

**UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA**

**MAGISTERSKÉ PREZENČNÍ STUDIUM**

2013 – 2015

**DIPLOMOVÁ PRÁCE**

**Nikola Křížková**

**Cestovní ruch kraje Vysočina**

Praha 2015

Vedoucí diplomové práce: Ing. Jaroslava Kočová

**JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE**

**MASTER FULL-TIME STUDIES**

**2013 - 2015**

**DIPLOMA THESIS**

**Nikola Křížková**

**Tourism Management of Region Vysočina**

Prague 2015

The Bachelor Thesis Work Supervisor: Ing. Jaroslava Kočová

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne 10. března 2015

Nikola Křížková .....

## **Poděkování**

„Děkuji paní Ing. Jaroslavě Kočové za odborné vedení, vstřícnost a trpělivost a za cenné poznatky, které autorce byly poskytnuty během zpracování diplomové práce.“

## **Anotace**

Diplomová práce pojednává o tématu Cestovní ruch v Kraji Vysočina. Teoretická část je věnována objasnění pojmu cestovní ruch, druhům a formám cestovního ruchu, marketingu destinace cestovního ruchu a jeho způsobům financování, ale také teorii analýzy nabídky a poptávky v oblasti turismu. Praktická část je koncipovaná tak, že dochází k aplikaci předchozích teoretických poznatků do praxe. Zabývá se analýzou nabídky a poptávky v Kraji Vysočina a je zde vytvořený produkt cestovního ruchu a dvě naučné stezky, které by mohly vést ke zvýšení návštěvnosti daného regionu. V neposlední řadě je zhodnocen současný stav Kraje Vysočina a jsou také nastíněny perspektivy dalšího rozvoje.

## **Klíčové pojmy**

analýza nabídky, analýza poptávky, doprava, druhy cestovního ruchu, festivaly, folklór, fondy Evropské unie, formy cestovního ruchu, gastronomie, Kraj Vysočina, kulturně-historické atraktivity, marketing, marketing destinace cestovního ruchu, naučná stezka, produkt cestovního ruchu, přírodní atraktivity, stravování, technické památky, ubytování

## **Annotation**

This diploma thesis deals with the topic of tourism management of the Vysočina Region. The theoretical part of the thesis defines tourism management, identifies types and forms of tourism, and discusses tourism destination marketing and ways how tourism can be financed. It also describes the theory of tourism supply and demand analysis. The practical part is based on application of theoretical knowledge into practice. It informs about tourism supply and demand in the Vysočina Region and tourism products and trails which have been created to increase the turnout of the region. In the last chapter of the thesis the current state of tourism is evaluated and the author suggests prospects of future development of tourism management in the Vysočina Region.

## **Key words**

accommodation, cultural and historical attraction, demand analysis, European Union funds, festivals, folklore, forms of tourism, gastronomy, marketing, natural attractions, nature trail, Region Vysočina, supply analysis, technical monuments, tourism destination marketing, tourism product, transportation, types of tourism

# OBSAH

ÚVOD.....	10
1 OBECNÉ VYMEZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU .....	12
1.1 Možná vymezení cestovního ruchu.....	12
1.2 Druhy cestovního ruchu .....	15
1.3 Formy cestovního ruchu.....	16
1.3.1 Rekreační cestovní ruch a kulturně poznávací cestovní ruch.....	17
1.3.2 Sportovně-turistický cestovní ruch a léčebný a lázeňský cestovní ruch...	19
1.3.3 Náboženský cestovní ruch a kongresový cestovní ruch .....	20
2 MARKETING DESTINACE CESTOVNÍHO RUCHU.....	21
2.1 Obecné vymezení marketingu destinace cestovního ruchu .....	23
2.2 Financování systému marketingového řízení destinace.....	25
3 ANALÝZA NABÍDKY A POPTÁVKY CESTOVNÍHO RUCHU .....	31
3.1 Poptávka v turismu.....	31
3.1.1 Segmentace poptávky v cestovním ruchu.....	33
3.2 Nabídka v cestovním ruchu.....	35
4 ANALÝZA NABÍDKY A POPTÁVKY V KRAJI VYSOČINA.....	38
4.1 Základní charakteristiky kraje Vysočina.....	38
4.2 Nabídka kraje Vysočina .....	39
4.2.2 Přírodní atraktivity.....	40
4.2.2 Kulturně historické atraktivity .....	42
4.2.3 Technické památky .....	52
4.2.4 Folklor, festivaly a gastronomie .....	54
4.2.5 Specifické formy cestovního ruchu v Kraji Vysočina .....	55
4.2.6 Doprava.....	57

4.2.7	Ubytování.....	59
4.2.8	Stravování .....	62
4.3	Analýza poptávky v Kraji Vysočina .....	64
4.3.1	Analýza návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení .....	64
4.3.2	Návštěvnost vybraných památek v Kraji Vysočina .....	67
4.3.3	Monitoring domácího cestovního ruchu v regionu Vysočina.....	70
5	TVORBA PRODUKTU CESTOVNÍHO RUCHU PRO DANÝ KRAJ .....	74
5.1	Po stopách soch Michala Olšiaka.....	75
5.1.1	Trasa 1.....	77
5.1.2	Trasa 2.....	79
5.1.3	Trasa 3 + cyklistický okruh .....	81
5.1.6	Trasa 6.....	83
5.2	Marketingový mix produktu .....	85
5.2	Financování projektu.....	89
6	TVORBA PRVNÍ TEMATICKÉ TRASY PRO DANÝ KRAJ .....	91
6.1	Santiniho naučná stezka .....	91
6.2	Marketingový mix „Santiniho naučné stezky“ .....	96
6.3	Financování Santiniho naučné stezky .....	100
7	TVORBA DRUHÉ TEMATICKÉ TRASY PRO DANÝ KRAJ.....	103
7.1	Naučná stezka „Za skalami Kraje Vysočina“ .....	103
6.2	Marketingový mix naučné stezky „Za skalami Kraje Vysočina“ .....	108
6.3	Financování naučné stezky „Za skalami Kraje Vysočina“ .....	110
8	SOUČASNÝ STAV A PERSPEKTIVY DALŠÍHO ROZVOJE.....	112
	ZÁVĚR .....	117
	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ .....	120
	SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ A TABULEK.....	133



SEZNAM PŘÍLOH.....	135
--------------------	-----

## ÚVOD

Cestovní ruch je v současné době jednou z klíčových oblastí, které by měla být na regionální úrovni věnována velká pozornost. V dnešní době je turismus nejrychleji se rozvíjejícím odvětvím a skrývá velký potenciál při tvorbě nových pracovních míst, hrubého domácího produktu, ale především také při získávání příjmů do místních rozpočtů. Turismus tak napomáhá socioekonomickému vývoji regionu a podporuje jeho konkurenceschopnost. Pokud chce daný region z cestovního ruchu profitovat, musí podniknout opatření, které by umožnily jeho rozvoj. Je proto velmi důležité, aby v jednotlivých regionálních oblastech byly vynakládány finanční prostředky na rozvoj infrastruktury turismu, která bude schopná uspokojovat potřeby a přání potenciálních návštěvníků. Region musí být schopen vytvářet takovou nabídku cestovního ruchu, která bude pružně reagovat na poptávku na trhu. Zároveň však musí dbát na to, aby rozvoj oblasti turismu byl v souladu s ochranou životního prostředí a byl z dlouhodobého hlediska udržitelný.

Autorka zacílila svou diplomovou práci na jeden z regionů České republiky, a to na Kraj Vysočina. Tato oblast leží v centrální oblasti České republiky a nachází se na pomyslné spojnici Prahy a Vídně. Kraj má velmi rozmanitý terén s velkým množstvím přírodních a kulturně-historických atraktivit a jeho nabídka v oblasti cestovního ruchu je velmi pestrá. Všeobecně se tato destinace považuje za oblast s velmi velkým potenciálem pro rozvoj turismu. Nicméně tento potenciál není dostatečně využíván. V porovnání s ostatními kraji České republiky se z hlediska návštěvnosti nachází na posledních příčkách. Z tohoto důvodu je cílem této práce podrobná analýza nabídky a poptávky sféry cestovního ruchu v tomto kraji a zhodnocení současného stavu odvětví turismu v regionu a poukázání na případné perspektivy dalšího rozvoje podpořené tvorbou produktu turismu a tematických tras.

Jádro diplomové práce bude složeno z teoretické a praktické části. V teoretické části se autorka bude zabývat vymezením pojmu cestovního ruchu, popisovat druhy a formy turismu, zároveň se pokusí nastínit problematiku managementu destinace cestovního ruchu a možné způsoby jejího financování. V neposlední řadě se rozhodla věnovat teoretickým poznatkům týkajících se analýzy poptávky a nabídky v oblasti turismu.

