. Nejenom KVIZ Třebíč, ale i celá destinace těží především z památek světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO. Proto by centrum mělo tyto památky stále přidávat do svých produktů, ať už třeba jako doplněk k jinému produktu či kulturní akci.

Budoucnost KVIZ Třebíč by se měla odvíjet od inovace stávajících produktů a struktury nových nabízených produktů. Proto se musí specifikovat na propagaci a individuální informovanost nabízeného produktu. Značnou pozornost by tedy mělo centrum věnovat právě aktuální poptávce po produktech cestovního ruchu. Spokojenost návštěvníka závisí totiž na pocitech, které si z návštěvy odvázejí.

Z řešených hypotéz bylo na základě vlastního marketingového výzkumu formou dotazníkového šetření potvrzeno využívání KVIZ Třebíč k získávání informací o destinaci. Z toho vyplývá, že KVIZ Třebíč používá vhodné informační nástroje. Potvrzeno bylo z části, že KVIZ Třebíč a celé město Třebíč těží především z existence památek UNESCO. Jsou využívány atraktivitou KVIZ Třebíč. Centrum je však méně zařazuje do svých produktů cestovního ruchu a to vyvrací hypotézu, že je KVIZ Třebíč schopno vyvíjet regionálně pestrou turistickou nabídku. Aby bylo dosaženo dostatečného rozvíjení potenciálu pro cestovní ruch byl ve spojitosti s akcemi zaměřenými na tradice navrhnout produkt „Velikonoční Třebíč“ zahrnující památky UNESCO do svého doporučeného programu.

Summary

The main goal of this dissertation was to analyze and evaluate the tourist trade products of the tourist information centre KVIZ Třebíč and pursuant to this destination's visitors' demand to propose a new tourist trade product apt for KVIZ Třebíč.

It may be stated that there is not recognized any explicit regional responsibility and a low involvement in co-ordinating of the TIC's products outwardly in the tourist trade marketing for KVIZ Třebíč. The centre is on a low grade in the professional management, because of no destination management office, above all. And by this reason, no quality and thematically specialized complex products are created. The current products of the centre are not differentiated to particular tourist segments.

Pursuant to the demand estimation, the destination's possibilities of the realization of new products should be utilized more effectively because competitiveness of the products embodies some weak points.

The analysis of the current situation of the tourist trade in this destination highlights only few strong points that are able to create a good-class offer of tourist products. Not only KVIZ Třebíč, but even all the destination derives benefit from the landmarks and monuments of the world cultural and natural heritage of UNESCO. Therefore the centre should keep adding these sights to its products constantly, even if only as an addition to an other product or a cultural event.

The future of KVIZ Třebíč should unwind the innovation of the current products and the structure of the newly offered products. That is why the centre must focus on the promotion and the individual informedness about the offered product. A considerable publicity should be applied to the actual demand for the tourist trade products. The visitors' satisfaction depends namely on the feelings they carry away from the visit.

From the solved hypotheses, pursuant to my own marketing research in the form of a questionnaire inquiry, the utilization of KVIZ Třebíč aimed at obtaining information about the destination was confirmed. Hence it follows that KVIZ Třebíč uses proper information instruments. Partially, it was confirmed that KVIZ Třebíč and the town itself profits from the existence of the UNESCO landmarks. They are the town's frequently sought-after attraction. Nevertheless, the centre places them to its tourist trade products less commonly, which argues against the hypothesis that KVIZ Třebíč is able to develop a regionally variegated tourist supply. To achieve a sufficient developing of the tourist trade potential, a new product that involves the UNESCO landmarks to its recommended programme – 'Easter Třebíč' – was proposed in connection with the on traditions centred events.

Použitá literatura

Foret, M., Foretová, V.: *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Profit Press, 2005

Hesková, M. a kol.: *Analýza destinačních managementů v cestovním ruchu na příkladech ČR a Rakousku*. Bratislava : Karprint, 2004

Hesková, M. a kol.: *Cestovní ruch*. Praha: Fortuna, 2005

International Konference on Travel and Tourism Statistic. Konference Resolution WTO, Madrid, July, 1991

Jakubíková, D: *Marketingový management turistické destinace*. In.: *Sborník přednášek – Region – Služby – CR. Mezinárodní konference*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2001

Kolektiv autorů: *Kapitoly ze základů marketingu*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 1997

Majoro, S.: *The essence of marketing (The essence of management)*. Prentice Hall PTR, 1993

Mariot, P.: *Geografia cestovného ruchu*. Bratislava: VEDA, 1983

Internetové zdroje : www.atic.cz
www.cs.wikipedia.org
www.cszo.cz
www.cyklostranky.cz
www.eczechy.pl
www.fotodatabaze.cz
www.humenne.cz
www.krby.vesas.cz

www.humenne.cz

www.eczechy.pl

www.trebic.cz

www.cyklostranky.cz

www.tradomaz.cz

www.cs.wikipedia.org

Seznam příloh

- Příloha č. 1: Mapa České Republiky
- Příloha č. 2: Mapa kraje Vysočina
- Příloha č. 3: Mapa okolí Třebíče
- Příloha č. 4: Znak města Třebíč
- Příloha č. 5: Bazilika sv. Prokopa
- Příloha č. 6: Židovský hřbitov
- Příloha č. 7: Přírodní park Třebíčsko
- Příloha č. 8: Přehled ubytovacích zařízení
- Příloha č. 9: Přehled vybraných stravovacích zařízení
- Příloha č. 10: Firmy zajišťující cykloservis
- Příloha č. 11: Hudba - tanec
- Příloha č. 12: Přehled kulturních zařízení
- Příloha č. 13: Seznam trebíčských památek
- Příloha č. 14: Přehled sportovních možností
- Příloha č. 15: Schéma MAD v Třebíči
- Příloha č. 16: Adresy TIC
- Příloha č. 17: Provozní doba dílčích TIC
- Příloha č. 18: Dotazník pro návštěvníka regionu Třebíč
- Příloha č. 19: Dotazníkové šetření
- Příloha č. 20: Dotazník pro turistické informační centrum KVIZ Třebíč
- Příloha č. 21: Stálé kulturní a společenské akce v Třebíči 2006 pořádané turistickým
Informačním centrem KVIZ Třebíč

Přílohy

Příloha č. 1: Mapa České Republiky



www.fotodatabáze.com

Příloha č. 2: Mapa kraje Vysočina



www.zs.stonarov.indos.cz

Příloha č. 3: Mapa okolí Třebíče



www.krby.vesas.cz

Příloha č. 4: Znak města Třebíč



www.humenne.sk

Příloha č. 5: Bazilika sv. Prokopa



www.eczechy.pl

Příloha č. 6: Židovský hřbitov



www.trebic.cz

Příloha č. 7: Přírodní park Třebíčsko



www.cyklostranky.cz

Příloha č. 8: Přehled ubytovacích zařízení

HOTEL ALFA

Znojemská 1235, Třebíč, tel: 568 842 559, 568 845 916

Kapacita: 40 lůžek cena: dvoulůžkový pokoj 540,- Kč, třílůžkové 600,- Kč, pětílůžkové 1000,- Kč, šestilůžkové 1200,- Kč. Možnost snídaní. TV, WC, sprcha na pokoji, parkoviště, úschova kol. Není bezbariérový přístup. Nepřijímají kreditní karty. Pes 70,- Kč/den.

HOTEL ATOM

Velkomeziříčská 45, tel: 568 820 791, 568 820 853, http://www.sweb.cz/Hotelatom_trebic.

Kapacita: 72 lůžek, 36 pokojů, cena: jednolůžkový se snídaní - 540 Kč, dvoulůžkový se snídaní - 860 Kč, apartmá - 1290 Kč včetně snídaně. TV, tel., lednička, soc. zař. na pokoji, úschovna kol, parkoviště. Možnost bezbariérového přístupu. Pes 50,- Kč/den, kreditní karty.

GRAND HOTEL

Karlovo nám. 5, Třebíč tel: 568 848 560, 568 848 540 <http://www.hotel-trebic.cz/>

Kapacita: 186 lůžek cena, 86 pokojů. Cena: jednolůžkový se snídaní - 1320 Kč, dvoulůžkový se snídaní - 1700 Kč, třílůžkový se snídaní - 1980 Kč, přistýlka - 440 Kč, přistýlka pro dítě - 330 Kč. Pes - 275 Kč. TV, tel, WC sprcha na pokoji, vlastní parkoviště, výtah. Možnost platby platební kartou. Při platbě v hotovosti 10% sleva. Úschova kol.

HOTEL WINKLER

V. Nezvala 8, Třebíč tel: 568 841 506 <http://www.hotel-winkler.cz/>

Kapacita: 33 lůžek, 14 pokojů. Cena: jednolůžkový pokoj se snídaní - 777 Kč, dvoulůžkový pokoj se snídaní - 1375Kč, apartmán 1650 se snídaní – Kč. Pes - 80 Kč. O víkendu ubytování za jednotnou cenu 800,- Kč (i apartmán). TV, tel., WC, sprcha na pokoji, vlastní parkoviště. Není bezbariérový přístup. Kreditní karty přijímají.

HOTEL ZLATÝ KŘÍŽ

Karlovo nám. 13/19, Třebíč, tel. 602 326 182, 568 821 157, 568 840 843 /8.00 – 18.00/,
602 326 182 , Fax. 568 821 469, <http://www.pumax.cz/>, e-mail: info@pumax.cz

Kapacita: 56 lůžek. Cena: jednolůžkový pokoj - 450 Kč, dvoulůžkový pokoj - 800 Kč, třílůžkový pokoj - 1050 Kč, apartmá - 1600 Kč. Pes: 50,- Kč/den. Bezbariérový pokoj – s přímým vstupem z ulice – rampa k výtahu, výhled na baziliku sv. Prokopa, židovskou čtvrť, bez příplatku. TV-SAT, lednička – na vyžádání, sprcha, WC na pokoji, apartmá – vana, manželské postele.

Parkoviště: vlastní za hotelem- zdarma, před hotelem – parkovací karty - zdarma, na vyžádání garáž – auto i moto, náměstí – parkovací karty zdarma. Úschova kol.

Další vybavení hotelu: Čajovna, kavárna, restaurace, zimní zahrada, fit-centrum, bazén s protiproudem, sauna, masážní vana, masážní sprcha, diagnostické masážní křeslo, whirlpool, holičství, internetové centrum, účetní poradenství.

PENZION U SYNAGOGY

Subakova 3, Třebíč tel: 568 610 023, 568 823 005, <http://www.kviztrebic.cz/>

Kapacita: 12 lůžek. Cena: jednolůžkový pokoj 490,- Kč/17 eur, dvoulůžkový pokoj 720 Kč/25 eur, přistýlka 170,- Kč/6 eur. Možnost přikoupení snídaně 60 - 80,- Kč/2 – 3 eur. TV, WC, sprcha na pokoji, parkování, úschova kol, lednička na pokoji.

TRAVELLERS´HOSTEL

Žerotínovo nám. 17, Penzion - tel. 568 422 594, otevřeno 8.00 - 20.00, Restaurace - tel. 568 422 541, otevřeno 11.00 - 22.00, e-mail: trebic@travellers.cz, <http://www.travellers.cz/>

Kapacita: 55 lůžek, 5 dvoulůžkových pokojů - cena 380,- Kč/os./noc - WC, sprcha na pokoji, 1 pokoj je bezbariérový, 3 čtyřlůžkové pokoje - 320,- Kč/os./noc - WC, sprcha společné, 3 pětilůžkové pokoje - 340,- Kč/os./noc - WC, sprcha na pokoji, 1 osmilůžkový pokoj - 250Kč/os./noc - WC, sprcha na pokoji.

PENZION LIMA

Karlovo nám. 33, Třebíč tel: 568 846 429, 737 285 001, www.lima.penzion.com

Kapacita: 10 lůžek. Cena: dvoulůžkový - 800 Kč, malý apartmán 1200,- Kč, velký apartmán 2000,- Kč. Možnost ubytování se psem. TV, telefon, lednička, WC, sprcha na pokoji, parkování zajištěno na Karlově náměstí.

PENZION POD KOSTELÍČKEM

Dobrovského 21, Třebíč, tel: 737 601 060, 604 531 339

Kapacita: 13 lůžek. Cena: 300 - 400 Kč/os./noc, apartmán: 800,- Kč pro 2 os. WC, TV, sprcha na pokoji, garáž. Úschova kol, pes zdarma.

PENZION BENZ

Znojemská 38, Třebíč, tel: 731 086 076, www.penzionbenz.cz, e-mail: info@penzionbenz.cz

Kapacita: 55 lůžek. Cena: 400 – 700 – 1000,- Kč/pokoj (při delším pobytu sleva). TV, WC, sprcha, lednice na pokoji, parkování, úschova kol, pes zdarma.

PENZION ELIŠKA

Eliščina 26, Třebíč, tel: 568 844 666, 724 022 483, <http://www.olymptrebic.cz/>

Kapacita: 20 lůžek. Cena: 450 – 720 Kč/pokoj. Snídaně dle výběru 55 - 85,- Kč. TV, lednička, WC, sprcha na pokoji, parkoviště, úschova kol, kreditní karty. Venkovní posezení u krbu.

PENZION VIS-A-VIS

Smila Osovského 13, Třebíč, tel: 568 840 056, www.hroch.at/trebic

Kapacita: 38 lůžek. Cena: od 440 – 560,- Kč/pokoj. Telefon, WC, sprcha na pokoji, vlastní parkoviště, úschova kol, pes 100,- Kč/den. Možnost snídaní, bezbariérové ubytování, nepřijímají kreditní karty.

PENZION KOPLOVÁ

Dr. Suzy 572, Třebíč, tel: 568 820 897

Kapacita: 8 lůžek. Cena: 400 – 600,- Kč. WC, sprcha na pokoji, parkování, úschova kol, pes zdarma.

PENZION SOBOTKA

Lipová 22, Třebíč, tel: 568 820 505, <http://www.penzionsobotka.cz/>

Kapacita: 16 lůžek. Cena: 400 – 800,- Kč. TV, WC, sprcha na pokoji, parkování, úschova kol, pes zdarma.

PENZION BAŽANTNICE

Bažantnice 674 01 Třebíč tel: 737 285 005

Kapacita: 11 lůžek. Cena: 300,- Kč/os./noc. WC, sprcha na pokoji, parkoviště, úschova kol, restaurace (i v so, ne).

PENZION PADRTŮV MLÝN

Sokolí 23, Třebíč, tel. 602 723 325, www.penzion-padrty-mlyn.cz e-mail: info@penzion-padrty-mlyn.cz

Penzion se nachází v překrásném údolí řeky Jihlavy za vesnicí Sokolí. Okolí je vhodné k turistice, cykloturistice, houbaření a výletům do okolí - Třebíč, Telč, Jaroměřice nad Rokytnou.

Kapacita: 16 lůžek. Cena: 200-450,- Kč/lůžko. TV, sociální zařízení na pokoji. Parkování možné před budovou nebo v uzavřeném objektu. Půjčovna i úschova kol a lyží. Možnost platby v eurech. Není bazbariérový přístup. Ubytování se psem jen po předchozí dohodě.

Ubytování poskytuje nadstandardní nové zařízení v druhém poschodí bývalého mlýna. Celoroční provoz. Vhodné pro ubytování rodin (s možností využití nové kuchyně). Dále možnost využití vinárny v místě.

Ubytovny a kempy

Krušovická pivnice a penzion (BABÁK)

Cyrilova ul., Třebíč, tel: 568 824 639, 723 759 694

Kapacita: 12 lůžek. Cena: 130 – 180 Kč/lůžko. WC, sprcha na pokoji, úschova kol, pes zdarma. Není možnost bezbariérového přístupu.

NOVÁ UBYTOVNA

Na Nivkách 301, 674 01 Třebíč, tel: 731 172 489, 603 510 576 <http://www.n-ubytovna.ic.cz/>

Kapacita: 33 lůžek. Jedno- až čtyřlůžkové pokoje. Cena: 170 Kč/os./den, při ubytování na 2 a více nocí 140 Kč. WC, sprcha, kuchyňka společné, TV na pokoji, parkoviště.

FÓRUM

Masarykovo nám. 12, Třebíč tel: 568 846 439

Kapacita: 12 lůžek. Cena: 300 Kč/os./noc, TV, WC, sprcha na pokoji, parkoviště.

KEMP POUŠOV

Poušov, Třebíč, tel: 607 557 181, 568 850 641

Kapacita: 20 chat, plocha pro stany, karavany, mikrobusy, květen - září, cena: 110 – 130 Kč/os./chata, 50 - 70 Kč/stan, 70 Kč/karavan, pes 20 Kč/den. WC, sprcha, kuchyňka společné, spol. místnost s TV. Parkoviště, úschova kol.

DOBŘÁ VODA (Junák Třebíč)

tel: 608 334 148, 777 027 373

Objekt 5 km východně od Třebíče – v údolí potoka Markovky. Kapacita: 40 lůžek. Cena: 90 Kč/os./den. WC, sprchy, společenská místnost s krbem, TV, kuchyně, terasa, hřiště.

SKAUTSKÁ UBYTOVNA

L. Pokorného 27/51, Třebíč, tel: 732 740 726, e-mail: zdvorak@sbd-tr.cz

Kapacita: 20 osob. Cena 100 Kč/noc/spacák, cena 120 Kč/noc/. Povlečení, sprcha, WC, úschova kol, společenská místnost.

UBYTOVNA SBD

Revoluční 959/60, tel: 568 850 223, 737 285 397, mail: info@sbd-tr.cz

Ubytovací jednotky 1+0 vč. sociálního zařízení, lednice, kuchyňka spol., parkoviště, úschova kol. Cena: od 120 Kč/os./noc.

SPŠ TECHNICKÁ

Manž. Curieových 734, tel: 568 832 234, <http://www.spst.cz/>

Kapacita: 200 lůžek. Cena: 200Kč/lůžko. Sprcha, WC na pokoji, parkoviště. Pouze v období prázdnin.