Praktická část pak analyzuje nabídku a poptávku cestovního ruchu v Kraji Vysočina. Na základě analýzy je vytvořen produkt a tematické trasy na podporu zvýšení návštěvnosti dané destinace. Tento produkt a naučné stezky jsou koncipovány tak, aby byly schopné představit takové atraktivity, které poukazují na zajímavosti nacházející se v daném regionu, a zároveň je jejich cílem nabídnout něco netradičního, co se v ostatních regionech v takové míře nevyskytuje.

Kapitola analýzy nabídky turismu Kraje Vysočina představuje širokou paletu různých odvětví cestovního ruchu a možných způsobů trávení volného času. Kromě tradičních forem turismu jsou zde zanalyzovány také netradiční formy, které se v současné době velmi rychle rozvíjejí. Rozbor poptávky turismu v kraji je zacílen na obsazenost hromadných ubytovacích zařízení a návštěvnost turistických atraktivit destinace. V závěru práce se autorka zaměřuje na základě získaných informací a poznatků na celkové zhodnocení současného stavu cestovního ruchu a specifikuje možná řešení, díky kterým by se region stal více atraktivní pro potenciální návštěvníky.

Nejčastěji autorka v diplomové práci pracuje s dvěma typy zdrojů informací. Teoretická práce je vytvořená převážně na základě čerpání poznatků z odborné tištěné literatury, která slouží jako zdroj poznatků a klíčových informací, které autorka následně aplikuje do praxe. Praktická část se opírá při analýze nabídky a poptávky v Kraji Vysočina především o internetové zdroje, výroční zprávy kulturních institucí a Českého statistického úřadu, ale také o tištěné publikace. Při tvorbě produktu turismu a tematických tras vychází autorka částečně ze svých vlastních poznatků a částečně se pak opírá o internetové zdroje.

# 1 OBECNÉ VYMEZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU

Cestovní ruch je jeden z klíčových odvětví, který má důležitý význam z hlediska příjmu do státního rozpočtu daného státu, ale také do jeho jednotlivých regionů. Přínos turismu na regionální úrovni je důležitý v mnoha oblastech zejména v oblasti ochrany životního prostředí, je zdrojem daní a poplatků zvyšujících příjem do místních rozpočtů, vytváří nová pracovní místa a zmírňuje chudobu.

Rozvíjí se taky střední a malé podnikání a dochází ke zvyšování životního standardu místních obyvatel, na základě záchrany kulturních tradic, řemesel a historie. I přesto, že za posledních pár let jeho význam a váha v české ekonomice mírně klesá, tak i nadále by se mu měla věnovat nemalá pozornost a měl by se patřičně rozvíjet, a to především tedy na regionálních úrovních, kde místy poněkud vázne. Autorka se domnívá, že tato skutečnost způsobuje nedostatečná informovanost veřejnosti o památkách v jednotlivých regionech, tento fakt je způsoben špatně zacílenou propagací jednotlivých regionů.

Dalším problémem je podle autorky vážnoucí komunikace na jednotlivých úrovních řízení nebo neschopnost regionů správně zažádat o udělení dotací pro rozvoj cestovního ruchu. Jednotlivé kraje jsou v rámci České republiky také velmi nevyvážené v oblasti návštěvnosti daných destinací. Některé kraje jsou turisty navštěvované hodně, jako například Hlavní město Praha a naopak jiné kraje mají příjmy z turismu velmi nízké (Pardubický kraj). Měly by se proto nacházet a realizovat taková opatření, díky kterým by postupně docházelo k vyrovnávání rozdílů regionů v oblasti cestovního ruchu.

## 1.1 Možná vymezení cestovního ruchu

Důležité je definovat, co pojem cestovní ruch v podstatě znamená. Ryglová a kol. (2011, s. 17) ve své publikaci uvádějí, že cestovní ruch je možno definovat hned několika způsoby, avšak žádná z nich není zcela přesná. Mnozí autoři, kteří se pokoušejí definovat cestovní ruch, na něj pohlížejí prostřednictvím nějaké vědní disciplíny, což právě způsobuje fakt, že žádná z definic cestovního ruchu není dostatečně přesná.

*„Cestovní ruch je významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáváním a naplněním vlastních snů z příjemné dovolené. Je součástí potřeby a způsobu života obyvatel zejména ekonomicky vyspělých zemí. Ve světovém měřítku patří vedle obchodu s ropou a automobilovým průmyslem ke třem největším exportním odvětvím“ (Heslová a kol., 2011, s. 7).*

*„Světová organizace cestovního ruchu (UN World Tourism Organisation, UNWTO) definuje cestovní ruch jako činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší, než je stanovená (u domácího cestovního ruchu 6 měsíců, u mezinárodního cestovního ruchu 1 rok), přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě“ (Hamarneh, 2014, s. 9).*

Podle Pender (2005, s. 4) je cestovní ruch možné chápat z mezinárodního hlediska jako aktivitu, kdy lidé překračují hranice jednotlivých států z důvodu trávení volného času nebo za účelem plnění pracovních povinností (služební cesty) a zůstanou na daném území minimálně 24 hodin, avšak méně než jeden rok.

Middleton (2001, s. 3) uvádí, že i přesto, že existuje celá řada definic pojmu turismus, tak cestování a cestovní ruch lze nejlépe pochopit jako celkový trh, který odráží poptávku spotřebitelů po široké škále produktů, jež souvisejí s cestovním ruchem.

Podle Beránka a kol. (2013, s. 14) je charakteristika koncepce cestovního ruchu a jeho následná definice důležitá z důvodu zkoumání a analýzy rozvoje cestovního ruchu, ale také pro potřebu co nejpřesnějšího statistického zkoumání cestovního ruchu. V neposlední řadě je tato skutečnost nezbytná pro aplikaci právních a ekonomických úlev zákonně stanovenými skupinou zemí a společenstev v oblasti cestovního ruchu.

*„Definice cestovního ruchu mívají několik složek. Obecně se cestovní ruch definuje jako krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností. Definice zní jednoduše, ale není plně výstižná. Nezahrnuje například lukrativní oblast služebních cest, kde hlavním smyslem cestování je práce, nikoli zábava. Je také nesnadné určit, jak daleko musí člověk cestovat nebo kolik nocí musí strávit mimo domov, abychom jej mohli považovat za turistu. Mezi cestovním ruchem a cestováním nepochybně existuje silná spojitost“ (Horner, 2003, s. 53).*

Podle Page (2011, s. 1) můžeme turismus označovat jako světový fenomén, jenž je založen na využívání volného času k návštěvě různých míst, destinací a oblastí. Zároveň uvádí, že lidé se účastní cestovního ruchu nejčastěji především v období prázdnin a dovolených.

*„Cestovní ruch představuje činnost lidí, spočívající v cestování a pohybu mimo místo jeho obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely“* (Kotíková, 2013, s. 16).

Podle Jakubíkové (2012, s. 18) je za cestovní ruch označován takový pohyb lidí, který se koná mimo jejich bydliště do míst, které jsou od jejich bydliště vzdálená a člověk tuto činnost vykonává za různými účely, mimo migrace a výkonu povolání.

*„Turismus (cestovní ruch) je činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí, a to na dobu kratší, než je stanoveno, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě (výdělečná činnost není v navštíveném místě založena na trvalém či přechodném pracovním poměru)“* (Palatková, 2011, s. 11).

Jakubíková (2012, s. 16) uvádí, že hlavními předpoklady rozvoje cestovního ruchu jsou svoboda člověka cestovat, volný čas, dostatek finančních prostředků k realizaci cestování a příznivá politická situace. Klíčovým aspektem je především volný čas, protože ostatní podmínky rozvoje cestovního ruchu jsou zpravidla splněny. Volný čas má určité hranice, které mohou být určeny tak, že se z mimopracovní doby vydělí čas, jenž je nutný pro realizaci domácích prací, čas nutný pro uspokojení základních potřeb (jídla, spánku, a podobně) a čas nutný pro přepravu jedince do zaměstnání, nákupy, a tak dále. Zároveň významným aspektem volného času je skutečnost, že je poměrně stálý. Lidé volný čas obvykle využívají k aktivnímu odpočinku, společenským činnostem, vzdělávání, svým zájmům a péči o své zdraví, výchově dětí, ke sportu, ale také k pasivnímu odpočinku, při kterém dochází k regeneraci sil.

Podle Misra (2008, s. 3) může být cestovní ruch rozdělen do dvou oblastí – stálý a dynamický. Stálý sektor se vztahuje přímo k pobytu v dané destinaci a spadá sem poptávka po stravování a ubytování. Naopak dynamický sektor obsahuje všechny ekonomické aktivity, zajištění dopravních služeb, ale také spotřební motivaci.

## 1.2 Druhy cestovního ruchu

Podle Gúčika (2010, s. 60) lze druhy turismu rozdělovat z více hledisek, jako například podle geografie, motivace, počtu návštěvníků, způsobu organizování, převažujícího místa pobytu, věku nebo délky účasti na cestovním ruchu.