KEMP SOKOL TŘEBÍČ

Fügnerova, 674 01 Třebíč, tel: 777 010 228, 777 010 226, (volat předem)

Cena: stan 40 Kč/noc, osoba 20 Kč/noc, pes 10 Kč/noc. Společná sprcha, WC, ohniště, úschova kol, parkoviště, antukové kurty.

TJ SLAVIA

Fügnerova 1237/8, Třebíč, tel: 731 035 931

Kapacita: 42 lůžek. Cena: 130,- Kč/os./noc. WC, sprcha společné pro tři pokoje, parkování.

STŘEDNÍ ZEMĚDĚLSKÁ A EKONOM. ŠKOLA

Žižkova 505, Třebíč, tel: 568 822 212, 568 840 201

Kapacita: 100 lůžek pro předem domluvené větší skupiny. Červenec – srpen. Cena: 120 – 140 Kč/lůžko. WC, sprcha společné, parkoviště.

OA DR. ALBÍNA BRÁFA

Jungmannova 15, Třebíč, tel: 721 838100 <http://www.oatrebic.cz/> svoboda@oatrebic.cz

Kapacita: 60 lůžek, červenec – srpen. Cena: 120 Kč/lůžko. Kuchyňka, klubovna s TV, úschova kol, WC, sprcha společné.

UBYTOVNA - 3 provozy

Třebíč - Hrotovická 1336 (39 lůžek), Bráfova (26 lůžek), Kubišova 1214 (1 apartmán)

tel: 777 826 800, 568 883 261 – p. Čurda www.spsstavebni.trebic.net

Kapacita: celkem 67 lůžek. Cena: 150,- Kč/noc, 2500,- Kč/měs., na Kubišově ul. 800,- Kč za dvoulůžkový pokoj. Parkoviště, WC a sprcha společné pro dva pokoje, kuchyně společná, TV na pokoji.

www.trebic.cz

Příloha č. 9: Přehled vybraných stravovacích zařízení

PLZEŇSKÁ RESTAURACE

Masarykovo nám. 12, Třebíč

Tel.: +420 568 840 109

Kapacita restaurace - 55 míst k sezení, denní menu, jídla na objednávku,

Otevírací doba: po - pá 11.00 – 22.00, so 17.00 – 23.00, v neděli možnost pořádání rodinných a firemních akcí.

RESTAURACE KLEOPATRA

Karlovo nám. 19/13, 674 01 Třebíč

Tel.: +420 568 840 843, +420 568 821 157, mobil: +420 602 326 182

Fax: +420 568 840 843

E-mail: H.zlatykriz@seznam.cz

<http://www.pumax.cz/>

Kapacita restaurace 65 míst, salonek 32 míst. Parkování před hotelem.

RESTAURACE U ČERNÉHO ORLA

Karlovo nám. 17, 674 01 Třebíč

Tel.: +420 568 840 477, mobil: +420 602 560 335

<http://www.cerny-orel.com/>

Restaurace se nachází na nádvoří v průchodu z Karlova náměstí na lávku do židovské čtvrti.

Obědy - večere, polední menu, minutková kuchyně, možnost přípravy jídel zdravé výživy nebo pro vegetariány, soukromé akce. Posezení na zahrádce.

RESTAURACE SLUNEČNICE

Karlovo nám. 54, 674 01 Třebíč

Tel.: +420 724 029 117

www.agro2000.cz/slunecnice

Restaurace Slunečnice je situována ve středu města Třebíče. Kromě restaurace zde najdete část s velmi oblíbeným rychlým občerstvením a s tradičním mléčným barem.

RESTAURACE LUCULLUS

Okrajová 1350, 674 01 Třebíč

Tel.: +420 568 840 498, mobil: +420 737 508 454

<http://www.lucullus-tr.com/>

Kapacita restaurace 40 míst. Nadstandardní prostředí i pro náročné, speciality na grilu, něco pro gurmány, zdravá výživa. Salonek - 50 míst - svatby, rodinné oslavy, podnikové večírky. Vinárna 30 míst. Stylové prostředí, lidová architektura, sudová vína, značková vína našich i zahraničních vinařů a něco dobrého k tomu.

Restaurace RELAX

Riegrova 72, 674 01 Třebíč

Tel.: +420 568 845 005

E-mail: info@restauracerelax.cz

<http://www.restauracerelax.cz/>

Rodinná restaurace s dlouhou tradicí, příjemné prostředí, letní terasa. Naší specialitou jsou steaky z argentinského hovězího masa a čerstvé ryby. Dále nabízíme minutková jídla, vegetariánská jídla, dezerty, zmrzlinové poháry, kvalitní vína ze znojemské oblasti, Plzeňský Prazdroj. Kapacita 50 míst, bezbariérový přístup. Parkoviště přímo před restaurací (i pro autobus). Přijímáme platební karty.

VINÁRNA RACHEL

L. Pokorného 35, 674 01 Třebíč

Tel.: +420 568 821 043, mobil : +420 607 177 170

Posezení ve stylovém židovském prostředí. Obědy – večere. Možnost pořádání večírků a rodinných oslav. V létě předzahrádka.

HUDEBNÍ KLUB „B“

Vít. Nezvala 68, 674 01 Třebíč

Tel.: +420 731 070 939, mobil: +420 608 887 818, +420 608 887 818

<http://www.klub-b.com/>

Provozní doba: po - čt: 11.00 - 23.00, pá: 11.00 - 04.00, so: 18.00 - 04.00, ne: zavřeno.

Denní menu, minutky a speciality. Parkoviště i pro autobus.

NA BARBORCE

Zadní 9, 674 01 Třebíč (Podklášteří)

Mobil: +420 604 908 203, +420 608 887 818

Provozní doba: po - pá od 11.00, so - ne od 14.00. Pizza, lasagne, spaghetti. V peci zapékané brambory. Polévky. Rozvoz pizzy do domu zdarma. Venkovní zahrádka s výhledem na baziliku.

HOSTINEC BETLÉM

Hasskova 10, 674 01 Třebíč

Mobil : +420 724 991 186, +420 608 887 818

Provozní doba: po - pá od 10.00, so - ne od 11.00. Denní menu, zvěřinové speciality, tradiční česká kuchyně, minutky a speciality, teplá hotová jídla po celý den.

RESTAURACE ČERNÝ DŮM

Karlovo nám. 22/16, 674 01 Třebíč

Tel.: +420 568 844 455, mobil : +420 731 526 968

Kapacita 80 míst ve stylovém prostředí restaurace. Sezónní zahradní restaurace o kapacitě 70 míst. Klasická kuchyně, krajové speciality. Denní menu, jídla na objednávku, studené předkrmy, teplé předkrmy. Ryby, drůbež, hovězí maso, vepřové maso. Bezmasá jídla, moučníky, poháry. Zeleninové saláty. Pořádání svatebních hostin s možností tance při živé hudbě, rautů, různých oslav i posezení s přáteli.

RESTAURACE NEPTUN

Tiché náměstí 3, 674 01 Třebíč (židovské město - u Přední synagogy)

Mobil: +420 776 350 850

E-mail: info@restaurant-neptun.cz

<http://www.restaurant-neptun.cz/>

Kapacita restaurace celkem 27 míst. Polední menu, rybí speciality, Minutky, těstoviny, saláty. Míchané nápoje, plzeňské pivo. V létě předzahrádka s kapacitou 18 míst.

CAFE BAR HOLIDAY

RESTAURANT – PIZZERIE

Smila Osovského 14, 674 01 Třebíč

Tel.: +420 568 875 875

E-mail: cafebarholiday@tiscali.cz

<http://www.cafebarholiday.cz/> <http://www.turistcentrum.cz/>

Restaurant, pizzerie - 110 míst k sezení. Příjemné prostředí, gurmánský zážitek, možnost použití stravenek.

HOTEL ATOM

Velkomeziříčská 640/45, 674 01 Třebíč

Tel.: +420 568 820 791

Fax: +420 568 826 792

E-mail: HotelAtomTrebic@seznam.cz

www.sweb.cz/hotelatom_trebic

Celodenní stravování. Salonky pro společenské události, rauty, školení, párty, semináře apod.

ZÁBAVNÍ CENTRUM DON

Modřínova 599, 674 01 Třebíč

E-mail: dontrebic@dontrebic.cz

<http://www.dontrebic.cz/>

Restaurace Fantazie

Tel.: +420 568 827261

Steaky, pizza, menu, jídla české i mezinárodní kuchyně. Otevřeno: Ne - čt 11.30 - 23.00,
Pá - so 11.30 - 24.00.

VINAŘSKÉ A KULTURNÍ CENTRUM SÁDEK

Kojetice 169, 675 23 Kojetice na Moravě

Tel.: +420 568 882 883, +420 602 721 625

E-mail: info@vinohrady-sadek.cz

<http://www.vinohrady-sadek.cz/>

Teplá i studená kuchyně, venkovní terasa, udírna, rožnění selat, kuřat, krůt. Vinné sklepy, vinotéka, ochutnávky a prodej vín, pronájem boxů na uskladnění archivních vín. Rodinné i podnikové oslavy, svatby, školení, večírky, rauty, hudební produkce, ohňostroj, půjčovna kol, kuželky, parkoviště. V blízkosti tenisové kurty, koupaliště, volejbalové a basketbalové hřiště. Turistika, cyklistické trasy, projížďky na koních, rybolov, houbaření, prohlídka zámku Sádek.

RANČ VÁPENKA

Nová Ves 39, Okříšky

Tel.: +420 568 871 114, mobil: +420 606 797 060, +420 603 529 989, +420 731 172 461

E-mail: ranc.vapenka@seznam.cz

<http://www.rancvapenka.wz.cz/>

Koupání, sportovní vyžití v krásném prostředí zatopeného lomu. Občerstvení, pořádání oslav s opékáním masa, country bály, ubytování v chatkách.

www.kviztrebic.cz

Příloha č. 10: Firmy zajišťující cykloservis

SOLIDO TŘEBÍČ s.r.o.

Karlovo nám. 48 | TŘEBÍČ | 67401

E-Mail info@solidosport.cz

Telefon: 568842369

VELOSPORT – JOCH

Karlovo nám. 1, Třebíč 674 01

Telefon: 568 842 450

TOUR SPORT

Jejkovská brána 3, Třebíč 674 01

Telefon: 568 842 741

TWINSPOORT ŠTOLPA

Brněnská 49, Třebíč 674 01

Telefon: 568 822 192

www.trebic.cz

HUDEBNÍ KLUB „B“

Vítězslava Nezvala 68

Telefon: 731 070 939

www.klub-b.com

HOTEL ALFA

Znojemská 1235

Telefon: 568 842 559, 568 845 916

www.edb.cz/hotealfa

DANCE CLUB ARENA TŘEBÍČ

Kpt. Jaroše 736

Telefon: 605 808838

www.dancearena.cz

e-mail: club@dancearena.cz.

ZNOJEMKA KLUB 2000

Chlumeckého 6

Telefon: 568 846 297, 606 756 075

e-mail: info@znojemka.cz

www.znojemka.cz

FLORIDA – diskotéka, herna

Karlovo náměstí 13/19

Telefon: 777 670 419, 777 869 610

U CÍSAŘE RUDOLFA

Blahoslavova 19

Telefon: 731 576 144

DISCO DON

Modřínová 599

Telefon: 568 527 261

www.dontrebic

DISCO CARIBIC TŘEBÍČ

Riegrova 397

Telefon: 568 847 338

www.caribic-club.cz

MUSIC CLUB TITANIK

Karlovo nám. 5

Telefon: 568 848 560, 568 848 540

www.kviztrebic.cz

Příloha č. 12: Přehled kulturních zařízení

KINO PASÁŽ

Masarykovo náměstí

Telefon: 568 842 567

www.kviztrebic.cz

KAMENNÝ SÁL

Zámek 1

Telefon: 568 840 518

KINO MORAVIA

Smrtná 364

Telefon: 568 841 260

NÁRODNÍ DŮM

Karlovo náměstí 47

Telefon: 568 610 011

FÓRUM

Masarykovo náměstí 12

Telefon: 568 846 439, 568 610 039

DIVADLO PASÁŽ

Masarykovo náměstí

Telefon: 568 610 034

ZADNÍ SYNAGOGA

Subakova 1/44

Telefon: 568 823 005, 568 610 035

ART GALLERY

Hasskova 6

Telefon: 568 840 063

Otevřeno po-pá 10:00 – 16:00

MUZEUM ZEMĚDĚLSKÝCH STROJŮ

Žďárského 183

Telefon: 568 842 252

Otevírací doba září – červen po-pá 08:00 – 12:00

GALERIE V.E.G. – Jan Dočekal

Novodvorská 1042/18

Telefon: 568 829 895, 723 086 288

GALERIE ČAPEK

Karlovo náměstí 29

Telefon: 568 842 413

Otevírací doba po-pá 10:00 – 12:00, 13:00 – 17:00, so 09:30 – 11:00

GALERIE NA STAŘEČCE

Vítězslava Nezvala 9

Telefon: 737 310 431

Otevírací doba po-pá 10:00 – 17:00, so 09:00 – 11:00

KNÍŽECÍ GALERIE KRUH

Ladislava Pokorného 40

Otevírací doba po-pá 10:00 – 17:00, so
09:00 – 12:00

DMH – ateliér architektury

Bráfova třída 25

Telefon: 568 844 429

Otevírací doba po-pá 08:00 – 16:00

GALERIE ŠMÍDOVÁ MARIE

Blahoslavova 22

Telefon: 568 822 390

Otevírací doba po-pá 14:00 – 17:30

KVAK KERAMIKA

Leopolda Pokorného 40

Telefon: 601 520 052

**KERAMICKÁ DÍLNA – LYDIE
KHEKOVÁ**

Blahoslavova 28/78

Telefon: 732 246 305

Otevírací doba po-pá 12:00 – 18:00, so
14:00 – 18:00

GALERIE YAO – Pearl Passage

B. Václavka 212/12

Telefon: 603 994 503

Otevírací doba út-čt 10:00 – 17:00, pá 12:00
– 20:00, so 10:00 – 20:00

Příloha č. 13: Seznam třebíčských památek

Zámostí a Podklášteří:

- Bazilika sv. Prokopa
- Zadní synagoga na Subakově ulici
- Přední synagoga na Tichém náměstí
- Třebíčský židovský hřbitov na náhorní plošině Hrádek
- Masné krámy
- Dům na ulici Leopolda Pokorného č. 2
- Dům na ulici Leopolda Pokorného č. 5
- Radnice na ulici Leopolda Pokorného č. 8
- Rabinát na Tichém náměstí
- Židovská škola
- Dům na ulici Leopolda Pokorného č. 25
- Chudobinec
- Židovská nemocnice
- Subakova Koželužna
- Opevnění Hrádek

Vnitřní město:

- Karlovo náměstí
- Třebíčská radnice na Karlově náměstí
- Malovaný dům na Karlově náměstí
- Městská věž u kostela sv. Martina na Hasskově ulici
- Černý dům na dolní straně Karlova náměstí
- Fuchsova spořitelna na Karlově náměstí
- Kapucínský klášter Proměnění Páně na Otmarově ulici
- Třebíčský evangelický kostel na Bráfově ulici
- Pravoslavný kostel sv. Václava a sv. Ludmily pod městským hřbitovem na Gorazdově náměstí
- Kostel Nejsvětější Trojice na městském hřbitově
- Továrna Tuskulum na Sušinově ulici
- Sousoší sv. Cyrila a Metoděje na Karlově náměstí

- Sochy z kašen, nyní na Martinském náměstí, Masarykově náměstí a na Purkyňovo náměstí

Stařečka

- Kostelíček s kaplí povýšení Kříže na Strážné hoře
- Větrný mlýn na Stařečce
- Říční lázně – Polanka na Polance
- Továrna firmy ZON

Borovina

- Borovinské závody

Městské parky

- Liščí
- Libušino údolí
- Lorenzovy sady
- Krajíčková stráň
- Masarykovy sady
- Tyršovy sady
- Máchovy sady
- Zámecký park
- Park na Polance

Příloha č. 14: Přehled sportovních možností

SPORTOVNÍ AREÁL LAGUNA

Mládežnická ulice 2, Třebíč, tel:568 826250, 568 826093, <http://www.bazenlaguna.cz/>

Plavecký bazén 25m, 8 drah a malý výukový bazén.

Prázdninová otevírací doba: po - ne 10.00 - 21.00

Vstupné: Dospělí - 75 min. 40,- Kč / celodenní 70,- Kč, děti do šesti let – zdarma, děti 6 – 12 let, důchodci, invalidé - 75 min. 35,- Kč / celodenní 50,- Kč.

po: 6:00 - 8:00,13:00 - 20:00,

út-pá: 6:00 - 8:00,13:00 - 21:00

so: 12:00 - 21:00, ne: 12:00 - 20:00

Vstupné: dospělí 40,- Kč na 75 min plavání, děti, důchodci, invalidé 35,-Kč na 75 min plavání, děti do 6-ti let zdarma.

AEROBIC v areálu Laguna Po 18-19, St 19-20 hodin, 30,- Kč/hod.

AQUAFITNESS 70,- Kč/hod PO, NE 20.00-21.00

POWER YOGA - Každou středu 20:00 - 21:00hod. Cvičení je určeno nejen pro ženy a muže každého věku,ale také pro aktivní sportovce jako kompenzační doplněk.

PLAVECKÝ AREÁL POLANKA

Třebíč, tel. 568 843 106

Bazén 50m, dětský bazén, skokanská věž - 1, 3, 5m, tobogán, dětské hřiště s dřevěnými houpačkami a prolézačkami, brouzdaliště pro nejmenší, terasa na opalování, velká travnatá plocha, 2 hřiště na nohejbal a volejbal, minigolf, bufet.