Beránek a kol. (2013, s. 15) zmiňuje, že lze druhy turismu primárně rozdělit na domácí, zahraniční a mezinárodní cestovní ruch. **Domácí cestovní ruch** je zde definován jako cestování obyvatel dané země na jejím celém území. Znamená to tedy, že účastníci tohoto druhu turismu nepřekračují hranice vlastního státu. Naopak **zahraniční cestovní ruch** je založen na překračování hranic daného území a jeho součástí jsou výjezdy občanů této země do zahraničí (označován jako výjezdový turismus) a na druhé straně ho tvoří příjezdy zahraničních turistů do dané země (tak zvaný příjezdový cestovní ruch). **Mezinárodní cestovní ruch** zahrnuje pohyb účastníků turismu mezi jednotlivými státy bez konkrétního územního určení. O mezinárodním cestovním ruchu tedy můžeme hovořit jako o zahraničním turismu více států.

Ryglová a spol. (2011, s. 20) kromě domácího a zahraničního cestovního ruchu uvádí v základním dělení také **tranzitní cestovní ruch**, který je označován jako turismus, který se zakládá na průjezdu cestujícího přes území státu, kudy projíždí do jiné cílové destinace, a to obvykle bez přenocování. Do tranzitního cestovního ruchu avšak také spadá i pohyb cestujícího po letištním prostoru, v rámci mezipřistání letadla, bez toho aby prošli celním odbavením a pasovou kontrolou.

Kotíková (2013, s. 22) popisuje další dělení cestovního ruchu, a to na **základě motivu účasti na cestovním ruchu**. Z tohoto pojetí můžeme cestovní ruch dělit na cestovní ruch realizovaný během volného času a cestovní ruch konaný v rámci obchodních a služebních cest.

Další rozdělení podle Ryglové a kol. (2011, s. 21) je založeno na **způsobu financování**. Turismus můžeme tedy rozdělit na volný a vázaný. **Volný cestovní ruch** se zakládá na skutečnosti, že si jeho účastník veškeré výdaje v plném rozsahu hradí sám ze svých finančních prostředků. Služby jsou v tomto případě volně příslušné, ceny jsou stanoveny na základě dohody a účast na cestovním ruchu není formálně nějakým způsobem podmíněna. Podstata **vázaného cestovního ruchu** tkví v tom, že se účastník

částečně podílí na úhradě výdajů, zbytek výdajů je hrazen ze společenských fondů, jako jsou například podnikové fondy, fondy kulturních popřípadě sociálních potřeb nebo úhrada z nemocenského pojištění. Příkladem vázaného cestovního ruchu může být lázeňská péče, dětská rekreace nebo podniková rekreace realizovaná ve vlastních podnikových zařízeních. Účast na vázaném cestovním ruchu se zpravidla váže na splnění určitých podmínek.

Turismus se také může dále dělit podle **délky pobytu, způsobu účasti, počtu účastníků a ročního období**. Dělení cestovního ruchu z pohledu **délky pobytu**, lze specifikovat do dvou skupin na cestovní ruch krátkodobý (méně jak 3 přenocování) a dlouhodobý (více jak 3 přenocování). Podle **způsobu účasti** rozlišujeme turismus organizovaný a neorganizovaný. Základ organizovaného cestovního ruchu můžeme spatřovat v tom, že cesta a pobyt jsou v zásadě zajišťovány zejména cestovními kanceláři popřípadě jinými zprostředkovateli. U neorganizovaného turismu si služby a jejich zabezpečení zvolí účastník sám. **Počet účastníků** na cestovním ruchu se může lišit, avšak v zásadě rozlišujeme individuální a kolektivní turismus. Na individuálním cestovním ruchu se cestující participuje zejména sám nebo s rodinou. Kolektivní cestovní ruch je spojován s účastí více než jedné osoby a může mít formu skupinového, masového nebo klubového turismu. **Sezonní cestovní ruch** lze rozčlenit na dvě skupiny, a to na sezónní (letní a zimní sezóna) a mimo sezónní, jenž je význačný svou nízkou návštěvností v daném období. (Ryglová a kol., 2011, s. 21)

### 1.3 Formy cestovního ruchu

*„Formy cestovního ruchu vycházejí ze zaměření cestovního ruchu na uspokojování určitých konkrétních potřeb účastníka. Jednotlivé formy cestovního ruchu obvykle kladou zvláštní požadavky na způsob realizace a zabezpečení služeb – na jejich rozsah a kvalitu“ (Hladká, 1997, s. 16).*

Mezi základní formy turismu podle Ryglové a kol. (2011, s. 20) patří rekreační cestovní ruch, kulturně poznávací cestovní ruch, sportovně-turistický cestovní ruch a léčebný a lázeňský cestovní ruch.



Heslová (2011, s. 20) uvádí, kromě výše zmíněných druhů turismu, ještě dobrodružný cestovní ruch, náboženský, resp. poutní cestovní ruch, kongresový cestovní ruch (profesní cestovní ruch) a stimulační cestovní ruch.

Podle Kotíkové (2013, s. 5) rozeznáváme i nové druhy turismu, které se zformovaly na základě nové motivace účastníků, a jsou to například gastronomický cestovní ruch, dark tourism (temný cestovní ruch), event tourism, dobrovolnický cestovní ruch, svatební cestovní ruch, filmový cestovní ruch, vesmírný cestovní ruch.

Sysel (2009, s. 85) definuje specifickou oblast turismu, kterou nazývá **zelený cestovní ruch**, jehož výsledné produkty dbají na ochranu životního prostředí, soužití a porozumění mezi jednotlivými sociálními skupinami a zachování historického a kulturního bohatství. Do tohoto odvětví spadá agroturismus, ekoturismus a ekoagroturismus, venkovský cestovní ruch a chataření a chalupaření

V níže uvedených podkapitolách se autorka pokusí blíže specifikovat a definovat nejznámější formy cestovního ruchu.

### **1.3.1 Rekreační cestovní ruch a kulturně poznávací cestovní ruch**

Ryglová a kol. (2011, s. 20) popisuje rekreační turismus jako aktivitu, která pomáhá k regeneraci a reprodukci tělesných i psychických sil člověka. Podstatou je realizace ve vhodném rekreačním prostředí, jako jsou vody, lesy, hory a podobně. V České republice je zvláštním typem rekreačního turismu chataření a chalupaření.

Podle Heskové a kol. (2011, s. 20) je pro rekreační cestovní ruch typický pasivní a aktivní odpočinek v příhodném přírodním prostředí, který má za účel obnovu fyzických i psychických sil člověka. Jedná se tedy o pobyt ve vhodném přírodním prostředí, který je kombinovaný s rozličnými rekreačními aktivitami, jako jsou pohybově nenáročné sportovní činnosti (např. chataření, chalupaření, procházky v přírodě, táboření, apod.). Má podobu zpravidla individuální popřípadě rodinné rekreace, která se realizuje ve vlastních nebo pronajatých zařízeních.

Palatková (2014, s. 24) podotýká, že v současné době se klade velký význam na aktivní způsob trávení dovolené, proto je většinou rekreační turismus kombinován nebo

doplňován ostatními typy cestovního ruchu jako například s kulturně-poznávacím cestovním ruchem, sportovně zaměřeným cestovním ruchem, popřípadě s turismem se vzdělávacími motivy.

Vysočina je vhodným místem právě pro realizaci rekreačního turismu. Nachází se zde mnoho lokalit s vodními nádržemi a rozmanitou přírodou. Je zde také velká nabídka chat a chalup k pronájmu v blízkosti různých přírodních atraktivit. Rekreační cestovní ruch je jedním z nejpopulárnějších forem cestovního ruchu na Vysočině, který je turisty hojně využíván.

Kulturně poznávací turismus: *„Je zaměřen především na poznávání historie, kultury, tradic, zvyků, způsobů života a plní významnou výchovně- vzdělávací funkci. Zahrnuje především návštěvu kulturně-historických památek (muzeí a galerií) a kulturně společenských akcí (divadelních, filmových, hudebních a folklórních festivalů)“* (Palatková, 2014, s. 24).

Účast na kulturně poznávacím cestovním ruchem je podmíněna možností uspokojování duchovních potřeb lidí, kteří se ho zpravidla účastní za účelem poznávání kulturního dědictví, kultury a způsobů života obyvatel navštívených míst. V praxi je kulturně poznávací turismus charakterizován návštěvou muzeí, galerií, výstav, pamětihodností, hudebních a divadelních festivalů, archeologických nalezišť, filmových festivalů nebo různých společenských akcí. Důležitým prvkem tohoto typu je skutečnost, že v rámci něho dochází také k symbióze vzdělávacího procesu a účelně tráveného volného času. (Heslová a kol, 2011, s. 22)

Kulturně poznávací cestovní ruch má na Vysočině velký potenciál. Je zde velké množství hradů a zámků, ale také zřícenin, kdy mnohé z nich prošly rekonstrukcí a zpřístupněním turistům. Na území Vysočiny se také nacházejí rovnou tři památky, které jsou zapsané na Seznamu kulturního a přírodního dědictví UNESCO. V kraji je také hodně muzeí a galerií, které mohou turisty zaujmout svým obsahem.