Vstupné: Dospělí 60,- Kč, Děti do 6 let - zdarma, Děti (6-12 let), invalidé, důchodci 40,- Kč. Od 17.00 snížené vstupné - dospělí 40,- Kč

SOLÁRNÍ STUDIO SLUNÍČKO

Sportovní areál JE Třebíč Manželů Currieových 1112, tel: 568 827 247, 568 827 248

BIO SOLÁRIUM BLUE MOON SUPER TURBO 13,-/min.(cyklus 3 min.) , BIO SOLÁRIUM VEGA NATURE TURBO 13,-/min.(cyklus 3 min.), BIO SOLÁRIUM SUMMER 76 TURBO 10,-/min. (cyklus 4 min.), SOLÁRIUM HOLIDAY 50 6,-/minuta (cyklus 6 min.)

SAUNA 120 min. 70,- Kč PO 17-20 společná ÚT 17-21 muži ST zavřeno ČT 14-21 ženy PÁ 14-21 muži SO zavřeno NE 15-20 společná.

Otevírací doba: po-pá 6-21hod, so, ne 8-21 hod.

PLAVECKÝ AREÁL POLANKA

Polanka

Telefon: 568 843 106

www.koupaliste-polanka.cz

Otevřené koupaliště, 3 bazény, minigolf, občerstvení, tobogán.

Provozní doba: květen, červen, září: po-pá 13.00 - 20.00, so,ne 10.00 - 20.00 hodin, červenec, srpen:po-ne 10.00 - 20.00 hodin

Vstupné: celodenní dospělí 45,-Kč, celodenní děti 25,-Kč, důchodci, ZTP 15,-. Po 17. hodině sleva.

PÉTANQUE

Hřiště 4 x 15 metrů. Svrchní vrstva písek. Na místě tabule s popisem pravidel hry. Pétanquová plocha se nachází na veřejném prostranství u konců ulic Čajkovského a Maxima Gorkého a je volně přístupná.

SAUNA

- v areálu TJ Dukovany, Manž. Curieových 1112

po-16.00 - 20.00 muži, út - 15.00 - 20.00 ženy, pá- 14.00 - 20.00 muži

HOTEL ZLATÝ KŘÍŽ

Karlovo náměstí 19/13 Třebíč

Telefon: 602 326182, 568 821157

www.pumax.cz

pumax@c-box.cz .

Hotel nabízí kromě ubytování možnost využití bazénu, whirlpoolu, sauny, diagnostického masážního křesla a masážní vany a sprchy. Denně od 8.00 do 16.00 hodin.

V budově dále SOLÁRIUM, tel: 732 124779 a MASÁŽE, tel: 603 332 513

KUŽELKY

Restaurace Vysočina – herna

Kpt. Jaroše 736

Telefon: 568 822 888.

Otevírací doba: Po-ne 09.00 do 06.00 následujícího dne.

2 dráhy, 140,-Kč/hod.

ZÁBAVNÍ CENTRUM DON

Modřínová 599

www.dontrebic.cz

BOWLING - herna UŽOVY KOULE v areálu zařízení DON.

Info a rezervace na tel: 603 487239. Otevřeno po-čt 15-01, pá,so 15-03, ne 14-01. 2 nové dráhy, bar.

HALOVÝ MINIGOLF – v restauraci Fantazie v areálu zařízení DON. Halový minigolf 14 jamek.

Info a rezervace na tel: 568 827 261. Otevřeno ne-čt 11.30-23.00, pá, so 11.30 – 24.00.

BOWLING

Grand hotel

Karlovo nám. 5

Telefon: 568 848 560, 568 848 540

2 dráhy v prostorách Music Club Titanik, zapůjčení bot v ceně.

Otevřeno ne – čt 12 – 24, pá – so 12 – 04

STŘELNICE

POUŠOV - Karel Šerka

Telefon: 606 83 93 58, 568 82 43 61

Na objednávku 2 dny předem, 50,- Kč. Možnost půjčení zbraní, výcviku bez zbrojního pasu na střelnici v Poušově. Další část areálu vlastní Střelecký svaz, střelby pro veřejnost neděle dopoledne.

BAŽANTNICE – pravidelné střelby /s vlastní brokovou zbraní a zbrojním průkazem/ každý sudý pátek od března do listopadu. Možnost objednávky střelby pro větší skupiny /dohled instruktora, zapůjčení zbraně/ na tel: 568 841785

- Český myslivecký svaz

BRUSLENÍ - pro veřejnost

Zimním stadionu SK Horácká Slavia

Kateřiny z Valdštejna 1

Telefon: 568 840797.

Od září většinou v neděli, hodiny se upravují dle zápasů, informace na telefonu.

LYŽOVÁNÍ

Pod Kostelíčkem

Provozovatel: A-SKI s.r.o.

Telefon: 603 933300

V případě příznivých sněhových podmínek! Dětský lyžařský vlek s umělým zasněžením.
Lze dohodnout individuální provoz mimo stanovenou dobu.

Provoz: po-pá 14-16 hod, víkendy, svátky, prázdniny 9-12, 13-16 hod.

CVIČNÁ LEZECKÁ STĚNA

Základní škola Benešova - tělocvična.

p. Caha, tel: 568 842618.

Vstupné: dospělí 40,- Kč, děti 30,- Kč na 90 min. V tělocvičně je zajištěn odborný dozor a půjčovna vybavení.

Otevřeno pro veřejnost: září-květen-po: 17:30-20:30, st,pá 17:00-20:30, so 14:30-19:00 hod.

SQUASH

Hrotovecká ul. 160

Telefon: 568 841038, 723 685399

3 kurty, půjčování raket, míčků, prodej SQUASH zboží. Cena - kurt 220 Kč/1 hod.

Provoz po-pá 9-23, so, ne 9-22 hod.

RANČ VÁPENKA

Nová Ves 39, 675 21 Okříšky

Telefon: 568 871 114, 606 797 060, 603 529 989

Jízdy na koni, ustájení, přeprava koní. V areálu možnost koupání, sportovní vyžití v krásném prostředí zatopeného lomu.

EQUISPORT TŘEBÍČ

Žižkova 505

Tel: 602 723325.

Jezdecký areál firmy Equisport se nachází v obci Sokolí. Pro občany, domácí i zahraniční turisty a další zájemce nabízí možnost ježdění v sedle. Možnost výcviku na jízdárně, pro zdatnější vyjížděky do okolí. Trasa a doba vyjížděky je závislá na přání zákazníka. Předem nutná telefonická domluva.

1.TŘEBÍČSKÝ TENISOVÝ KLUB

– kurty pod hypermarketem BILLA.

Tel: 737 516293.

Otevírací doba denně 8.00-23.00 hod, po domluvě i déle. 2 kryté kurty, cena od 260 Kč/hod. Prodej a možnost zapůjčení tenis. vybavení.

TENISOVÝ AREÁL ZA NEMOCNICÍ

Telefon pro rezervaci: 568 848 595.

Otevřen denně od 9.00-20:00.

8 tenisových dvorců, možnost občerstvení přímo v areálu, parkoviště.

SPORTOVNÍ AREÁL JE TŘEBÍČ

Manželů Currieových 1112

Telefon: 568 827 247, 568 827 248

4 tenisové kurty - v zimě kryté!

SZEŠ-Střední zemědělská a ekonomická škola

Žižkova 505

Telefon: 568 840 201, 568 822 303.

2 kurty.Pro veřejnost otevřeno po-pá 15.00 – 19.00

SPINNING CENTRUM GLADIATORS

Velkomeziříčská 45 /přízemí hotelu Atom/

Telefon:608 71 72 73

www.spinning.cz

Vstupné na 1 hod. 100,- Kč, 10 vstupů 850,-, měsíční členství 500,-Kč. Pro studenty a maminky na mateřské slevy: 1 vstup 80 Kč, permanentka 650 Kč, členství 400 Kč za měsíc.

FITNESS

Vltavínská 1289/32

Telefon: 723 115368,

Otevírací doba: po-pá 9-12, 14-21, so, ne 15-19hod. Solárium, komplexní cvičení.

FITNESS

Velkomeziříčská 45 /objekt hotelu Atom/

Telefon: 603 416100

Otevřeno denně mimo sobotu 16.00-20.00 hod.

FITNESS TJ JE DUKOVANY

Manž. Curieových 1112 /objekt sportovní haly/

Telefon: 568 829959,

Otevírací doba: po-pá 9.30-11.30, 15.00-20.00, so, ne 10.00-12.00. Vstupné 30,- Kč/120 min, možnost zakoupení výhodných permanentek.

PŘÍSTAV VODNÍCH SKAUTŮ ŽLUTÁ PONORKA

Svojsíkovo nábreží 103

Telefon: 737 285 396, 608 334 148

jarka@abahoa.cz

Možnost zapůjčení kánoe, 100,- Kč/den, pramice 100,-/den, pádlo 25,- vesta 25,- vlek na lodě malý 300,- velký 500,- Kč/den

Příloha č. 15: Schéma MAD v Třebíči



www.tradomad.cz

KVIZ TŘEBÍČ - Kulturní, vzdělávací, informační zařízení Třebíč

Karlovo nám. 47, 674 01 Třebíč

Tel.: +420 568 610 011

IČ: 44065566

DIČ: CZ44065566

Informační a turistické centrum MALOVANÝ DŮM

Karlovo nám. 53, 674 01 Třebíč

Tel: +420 568 847 070

Tel: +420 568 610 021

E-mail: info@kviztrebic.cz - centrální e-mail pro zasílání veškerých dotazů

Vedoucí ITC: Lenka Nevřklová, DiS.

E-mail: l.nevřklova@kviztrebic.cz

Informační a turistické centrum ZADNÍ SYNAGOGA

Subakova ul. 44/1, 674 01 Třebíč

Tel.: +420 568 610 023

E-mail: infosynagoga@kviztrebic.cz

Vedoucí ITC: Dagmar Juráková

Gsm: +420 777 746 999

E-mail: d.juranova@kviztrebic.cz

Informační a turistické centrum BAZILIKA

Zámek 1, 674 01 Třebíč

Tel.: +420 568 610 022,

Gsm: +420 777 746 982

E-mail: infobazilika@kviztrebic.cz

Vedoucí ITC: Pavlína Jeřábková

E-mail: p.jerabkova@kviztrebic.cz

Příloha č. 17: Provozní doba dílčích TIC

Informační a turistické centrum Bazilika

září – květen: úterý - pátek 9.00 - 12.00, 13.00 - 17.00
sobota - pondělí 13.00 - 17.00

červen – srpen: úterý - pátek 9.00 - 12.00 13.00 - 17.00
pondělí 12.30 - 17.00
sobota - neděle 12.30 - 18.00

Informační a turistické centrum Malovaný dům

listopad – březen: pondělí - pátek 8.00 - 17.00 sobota 9.00 - 13.00
duben, květen, říjen: pondělí - pátek 8.00 - 18.00 sobota 9.00 - 13.00
červen, září: pondělí - pátek 8.00 - 18.00
sobota 9.00 - 12.00, 13.00 - 17.00
červenec, srpen: pondělí - pátek 8.00 - 18.00
sobota - neděle 9.00 - 12.00, 13.00 - 17.00

Informační a turistické centrum Zadní synagoga

pondělí – neděle: 10.00 - 12.00, 13.00 - 17.00

Dotazník pro návštěvníka regionu Třebíč

Výzkum tohoto dotazníku je zaměřen pro potřeby závěrečné bakalářské práce studijního oboru Obchodní podnikání – specializace na cestovní ruch na Zemědělské fakultě Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Cílem dotazování je zjistit zájem turistů o služby Turistických informačních center (TIC). Závěry budou použity pro sestavení nové nabídky turistických produktů nabízených turistickými informačními centry.

Děkuji za spolupráci a vyplnění dotazníku.

1. Vaše národnost?

2. Místo Vašeho trvalého pobytu?

3. Respondentem je :

MUŽ ŽENA

4. Vaše věková kategorie:

do 18 let 19 až 29 let 30 až 39 let 40 až 49 let 50 až 59 let 60 let a
více

5. Vaše nejvyšší dosažené vzdělání :

ZŠ SŠ VŠ

6. Jak jste do této lokality přicestovali?

7. Cestujete:

SÁM RODINOU S PŘÁTELI

8. Délka Vašeho pobytu :

1 den 2 dny 3 dny 4 dny 5dnů 6 dnů
1 týden 2 týdny

9. Jste v této lokalitě ubytováni?

ANO NE (č. 16 při odpovědi ano)

10. Jak jste zde ubytováni?

11. Jak se zde stravujete?

12. Uved'te hlavní důvod Vaší návštěvy této lokality.

13. Jaké aktivity jsou pro Vás v tomto regionu nejzajímavější?

14. Jedná se o Vaši první návštěvu – pobyt v třebíčském regionu?

ANO NE (2x, 3x, více krát)

15. Uvažujete o opakované návštěvě?

ANO NE

16. Využíváte při svých turistických cestách služeb turistických informačních center?

ANO NE (č. 2 při odpovědi ano)

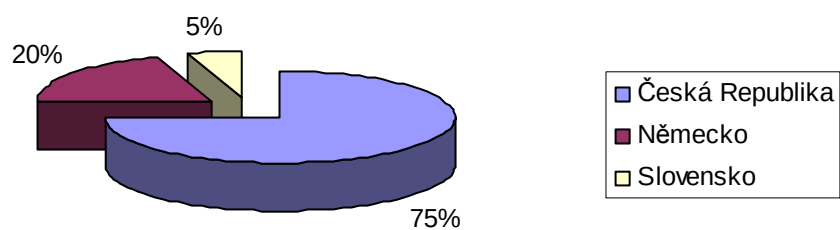
17. Jste spokojeni s provozní dobou turistického informačního centra Kviz Třebíč?

ANO NE

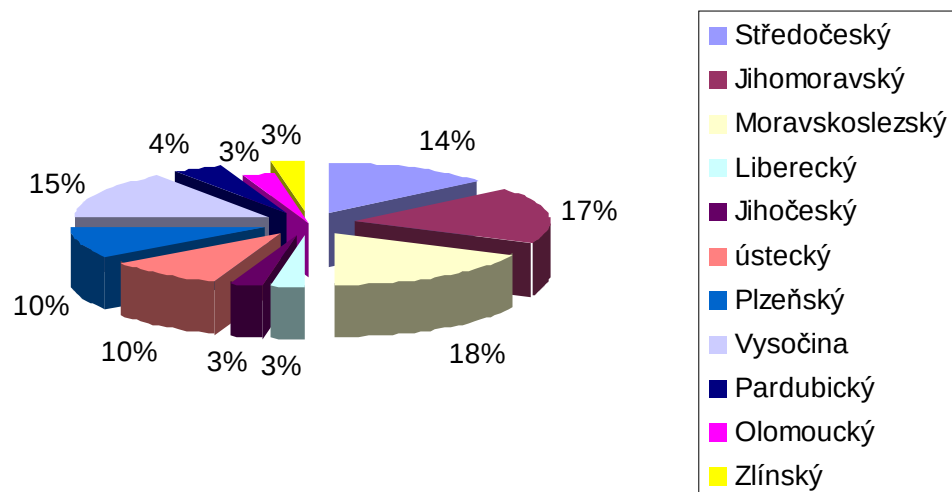
18. Které služby využíváte nejčastěji?

19. Které služby v turistickém informačním centru Kviz Třebíč postrádáte?

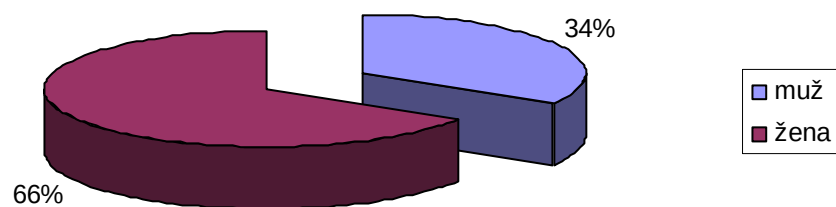
1. Vaše národnost?



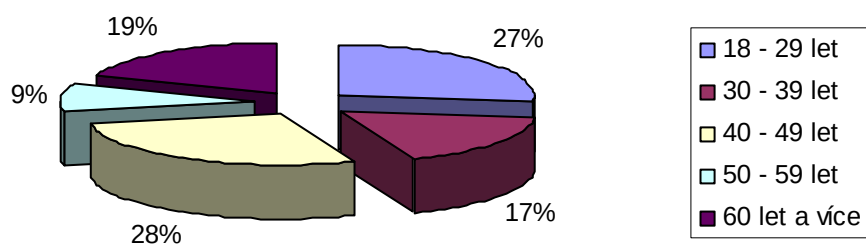
2. Místo Vašeho trvalého pobytu?



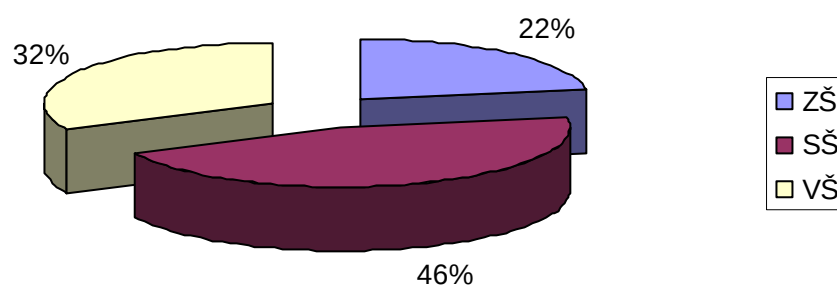
3. Respondentem je:



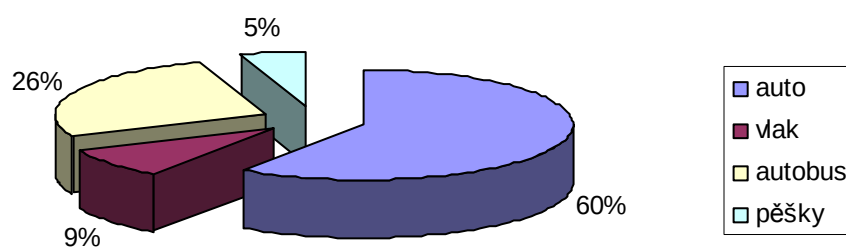
4. Vaše věková kategorie:



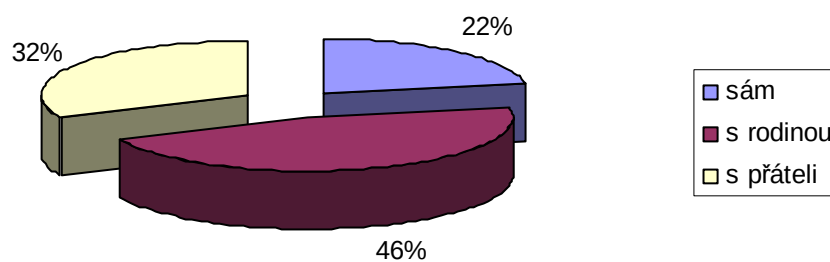
5. Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?