### 1.3.2 Sportovně-turistický cestovní ruch a léčebný a lázeňský cestovní ruch

Sportovně-turistický cestovní ruch se zakládá na zájmu jedinců o aktivní odpočinek a aktivní účasti na sportovních aktivitách v rámci turismu. Tento typ může obsahovat také organizování pasivní účasti na sportovních akcích. (Ryglová a kol., 2011, s. 20)

Podle Palatkové (2014, s. 25) jsou v tomto typu cestovního ruchu obsaženy všechny sportovní aktivity. Mimo tradičních sportů jako je trekking, cykloturistika, lyžování, vodní sportovní aktivity, a jiné, sem můžeme zařadit také lovecký turismus, různé adrenalinové sporty, ale také rozličné druhy extrémních sportovních aktivit (např. powerkiting, snowboardcross, rafting, různé druhy horolezectví, paintball, bunde-jumping, a podobně).

Hesková a kol. (2011, s. 21) poznamenává, že sportovní a pohybové aktivity jsou dobrým prostředkem, pomocí kterého mimo jiné dochází k rozvíjení morálních a volních vlastností člověka, například vytrvalost, houževnatost, odvaha, kolektivní duch.

Sportovně-turistický cestovní ruch má v Kraji Vysočina také velký potenciál. Už jen z toho důvodu, že tato lokalita má členitý terén, a proto poskytuje zázemí velkému množství různých sportů, jak zimních, tak letních. Kraj je sám osobně známý především díky zimním sportům. Nachází se zde hned několik sjezdovek a každý rok se zde koná Světový pohár v biatlonu. Co se týče letních sportů, tak kraj nabízí velké množství cyklistických a turistických tras vhodných pro trekking. Kraj je vhodný také pro horolezectví pro velký výskyt skalních útvarů s nataženými horolezeckými cestami.

*„Lázeňský cestovní ruch (spa tourism) představuje zdravotně-preventivní a léčebné činnosti pod odborným zdravotnickým dohledem ve volném čase. Jeho rozvoj je podmíněný existencí přírodních léčivých zdrojů (přírodní léčivé vody, plyny, bahno a klima), které ovlivňují zaměření lázeňské léčby“* (Hesková a kol., 2011, s. 23).

Lázeňský turismus se v některé literatuře považuje za jeden z druhů zdravotního cestovního ruchu. Podle Heskové a kol. (2011, s. 23) je zdravotní turismus reakcí na rostoucí zdravotní uvědomění lidí, kteří se snaží preventivně ovlivňovat své zdraví před negativními důsledky jejich životního stylu.

### 1.3.3 Náboženský cestovní ruch a kongresový cestovní ruch

Podle Palatkové (2014, s. 25) je náboženský turismus je velmi důležitým typem cestovního ruchu, který v sobě obsahuje účast na náboženských obřadech a poutích, návštěvnost církevních památek, potních a posvátných míst.

Hesková (2011, s. 22) poznamenává, že náboženský turismus je považován za součást kulturního cestovního ruchu a souvisí s tradicemi různých světových náboženství. Náboženský turismus bývá obvykle od kulturního cestovního ruchu odlišován na základě náboženských motivů a neakceptováním označování jeho účastníků pojmem turista.

Kongresový turismus je jako jeden z mála realizován ve volném čase. Dalším faktem je, že bývá zpravidla určen pro uzavřenou skupinu účastníků a na základě toho vyžaduje individuální přístup organizátorů. Ze strany národních turistických organizací je tomuto typu cestovního ruchu připisována velká pozornost vzhledem k tomu, že lze tento typ turismu realizovat mimo běžnou turistickou sezónu (Palatková, 2014, s. 26).

Kongresový cestovní ruch se od ostatních typů turismu odlišuje především tím, že se zpravidla pořádá ve velkých městech a je spojován s nadprůměrnými příjmy převážné většiny jeho účastníků, proto je považován za nejefektivnější typ (Hesková a kol., 2011, s. 23).

#### **Shrnutí**

V úvodu první kapitoly autorka obecně vymezuje pojem cestovní ruch a jeho současnou situaci s poukázáním na určité problémy, které se v dané oblasti vyskytují. Následně se autorka zabývá jednotlivými vymezeními definic cestovního ruchu, protože v současné praxi neexistuje jedna všeobecně platná definice, které by přesně vymezovala pojem cestovní ruch a jeho problematiku. Druhá podkapitola je věnována jednotlivým druhům cestovního ruchu a vymezením rozdílů mezi nimi. Poslední třetí podkapitola pojednává o vybraných formách cestovního ruchu, kde některé z nich jsou aplikovány na kraj Vysočina.

## 2     **MARKETING DESTINACE CESTOVNÍHO RUCHU**

Pokud máme hovořit o marketingu destinace cestovního ruchu, je zapotřebí definovat klíčové pojmy, které s tímto tématem marketingu souvisí. *„Marketing je společenský a manažerský proces, jehož prostřednictvím uspokojují jednotlivci a skupiny své potřeby a přání v procesu výroby a směny produktů a hodnot“* (Jakubíková, 2012, s. 44).

*„Marketing je soubor provázaných a na sebe navazujících činností každého zaměstnance, směřující k tomu, aby organizace Správnému zákazníkovi, ve Správný čas, za Správnou cenu, Správným způsobem předložila Správný produkt.“* (Křížek, 2014, s. 95)

Podle Kotlera (2014, s. 27) není v současné době marketing chápán jako proces inzerování a prodávání. Marketing musí být vnímán jako proces soustavného uspokojení potřeb zákazníků. Pokud prodejce zná potřeby zákazníků, je schopen vytvořit takový produkt, který má pro zákazníky hodnotu a pokud zároveň správně stanoví cenu, distribuci a propagaci, bude se tento produkt také snadno prodávat.

*„Cílem marketingu je dodat produkt správným skupinám zákazníků, v pravý čas, na správném místě, za odpovídající ceny a s přiměřenou propagací, lépe než konkurence“* (Johnová, 2008, str. 16).

Pokud uvažujeme o marketingu aplikovaném v cestovním ruchu, tak jde v podstatě o aplikaci marketingu v oblasti služeb, protože cestovní ruch jako takový je neoddělitelně spojen s poskytováním služeb zákazníkům. Z tohoto důvodu je vhodné také vymezit pojmy jako je služba a následně co je to marketing služeb.

*„Služba je činnost, kterou může jedna strana nabídnout straně druhé, je naprosto nehmotná a nevytváří nabyté vlastnictví“* (Jakubíková, 2012, s. 70).

*„Službami obecně se rozumějí ekonomické statky, které mají převážně nehmotný charakter. V cestovním ruchu představují heterogenní soubor užitečných efektů určených k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. Mají průřezový charakter, to znamená, že je produkují nejen podniky cestovního ruchu, ale i další subjekty soukromého a veřejného sektoru.“* (Orieška, 2010, s. 9)

Podle Ryglové (2011, s. 96) můžeme služby chápat jako ekonomickou činnost, jejímž výsledkem jsou nějaké nemateriální hodnoty, které představují užitečný efekt pro subjekty, které služby spotřebovávají.

*„Služby cestovního ruchu – činnost směřující k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu; patří sem zejména služby ubytovací, stravovací, dopravní, služby obchodu, kulturní, společensko-zábavní, sportovně-rekreační, lázeňské, směnářské, komunální, informační, služby pro motoristy, celní služba“ (Čech, 1998, s. 50).*

*„Služby jsou samostatně identifikovatelné, především nehmotné činnosti, které poskytují uspokojení potřeb a nemusí být nutně spojovány s prodejem výrobku nebo jiné služby. Produkce služeb může, ale nemusí vyžadovat užití hmotného zboží. Je-li však toto užití nutné, nedochází k transferu vlastnictví tohoto hmotného zboží“ (Vašítková, 2014, s. 16).*

*„Marketing služeb představuje výchozí základnu pro rozvoj teorie a praxe marketingu cestovního ruchu. Obě sféry aplikace marketingu pracují se shodnými charakteristikami produktu a to především ve formě služby“ (Hesková, 2011, s. 129).*

Jakubíková (2012, s. 75) popisuje, že hlavními marketingovými úkoly firem působících ve službách jsou posílení jejich konkurenční diferenciace, zvýšení kvality jejich služeb a zvýšení produktivity. Pokud budeme pojednávat o posílení konkurenční diferenciace má firma několik možností, a to odlišení poskytovaných služeb prostřednictvím zaměstnanců, prostředí a procesu jako takového (servírování jídel v restauracích, použití nových technologií v dopravě, a podobně). Ve sféře zvyšování kvality poskytovaných produktů a služeb by se mohlo jednat především o překonávání očekávání zákazníků nebo poskytovat vyšší kvalitu produktů a služeb než konkurence. V rámci produktivity, je zde obecným faktem, že rostoucí náklady vytváří velký tlak na zvyšování produktivity služeb. Pokud chceme zvýšit produktivitu, tak můžeme této skutečnosti docílit více způsoby, jako například výkonem zaměstnanců, navýšením kvantity na úkor kvality, „industrializací služby“, účinnější koncepcí služeb, ale taky motivací zákazníka, aby mohl některé aktivity vykonávat sám (nákup na internetu, samoobslužné restaurace, švédské stoly, a jiné).