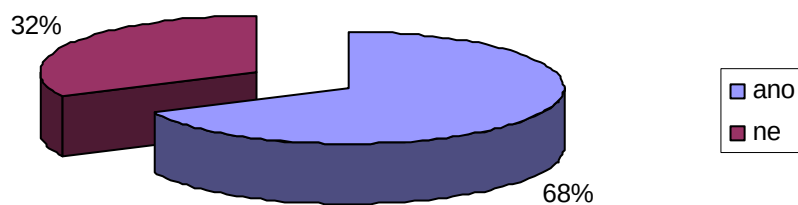
6. Jak jste do této lokality přicestovali?



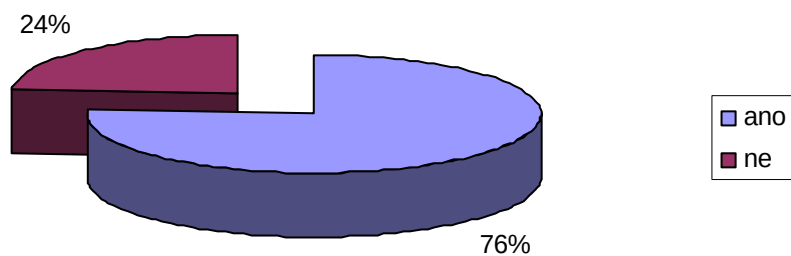
7. Cestujete:



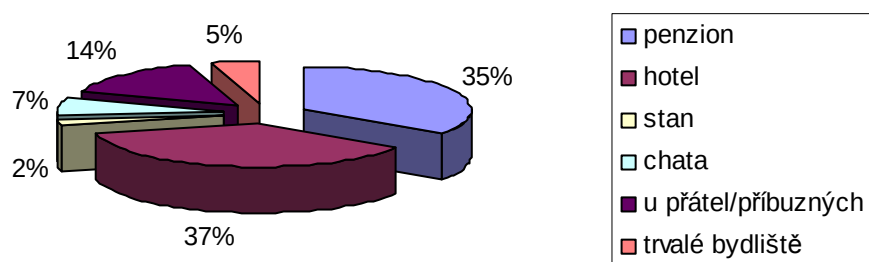
8. Délka Vašeho pobytu:



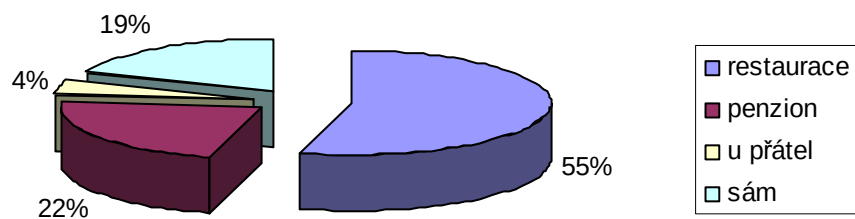
9. Jste v této lokalitě ubytováni?



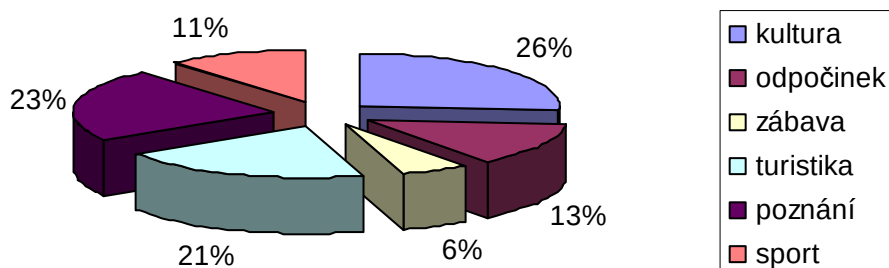
10. Jak jste zde ubytováni?



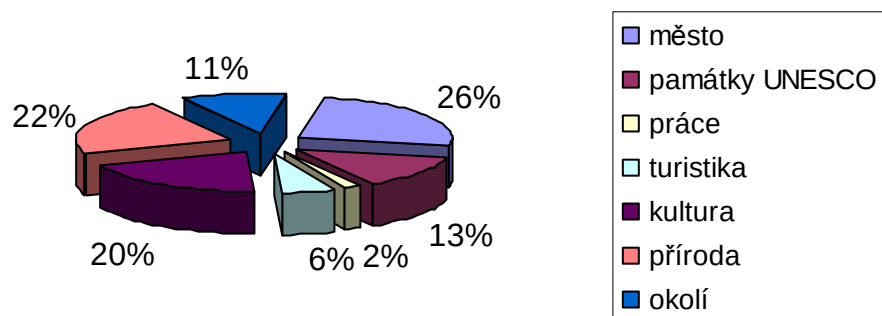
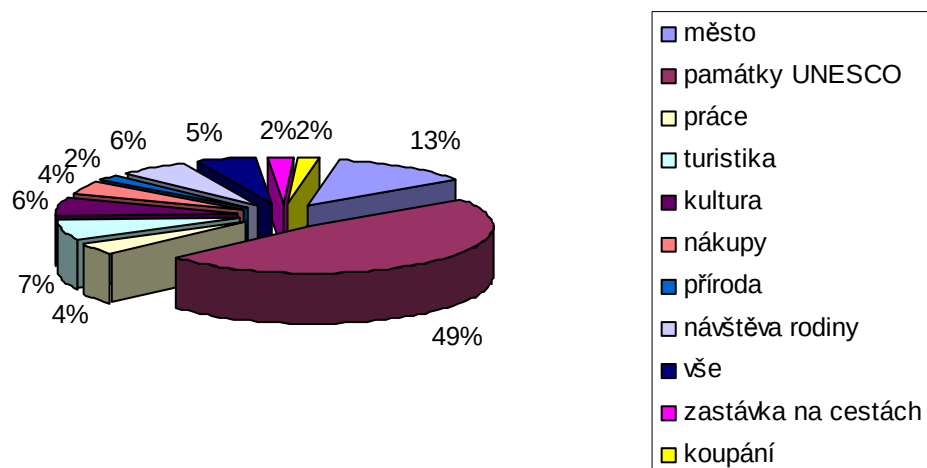
11. Jak se zde stravujete?



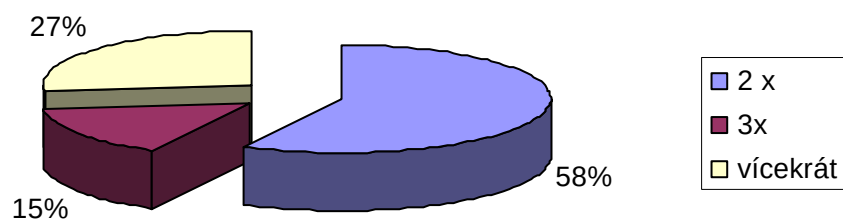
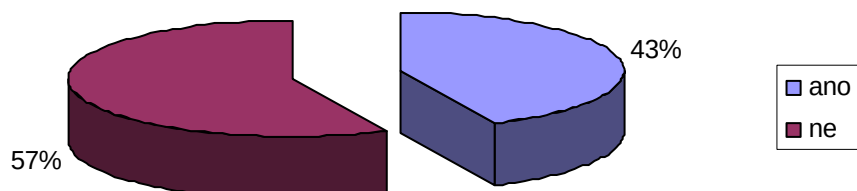
12. Uveďte hlavní důvod Vaší návštěvy této lokality.



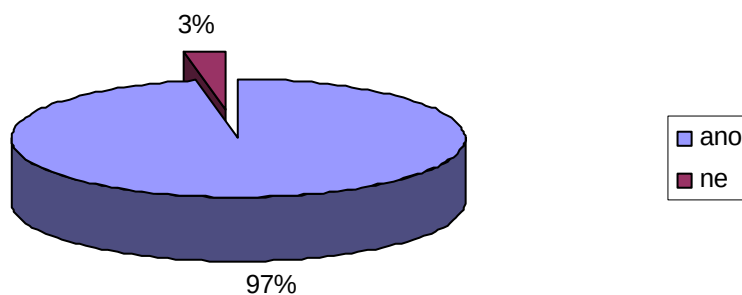
13. Jaké aktivity jsou pro Vás v tomto regionu nejzajímavější?