*„Poskytovateli služeb na turistickém trhu jsou výrobní, servisní a kulturní organizace – hotely, restaurace, muzea, výstavy, sportovní zařízení, dopravní společnosti a jiné. Proces dodávání turistických služeb konečným spotřebitelům je nepřímým procesem, který poměrně často nepředpokládá jejich bezprostřední spojení. V procesu dodání se turistické služby komplementují do tak zvaného turistického produktu (turistický operátor – TO) a pomocí systému distribuce (Cestovní kanceláře – CK) se dostávají spotřebitelům.“ (Ilina, 2006, s. 4)*

## **2.1 Obecné vymezení marketingu destinace cestovního ruchu**

Podle Heskové a kol. (2011, s. 133) může být marketing cestovního ruchu definován ve smyslu systematické a organizované orientace politik cestovního ruchu (podnikatelské, soukromé a státní) na jednotlivých úrovních, jako je místní, národní a mezinárodní úroveň, za účelem co nejefektivnějšího uspokojování potřeb daných skupin zákazníků při dosažení úměrného zisku.

Klíčové je vymezit pojmy jako je destinace turismu a poté co je to marketing destinace turismu. Podle Palatkové (2011, s. 11) lze **destinace cestovního ruchu** označit jako místo, které je účastníky cestovního ruchu vybíráno jako cíl jejich cesty, kde se nachází určitý komplex různých služeb soustředěných v určitém místě nebo oblasti. Zároveň destinace cestovního ruchu se označují jako jednotky, které si navzájem konkurují, kdy jejich společným cílem je prodej služby potenciálnímu zákazníkovi.

Jakubíková (2012, s. 37) upozorňuje, že v dnešní době se destinace cestovního ruchu střetávají s mnoha problémy. Za ten největší problém je považováno velké množství konkurence, které přerůstá do stavu hyperkonkurence. Pokud má destinace na trhu za takovýchto podmínek obstát, je zapotřebí, aby byla patřičným způsobem také řízena, stejně jako podnik. Autorka spatřuje řešení v tom, že by docházelo k náležité koordinaci a kooperaci činností jak podnikatelských, tak i nepodnikatelských subjektů. Destinace pro svou existenci potřebuje tedy získat potenciální zákazníky, kteří jsou ochotni cestovat, a proto je nutné, aby každá destinace ve svých činnostech uplatňovala marketing.

*„Marketing destinace cestovního ruchu je proces sladování zdrojů destinace s potřebami trhu. Obsahuje analýzu místa, plánování, organizování, řízení a kontrolu strategií na vymezení lokalit a směřuje hlavně k silným stránkám konkurenční pozice současných míst v mezinárodním souboji o aktivní cílové skupiny“ (Jakubíková, 2012, s. 38).*

V rámci marketingu destinace cestovního ruchu je důležitým prvkem politika turismu a především její **nositelé**. Za nositele politiky turismu v jednotlivých destinacích cestovního ruchu můžeme považovat veškeré instituce a organizace veřejného, soukromého a neziskového sektoru. Politika turismu destinace cestovního ruchu je důležitá především z toho důvodu, že stanovuje cíle, roli a hranice působení subjektů výše zmíněných sektorů v marketingovém řízení destinace. Zároveň marketingové řízení je založeno na vzájemném propojení jednotlivých subjektů ekonomiky, jako je veřejný a soukromý sektor, ale i neziskový nevládní sektor, popřípadě sektor domácností, tzv. rezidentů (Palatková, 2011, s. 76).

Dále je kladen důraz také na podporu komunikace mezi stranou nabídky a poptávky a na spolupráci mezi účastníky územního rozvoje ze soukromého a veřejného sektoru, ale důležitá je především taktéž orientace na potřeby návštěvníků dané destinace, kterými mohou být turisté, občané, podnikatelé, apod. Neméně významný je také aktivní tržní podnikatelský přístup k místnímu a regionálnímu rozvoji (Jakubíková, 2012, s. 39).

Další význačnou skutečností pro podrobnější věnování marketingu destinace cestovního ruchu je skutečnost, že investice do destinací cestovního ruchu jsou závislé ve velkém rozsahu na veřejných zdrojích, zvláště v České republice. Jedním z velkých zdrojů financí jsou zdroje Evropské unie, která podporuje cestovní ruch prostřednictvím svých strukturálních fondů. Finanční zdroje z těchto fondů jsou čerpány prostřednictvím jednotlivých operačních programů. Čerpání peněžních prostředků je rozděleno do sedmiletých cyklů, které jsou označovány jako programovací období. Dostupnost financí je ovšem velice časově omezená právě díky jednotlivých programovacím obdobím, kdy finanční zdroje mohou subjekty čerpat pouze v předem stanoveném časovém období. Navíc mohou být tyto finanční zdroje využity pouze krátkodobě, tudíž s nimi nemůžeme počítat jako se stálým příjmem. Funguje to tak, že dostaneme



finanční prostředky na realizaci konkrétního projektu a jakmile je projekt hotový, tak finanční dotace končí a dál se musíme o projekt starat prostřednictvím vlastních peněžních zdrojů. Je proto velmi důležité, abychom byli schopni posoudit účinnost a přínosy těchto finančních zdrojů z dlouhodobého hlediska a být schopni brát v úvahu, jak by se mohly tyto zdroje promítnout na postavení dané destinace na trhu a případném zvýšení jejího výkonu. (Ryglová a kol., 2011, s. 149)

## 2.2 Financování systému marketingového řízení destinace

Financování marketingového řízení destinace cestovního ruchu je jedním z klíčových prostředků, jak zajistit fungování destinace jako takové. V dnešní době je nesmírně důležité mít přehled, jakých peněžních prostředků může pro své účely a aktivity destinace cestovního ruchu využít. Financování tohoto systému, jak již bylo uvedeno, je z velké části závislé na veřejných zdrojích a evropských veřejných zdrojích, proto se v této podkapitole bude autorka věnovat veřejným zdrojům financování jako takovým.

Podle Palatkové (2011, s. 116) je hlavním cílem financování ve své podstatě posílení oblasti rozvoje turismu v dané destinaci a tím dosažení cílů dané destinace, které si vytyčila. Pokud není vhodně nastavený systém financování marketingového řízení, tak aby čerpání peněžních prostředků bylo zajištěno prostřednictvím stabilních peněžních zdrojů, je zde velké riziko kolapsu, neefektivnosti destinace a jejího celkového nesprávného fungování. Nejklíčovějším aspektem je skutečnost, že pokud již nějaké finanční zdroje má destinace k dispozici, musí především tyto zdroje efektivně a účinně využít.

Jednotlivé zdroje financování lze rozdělit hned podle několika kritérií. Jedním z nejznámějších dělení je rozdělení na soukromé a veřejné. **Veřejné zdroje financování** můžeme dále rozdělit na národní a evropské zdroje financování. Specifickým zdrojem peněžních prostředků mohou být také příjmy od návštěvníků, jako jsou například různé poplatky za lázeňský nebo rekreační pobyt. Ty představují příjmy do obecního rozpočtu. Další zvláštní skupinou pak také mohou být speciální granty v rámci různých nadací a jejich programů, v rámci kterých pak dochází ke kombinování

peněžních prostředků, protože se jedná o formu partnerství mezi veřejným a soukromým sektorem. Příkladem takovéto formy financování je například nadace Partnerství (Palatková, 2011, s. 117).

Za jeden ze základních zdrojů financování turismu můžeme považovat výběr daní popřípadě poplatků. Daň je obligatorní, nenávratná a zákonem stanovená platba do veřejného rozpočtu státu a obvykle se opakovaně platí v pravidelných časových intervalech jako například DPH, popřípadě může být placena nepravidelně (daň převodu nemovitostí). Poplatek se liší od daně tím, že je zpravidla dobrovolný, nepravidelný a nenávratný a představuje peněžní kompenzaci za služby poskytované veřejným sektorem (Palatková, 2011, s. 119).

V dnešní době se za velmi významný zdroj financí považují jednotlivé fondy Evropské unie. Prostřednictvím těchto fondů se Evropská unie snaží o dosažení stejnoměrného hospodářského a společenského rozvoje všech států a jejich regionů, které jsou jejími členy. Hlavním cílem je zmenšení a utlumení rozdílů v ekonomické a životní úrovni jednotlivých členských zemí a zároveň udělat z Evropské unie celek, který by byl schopen čelit nástrahám a výzvám současného světa. Toto úsilí je označováno jako evropská politika hospodářské a sociální soudržnosti. A právě nástroji uskutečnění této kohezní politiky jsou fondy EU. Fondů Evropské unie rozlišujeme hned několik mezi nejznámější fondy, patří: Evropský fond pro regionální rozvoj, Evropský sociální fond a Fond soudržnosti. Dalšími významnými fondy jsou Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova, Evropský rybářský fond, Fond předvstupní pomoci, aj. Finanční prostředky z jednotlivých fondů Evropské unie jsou rozdělovány prostřednictvím tak zvaných operačních programů (Ryglová a kol., 2011, s. 176).

V programovacím období 2007 – 2013 byly pro cestovní ruch z hlediska peněžní podpory relevantní programy: Integrovaný operační program, Regionální operační programy, Programy přeshraniční spolupráce a Programy rozvoje venkova, které zároveň představovali klíčový nástroj pro realizaci Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR v období 2007 – 2013 (MMR, online, cit. 2014-12-15).

V programovacím období 2014 – 2020 byly České republice vyčleněny finanční prostředky ve výši 24 miliard eur. Vládou ČR bylo pro toto programovací období vytvořeno 20 operačních programů. Mezi nimi jsou i takové týkající se podpory

cestovního ruchu. Důležitým je především Integrovaný regionální operační program, který slouží ke snižování územních rozdílů, zkvalitnění infrastruktury a k posílení konkurenceschopnosti v regionech. V rámci tohoto operačního programu je podporována oblast podnikání v cestovním ruchu a ochrana kulturního a přírodního dědictví. Dále je zde hned 5 operačních programů týkajících se přeshraniční spolupráce. (Strukturální fondy, online, cit. 2014-12-15)

Jak již bylo uvedeno, tak jednou z forem, kterou můžeme považovat za veřejné financování cestovního ruchu, jsou místní poplatky. Místní poplatky představují příjem do obecních rozpočtů a jejich odvody jsou stanovené zákonem číslo 596/1990 sbírky, o místních poplatcích. I přesto, že cílem tohoto zákona není financování turismu jako takového, tak několik z vybíraných devíti poplatků se týká cestovního ruchu. Výše poplatků je závazně stanovena obcí a týká se jak rezidentů, tak i turistů. V oblasti turismu je důležitých 5 typů poplatků (poplatek za lázeňský nebo rekreační pobyt; poplatek z ubytovací kapacity; poplatek ze vstupného na kulturní a sportovní, prodejní či reklamní akce; poplatek za užívání veřejného prostranství a poplatek za povolení k vjezdu motorovým vozidlem do vybraných částí obce). Jejich zavádění obcemi je fakultativní, kdy obec sama zváží, jaké poplatky zavede a zda vůbec. V roce 2007 realizovalo Ministerstvo vnitra studii, která se zabývala průzkumem zavádění místních poplatků. Z dané studie vyplývá, že 99 % obcí zavedlo poplatek ze psů. Druhý nejčastěji vybíraný je poplatek za likvidaci komunálního odpadu (92 %) a třetím v pořadí se umístil poplatek za užívání veřejného prostranství (69 %). Pro zajímavost poplatek za lázeňský a rekreační pobyt je vybírán ve městech jako Český Krumlov, Brně, Praze, Českých Budějovicích, Jeseníku, Karlových Varech, Luhačovicích, Mariánských nebo například Františkových Lázních. (Palatková, 2011, s. 139)

**Tabulka 1: Druhy poplatků a jejich výše**

<b>Druh poplatku</b>	<b>Jeho výše</b>
Poplatek za lázeňský nebo rekreační pobyt	max. výše 15 CZK/osoba/den
Poplatek z ubytovací kapacity	max. výše 4 CZK/osoba/den

Poplatek ze vstupného na kulturní a sportovní, ..., akce	max. sazba 20 % z úhrnné částky
Poplatek za užívání veřejného prostranství	max. výše 10 CZK/m <sup>2</sup> /den

Zdroj: Zákony online, online, cit. 2015-01-02<sup>1</sup>

V České republice není zákonem stanovena povinnost financování oblasti cestovního ruchu, tudíž výše peněžních prostředků se odvíjí od rozhodnutí politiků na národní, regionální a místní úrovni. Na základě úrovně pak jde o financování turismu ze státního rozpočtu, rozpočtu krajů a rozpočtu měst a obcí (Palatková, 2011, s. 133).

Peněžní podpora turismu na národní (státní) úrovni je realizovaná prostřednictvím Ministerstva pro místní rozvoj, které podporuje činnost příspěvkové organizace CzechTourism nebo pomocí uplatňování speciálních finančních nástrojů. Do současné doby byly uskutečněny pouze dva nástroje podpory cestovního ruchu v ČR, a to Státní program podpory cestovního ruchu (2001 – 2007) a Národní program podpory cestovního ruchu z období 2010 – 2015. (Palatková, 2011, s. 133)

**Státní program podpory cestovního ruchu (2001 – 2007)** byl schválen roku 2000 jako nástroj financování pro plnění Koncepce státní politiky cestovního ruchu České republiky. Mezi hlavní cíle tohoto programu bylo především postupný proces zkvalitňování infrastruktury pro turismus, tvorba produktů v cestovním ruchu, růst zaměstnanosti v oblasti turismu a podobně. V roce 2004 byl tento program prodloužen až do roku 2007. Každý rok zároveň docházelo k jeho aktualizaci formou podprogramů, jenž byly zaměřeny na podporu lázeňství a rozvíjení doprovodné infrastruktury pro cestovní ruch a sportovně-rekreační aktivity. Rozpočet programu se pohyboval v rozmezí od 140 do 260 milionů korun a příjemci finanční podpory mohly být subjekty veřejného a soukromého sektoru, ale také subjekty z nevládního neziskového sektoru. Spoluúčast na financování se pohybovala okolo 50 %. (Palatková, 2011, s. 133)

**Národní program podpory cestovního ruchu (2010 – 2013)** je stejně jako státní program nástrojem financování Koncepce státní politiky cestovního ruchu České

<sup>1</sup> ZÁKONY ONLINE. *Zákon o místních poplatcích (zákon č. 565/1990 Sb.)*. [online]. [cit. 2015-01-02]. Dostupné z: <http://zakony-online.cz/?s158&q158=all>

republiky na období 2007 – 2013. Základ tohoto programu tvoří **Podprogram Cestovní ruch pro všechny** realizovaný roku 2010. Ten se zaměřoval na vytváření nových produktů pro domácí cestovní ruch, mimo jiné také marketingovou podporou nově vytvořených produktů a jejich následnou realizací. Tyto projekty musely splňovat podmínku orientace na konkrétní speciální skupinu, jako například na seniory, rodiny s dětmi nebo hendikepovaní. Spoluúčasť na financování byla opět ve výši maximálně 50 %. Roku 2011 byl realizovaný další podprogram **Cestování dostupné všem**. Oblasti, na které byl zaměřen, byly rekonstrukce a stavění nových odpočívadel, center služeb pro návštěvníky daných lokalit a hygienického zázemí pro pěší turisty, pro cyklisty a pro hendikepované turisty. Roku 2012 a 2013 byl program Cestování dostupné všem znovu schválen vládou a měly stejné obsahy podpory jednotlivých oblastí jako podprogram z roku 2011. (Palatková, 2011, s. 133)

Na konci roku 2013 bylo schváleno prodloužení Národního programu podpory cestovního ruchu až do roku 2015. Pro zbylé dva roky 2014 a 2015 byl vládou schválen podprogram, který opět nese název Cestování dostupné všem, stejně jako v letech předešlých a má stejnou obsahovou náplň. (MMR, online, cit. 2014-12-15)

Podpora cestovního ruchu na regionální úrovni není obligatorní. Zákon o krajích neukládá krajům povinnost se nějakým způsobem podílet na financování turismu, proto tato skutečnost ve velké míře závisí na možnostech výdajové stránky rozpočtu daného kraje, protože jejich výše závisí na výši příjmů do rozpočtů kraje. Příjmy jsou obvykle tvořeny vlastními příjmy (kapitálové a běžné příjmy) a přijatými dotacemi. Daňové příjmy mají povahu sdílených daní, a to ve výši 8,92 % celorepublikového hrubého výnosu daně. (Palatková, 2011, s. 136)

*„Na základě zákona o krajích zřídily některé kraje fondy pro financování turismu (např. Fond Kraje Vysočina, Středočeský Fond cestovního ruchu a podpory podnikání, Fond kultury a obnovy památek řízený rovněž Středočeským krajem, Destinační fond Českého Švýcarska založený Ústeckým krajem, Fond kulturního dědictví Libereckého kraje)“ (Palatková, 2011, s. 137).*