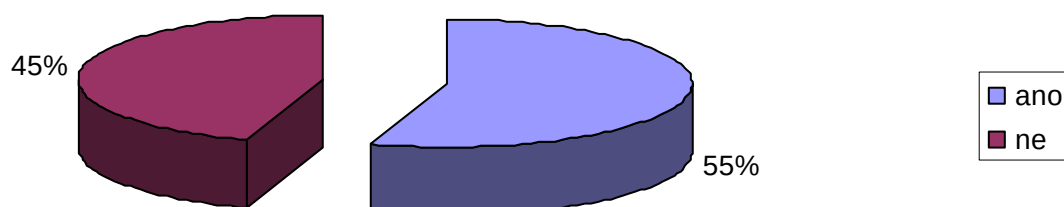
14. Jedná se o Vaši první návštěvu - pobyt v třebíčském regionu?



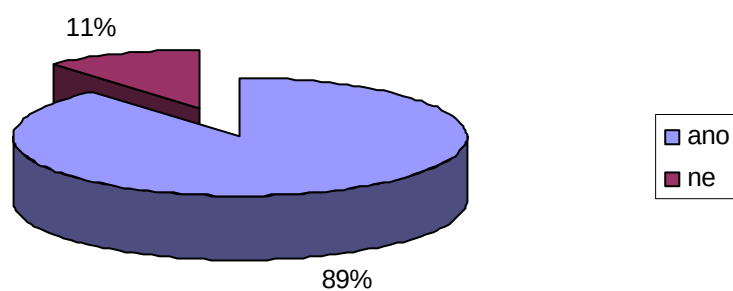
15. Uvažujete o opakované návštěvě?



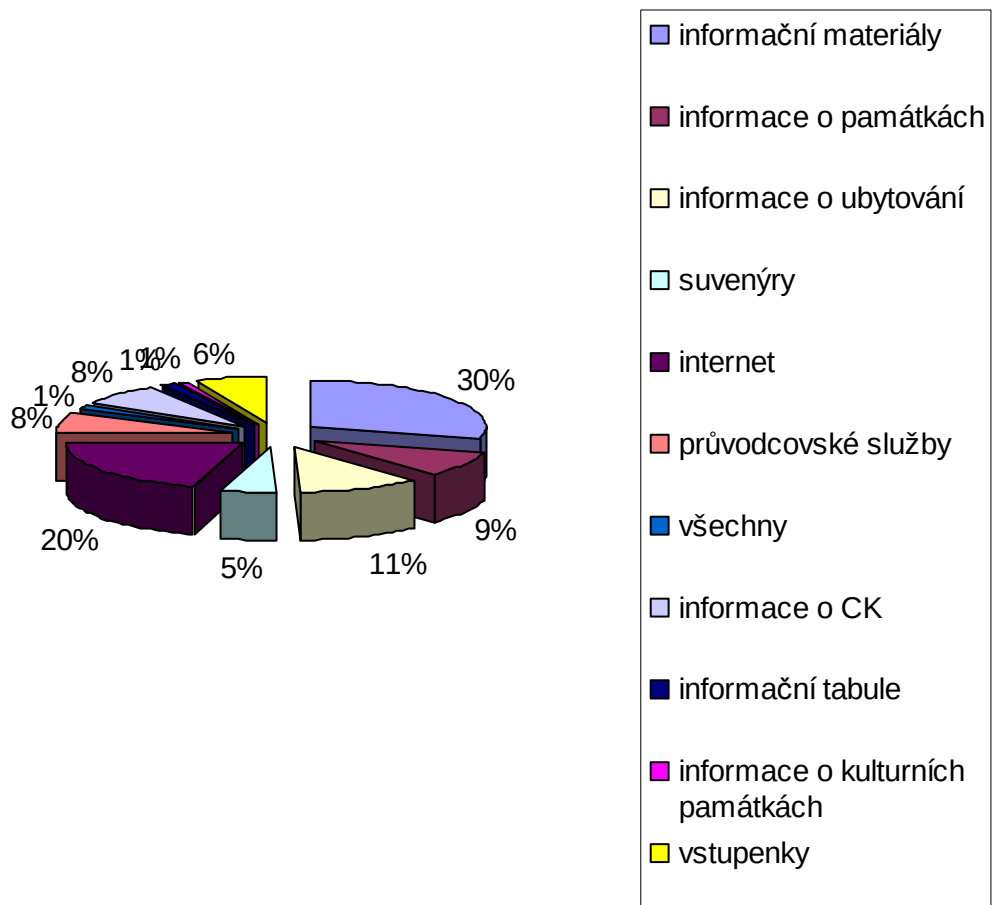
16. Využíváte při svých turistických cestách služeb turistických informačních center?



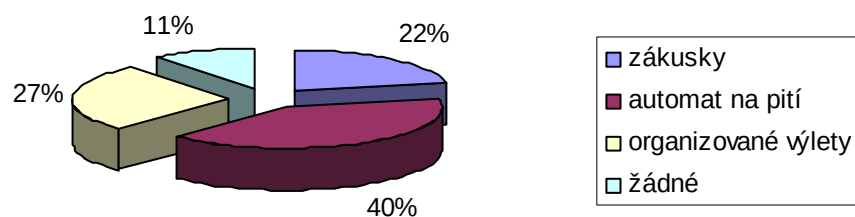
17. Jste spokojeni s provozní dobou turistického informačního centra KVIZ Třebíč?



18. Které služby využíváte nejčastěji?



19. Které služby v turistickém informačním centru KVIZ Třebíč postrádáte?



Dotazník pro KVIZ Třebíč

Výzkum je organizován pro potřeby závěrečné bakalářské práce studijního oboru Obchodní podnikání – specializace cestovní ruch na Ekonomické fakultě Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Závěry budou využity pro sestavení nové nabídky turistických produktů nabízených turistickými informačními centry (TIC).

**Děkuji za spolupráci a vyplnění dotazníků.
Žaneta Růžicková**

1. Turistické produkty nabízené Kviz Třebíč

Typ produktu	Charakteristika – popis produktu
Naučná stezka	
Návštěva historických památek a objektů	
Cyklotrasa	
Technické památky	
Kulturní akce	
Prodej map a suvenýrů	
Návštěvnické karty	
Zajišťování průvodců	
Zprostředkování služeb (ubytování, sportovní aktivity a jiné)	
Akce zaměřené na tradice	

2. Uveďte 3 nejčastěji požadované služby – informace, které jsou turisty žádány :

- 3. Uved'te segment turistů, kteří nejčastěji využívají Vašich služeb :**
- 4. Má KVIZ Třebíč v turistické zóně 2007 připraven pro turisty nový produkt?**
ANO NE (pokud ANO, uveďte o jaký produkt se jedná)
- 5. Provozní doba KVIZ Třebíč (hodiny, dny, roční období) :**
- 6. Počet pracovníků :**
- 7. Provozovatel KVIZ Třebíč :**
- 8. Místo KVIZ Třebíč :**
- 9. Den dotazování :**

Příloha č. 21: Stálé kulturní a společenské akce v Třebíči 2006 pořádané turistickým informačním centrem KVIZ Třebíč

Festival Divadla 2-3-4 herců 8. – 23.3. 2006

- IV. ročník přehlídky profesionálních divadel.

Světový den divadla pro děti a mládež 17.3. 2006

- v rámci oslavy představení „Špatně vyučený čaroděj“, pořádáno pro děti MŠ, ZŠ a veřejnost.

Třebíčské loutkářské jako 24. – 25.3 2006

- přehlídka amatérských loutkářských souborů.

MOLO 11. – 12.4. 2006

- 3. ročník divadelní přehlídky Mladě Ochotnické divadlo určené pro středoškolské a mládežnické amatérské soubory.

Divadelní Třebíč 17. – 21.5. 2006

- XV. národní přehlídka amatérského činoherního a hudebního divadla.

Evropský svátek hudby 21.6. 2006

- celodenní přehlídka pěveckých sborů, dechových orchestrů, country skupin až po rockové kapely na Karlově náměstí.

Concentus Moravice červen 2006 (koncerty: 15.6. a 26.6. 2006)

- mezinárodní hudební festival 13 měst, festival klasické hudby.

Třebíčský zvonek 30.6. – 1.7. 2006

- V. ročník festivalu etnické hudby a jiných žánrů na nádvoří zámku.

Šamajim Třebíč 31.7. – 5.8. 2006

- festival židovské kultury.

Noční Třebíč srpen 2006

- neopakovatelný zážitek pohledem na noční Třebíč z ochozu městské věže. Prohlídky se konaly každý pátek a sobotu od 21:00 do 24:00 hodin.

Středověké slavnosti 18. – 20.8. 2006

- oslava výročí zápisu Baziliky sv. Prokopa a židovské čtvrti na seznam Světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO. Historické tržiště, noční průvod a soutěže pro děti.

Dny evropského dědictví září 2006

- zpřístupnění památek zdarma.

Bramborobraní 9.9. 2006

- 8. ročník folklórního festivalu s řemeslnickými trhy.

Národní festival neprofesionálních komorních a symfonických těles 22. – 23.9. 2006

- setkání komorních orchestrů. Koncerty se konají převážně v sále Národního domu a v Zadní synagoze.

Otevřené památky i srdce 19.10. 2006

- zpřístupnění třebíčských památek zapsaných do seznamu UNESCO handicapovaným spoluobčanům. Pořádáno KVIZ Třebíč.

www.kviztrebic.cz