Pokud jde o podporu turismu obcemi a městy, tak ani ty nemají ze zákona o obcích povinnost financování cestovního ruchu. Model na úrovni měst a obcí je obdobný jako model na úrovni kraje. Jediným rozdílem je, že obce mají na rozdíl od krajů možnost

na základě zákona vybírat tzv. místní poplatky, které představují určitou část příjmu do obecního rozpočtu, jak již bylo zmíněno. Příjmy měst a obcí se tedy skládají z vlastních příjmů obcí a dotací. Obcím taktéž náleží podíl z hrubého celorepublikového výnosu daně, a to ve výši 21,4 %. (Palatková, 2011, s. 138)

### **Shrnutí**

Druhá kapitola pojednává o marketingu destinace cestovního ruchu, který je nezbytný pro její fungování. V úvodu jsou vysvětleny a definovány klíčové pojmy, jako je marketing, služba a marketing služeb. První podkapitola je věnována vymezení marketingu destinace cestovního ruchu jako takovému. Velmi významnou je druhá podkapitola, která pojednává o problematice financování cestovního ruchu, kde se autorka zabývá jednotlivými způsoby, jak lze peněžně podporovat turismus ve vybraných destinacích. Velká část dané podkapitoly je věnována peněžním zdrojům ze Strukturálních fondů Evropské unie v aplikaci na oblast cestovního ruchu. V závěru dané podkapitoly se autorka věnuje tomu, jak je možné finančně podporovat cestovní ruch na úrovni státu, krajů a obcí.

### 3 ANALÝZA NABÍDKY A POPTÁVKY CESTOVNÍHO RUCHU

V dnešní době je velmi důležité, aby destinace cestovního ruchu měla dobře zmapovanou poptávku v oblasti turismu a byla schopna na tuto poptávku pružně reagovat svou nabídkou. Tato skutečnost je nesmírně důležitá z hlediska uplatnění se na trhu a udržení se na poli konkurence. Oblast cestovního ruchu se vyznačuje velkou konkurencí, a proto mít správně zanalyzovanou oblast nabídky a poptávky je nezbytným prvkem. V současnosti dochází k tomu, že poptávka v turismu určuje nabídku, a proto je zapotřebí umět na ni pružně reagovat. Z tohoto důvodu se autorka rozhodla pro zařazení této kapitoly do své diplomové práce.

#### 3.1 Poptávka v turismu

Palatková (2014, s. 39) definuje poptávku v cestovním ruchu jako: *„projev potřeb účastníka turismu podložený koupěschopností neboli ochotou účastníků turismu směřit určité množství peněz za statky turismu.“*

Podle Beránka a kol. (2013, s. 218) je poprávka po službách na trhu turismu jedním z rozhodujících aspektů. Každý podnik, který se zaměřuje na oblast cestovního ruchu, nebo k němu má nějaký vztah, se orientuje na to, aby měl hodnověrné a aktuální informace o poptávce, především teda o prognózované poptávce. Na základě tohoto ukazatele se odvíjí a závisí stav obchodu turismu, výdaje na propagaci, plánování investic, možnosti rozšíření působnosti na trhu a podobně. Aby firma mohla rozšiřovat svou působnost na tomto trhu, je zapotřebí mít k dispozici aktuální informace o tom, do jaké lokality chtějí účastníci cestovního ruchu jet, kolik tam chtějí strávit času, jaké budou jejich konkrétní požadavky a kolik financí jsou ochotní na místě utratit. Získané informace vztahující se k poptávce se pak mohou stát spolehlivým základem pro vytvoření dlouhodobého plánu rozvoje turismu.

Důležité je si také vymezit, jaké jsou současné trendy v oblasti poptávky, což je jedním z klíčových prvků, na základě kterého by se měla stanovovat nabídka v turismu. Podle

Palatkové (2014, s. 47) existuje hned několik současných trendů v poptávce, a to globalizace, fragmentace, ohleduplnost k životnímu prostředí, rychlé změny životních stylů, změna poměru masových turistů k turistům nezávislým, nové typy dovolených a zvýšené požadavky na kvalitu. **Globalizace** ve vztahu k turismu se projevuje prostřednictvím dvou prvků. Jako první se uvádí teritoriální expanze v globálním měřítku. Tento fakt byl zapříčiněn rozvojem technologií, infrastruktury a informačních technologií. Druhou příčinou je pak standardizace a homogenizace trhu.

**Fragmentace** je trend, který byl prokázán již kvalitativními výzkumy. Je založena na tom, že velké množství účastníků cestovního ruchu realizuje v období jednoho roku více cest, nicméně počet nocí strávených v dané destinaci má klesající tendenci v rámci jedné cesty. (Palatková, 2014, s. 47)

**Ohleduplnost k životnímu prostředí** je jedním z nejvíce diskutovaných témat nejen celosvětově ve všech odvětvích, ale právě i v turismu. Příroda a životní prostředí patří k jedněm ze základních předpokladů pro realizaci cestovního ruchu. Znečišťování životního prostředí je spojováno s nadměrnou produkcí škodlivých plynů a nadužíváním omezených zdrojů, proto je v současnosti poptávka orientovaná do sekce udržitelného turismu a produktů, které jsou šetrné k životnímu prostředí. (Palatková, 2014, s. 47)

Dalším významnou tendencí udávající směr poptávky jsou **rychlé změny životních stylů**. V podstatě jde o to, že účastníci cestovního ruchu prahnou po tom zažít něco nového a být aktivní. Lidé se tedy více zaměřují na uspokojování jejich růstových potřeb, a proto hledají takovou dovolenou, pomocí které by nejen regenerovali, ale měli zároveň možnost naučit se něco nového, experimentovat, riskovat, rozšířit si obzory a podobně. (Palatková, 2014, s. 48)

Jiný trend, který v současnosti určuje poptávku, je spojen se **změnou poměru masových turistů k turistům nezávislým (individuálním)**. Tento trend je založen na skutečnosti, že lidé si rádi plánují dovolené sami na míru, tak jak jim to vyhovuje, mají svoje potřeby a svoje požadavky, chtějí se aktivně podílet na trávení svého volného času, mají více zkušeností. Díky tomu tak klesá význam tradičních a tour operátory připravených paketů a roste naopak význam regionálních produktů s možností přizpůsobení potřebám návštěvníka dané destinace. (Palatková, 2014, s. 48)



S tímto značně souvisí i další směr v udávání poptávky, a to je požadavek na **nové typy dovolených**. Účastníci turismu mají totiž velmi specifické a rozsáhlé spektrum zájmů. Na základě toho se musí nabídka přizpůsobit a vytvořit takové produkty, které jsou tematicky zaměřené a reflektují přání a potřeby klientů. (Palatková, 2014, s. 48)

Posledním tendencí v současné poptávce jsou **zvýšené požadavky na kvalitu**. V tomto případě nelze kvalitu chápat jako něco luxusního, ale jako míru naplnění očekávaného. V cestovním ruchu je pojem kvality velmi subjektivní, každý člověk má jinou představu o podobě kvalitní služby, nicméně je důležité, aby přání a požadavky účastníků byly naplněny, protože není nic důležitějšího jako spokojený zákazník, který je ochotný se do dané destinace znovu vrátit a pozitivně ji propagovat před jeho známými. (Palatková, 2014, s. 48)

### **3.1.1 Segmentace poptávky v cestovním ruchu**

*„Segmentaci trhu je možné chápat jako rozdělení zdrojového trhu na skupiny, které jsou dovnitř relativně homogenní, ale mezi sebou navzájem zřetelně heterogenní“* (Palatková, 2014, s. 51).

Podle Beránka (2013, s. 221) lze segmentaci trhu chápat jako rozdělení trhu na skupiny kupujících, které mají určité společné rysy, zejména velmi podobný pohled na zboží a služby a na základě toho můžeme uplatnit jednotný souhrn působení na spotřebitele představený marketingovým mixem.

Palatková (2014, s. 51) uvádí, že je segmentace chápána jako důležitý nástroj strategického marketingu a jejím cílem je jasněji porozumět potřebám a přáním vybraným skupinám návštěvníků destinace a účinná alokace finančních, lidských a materiálových zdrojů pro lepší prosazení reálných marketingových přístupů. Jestliže jsou tyto marketingové přístupy zvolené správně, je zde možnost docílení zvýšeného počtu prvních, ale také opakovaných návštěvníků nebo prodloužení délky jejich pobytu. Pokud nastavený systém funguje správně, tak jak má, může dojít i k ovlivnění sezónnosti, rozkolísanosti poptávky nebo také ke zlepšení efektivnosti nákladů pomocí snížení průměrných fixních nákladů.

Beránek (2014, s. 222) zmiňuje, že východiskem pro segmentaci turismu je vydělení tržních segmentů podle různých znaků determinujících spotřebitele. Mezi primární spotřebitelské znaky patří **geografické, demografické, sociálně-ekonomické a psychografické znaky**. Nejtypičtějšími znaky segmentace ve zkoumání turistické poptávky jsou - pohlaví, věk a životní cyklus rodiny, úroveň příjmů, geografie a sociálně-ekonomická a demografická specifika.

**Geografická segmentace** vypadá podle Palatkové (2014, s. 52) nejjednodušeji. Tento typ je totiž založen na rozporuplném předpokladu podobných popřípadě identických potřeb a preferencích lidí, kteří žijí ve stejné oblasti. **Demografickou segmentaci** popisuje autorka jako neúspornější a nejpřístupnější. Obsahuje taková kritéria, jako je věk, pohlaví a rodinný stav. Tyto proměnné poté poukazují na podnikatelské příležitosti. V současné době je nejčastěji diskutována příležitost v seniorském segmentu díky stárnutí populace a prodlužování střední délky života a je tak předpokládán nárůst turismu v tomto segmentu. Dalším druhem jsou **sociálně-ekonomické specifika**, které v sobě zahrnují vzdělání, povolání a příjmy, na základě kterých můžeme společnost rozdělit do pěti vrstev: vyšší, vyšší střední, nižší střední a nižší třída. Posledním typem je **psychologická segmentace**, která vychází z psychologického profilu návštěvníka a z odlišného životního stylu zahrnující soubor postojů, aktivit a zájmů. Podle současné typologie je populace rozdělena do osmi podskupin na základě odpovědí spotřebitelů na postoje a monografické otázky. Jednotlivé podskupiny poté spadají do 3 kategorií, a to **zákazníci orientovaní na aktivní přístup k životu, účastníci orientovaní na společenský status a ti, kteří jsou orientováni na zásady**.

Beránek (2014, s. 225) vymezuje také motivy a cíle cestování, které se segmentací souvisí. Motivů můžeme chápat potřeby psychologického a fyzického rázu, které přimějí účastníka cestovního ruchu vybrat si destinaci, kde dojde k uspokojení těchto potřeb. Motivů lidí k účasti na turismu jsou různé, nicméně zpravidla existuje jedna příčina, podle které je možné určit hlavní cíl cesty. Mezi ty nejvíce časté patří přírodní a klimatické motivy, kulturní motivy, ekonomické a psychologické motivy. **Přírodní a klimatické motivy** jsou zpravidla těmi určujícími, protože turisté nejčastěji cestují za sluncem, vodou, vzduchem, rostlinstvem, krajinným rázem a podobně. Tyto elementy mají pak významnou roli v rozvoji jednotlivých druhů cestovního ruchu

(například přímořský, sportovní, dobrodružný a horský turismus). **Kulturní motivy** se naopak vyznačují prvky, jež vytváří kulturní a historické dědictví země. Do této kategorie můžeme zařadit národní umění, obrazárny, muzea, historická místa nebo archeologické památky. V případě České republiky je právě poznávání kulturně-historických atraktivit jedním z nejčastějších motivů pro příjezd do země. **Ekonomické motivy** vycházejí z ekonomických ukazatelů, které determinují hodnotu žití v místě bydliště, ale taky v místech pobytu návštěvníků, cenu cestování a jiné. Ekonomické faktory jsou důležité pro sestavování levných zájezdových balíčků a mají významný vliv na velké množství turistů s průměrnými a nižšími příjmy. Poslední **psychologické motivy** zahrnují všechny vnitřní motivy účastníků cestovního ruchu, kteří navštěvují cílové destinace. Jak už z názvu vyplývá, tak jsou tyto motivy stanoveny psychologickými potřebami jednotlivých návštěvníků. Zajímavou tendencí je, že v případě, pokud dojde ke zvýšení příjmů soukromých osob, tak působí psychologické motivy turismu více na volbu nových turistických cílových destinací.

### 3.2 Nabídka v cestovním ruchu

*„Předmětem nabídky jsou objekty turismu, v konkrétní podobě představované souhrnem zboží a služeb a dalších užitných efektů využívajících atraktivit a vybavenosti, které prodávající chtějí na trhu turismu realizovat v určitém čase, místě a za konkrétní cenu“* (Palatková, 2014, s. 60).

Beránek (2014, s. 228) zmiňuje, že jakýkoliv podnik, který působí v oblasti turismu, se musí rozhodnout co, jak a v jakém množství bude vyrábět a nabízet zákazníkům. Neodkladnost rozhodnutí je podmíněna omezeným množstvím zdrojů pro výrobu. Překážky a omezení stojící v cestě k jejich dosažení pak určují její chování na trhu cestovního ruchu.

Podle Palatkové (2014, s. 60) je nabídka cestovního ruchu obvykle vymezena jako souhrn atraktivit cílových míst a vybavenosti cílových míst (infrastruktury a suprastruktury). Nicméně uvádí, že toto vymezení není zcela přesné. **Atraktivita cílových míst** tvoří dominantní složku nabídky a ze své podstaty jsou schopny přilákat turisty do destinace. Můžeme tuto část nabídky označovat jako primární, protože její

schopností je uspokojovat primární potřeby. Zpravidla se atraktivita rozdělují do **čtyř kategorií** (kulturně-historické atraktivita, přírodní atraktivita, organizované atraktivita a společenské atraktivita). Druhou částí nabídky je **vybavenost cílové destinace**. Jestliže jsou návštěvníci přilákáni do destinace na základě atraktivit, tak vybavenost destinace má za úkol uspokojit sekundární potřeby účastníků cestovního ruchu. Základní podmínkou je, aby rozsahem a strukturou odpovídaly povaze a množství primárních atraktivit.

Palatková (2014, s. 75) dále popisuje současné trendy nabídky, mezi které patří neustále rostoucí konkurence; právní, majetkové a marketingové propojování firem; rostoucí význam branding; nově vznikající produkty; rostoucí význam informačních technologií a větší pozornost frekventovaným turistům – řízení vztahů se zákazníky.

V současné době stále více turistů prahne po nových a specifických formách turismu, tudíž poskytovatelé služeb cestovního ruchu jsou nuceni přizpůsobovat svou nabídku poptávce, aby byli schopni dosahovat zisku. Na trhu existuje již mnoho netradičních možností, jak trávit volný čas, které jsou schopny uspokojit individuální potřeby skoro každého účastníka cestovního ruchu. Kotíková (2013, s. 5) třídí jednotlivé produkty do dvou skupin. **První kategorii** představují **nové produkty vycházející z motivace účastníků**, kam patří gastronomický, zdravotní, filmový, dobrovolnický, vesmírný, svatební, dobrodružný a event turismus, ale také dark tourism. **Druhá skupina** se zakládá na **potřebách cílových skupin**. Můžeme sem začlenit seniorský cestovní ruch, turismus sexuálních menšin, ale také cestovní ruch orientovaný na segment LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability). V podstatě se jedná o takový druh turismu, který je zaměřen na zdraví a udržitelnost. Součástí tohoto segmentu je udržitelný cestovní ruch, odpovědný cestovní ruch a ekologický cestovní ruch.

## **Shrnutí**

Třetí kapitola pojednává o nabídce a poptávce v oblasti cestovního ruchu. První podkapitola se zaměřuje na poprávku v turismu, kde se autorka nejprve věnuje definici samotného pojmu poptávka. Následně jsou vymezeny a vysvětleny jednotlivé trendy, které se objevují v současnosti v oblasti poptávky. Speciální podkapitola je věnována také segmentaci poptávky v rámci cestovního ruchu. Druhou podkapitolu autorka

věnovala problematice nabídky v turismu. Je zde stanovena definice nabídky jako takové a následně se autorka věnuje trendům, které se projevují v nabídce. Autorka také uvádí některé specifické trendy v oblasti nabídky, které jsou vyvolány poptávkou.

## 4 ANALÝZA NABÍDKY A POPTÁVKY V KRAJI VYSOČINA

Pro přesné zmapování kraje Vysočina je nejdůležitější analýza z pozice nabídky a poptávky. Jak již autorka zmínila, tak dnešní trh cestovního ruchu funguje tak, že poptávka určuje nabídku. Je důležité mít tak zjištěno, co kraj může potenciálním návštěvníkům nabídnout. Kromě klasických lákadel je zapotřebí se soustředit také na takové atraktivity, které jsou něčím zajímavé a mohou turisty zaujmout svou nevědlostí, protože jak již bylo zmíněno, tak lidé chtějí poznávat něco jiného, netradičního, zaměřují se na prožití nějakého zážitku. Na těchto základech by poté měli stavět podnikatelé, ale i veřejný sektor a být schopni využít příležitost a vytvořit takové produkty cestovního ruchu, které potenciální návštěvníky do dané destinace přilákají.

### 4.1 Základní charakteristiky kraje Vysočina

*„Kraj Vysočina leží ve středu České republiky a je obklopen dalšími českými a moravskými kraji. Na severovýchodě sousedí s Pardubickým krajem, na severozápadě se Středočeským krajem a na jihozápadě s Jihočeským krajem. Jihovýchodní hranici má společnou s Jihomoravským krajem“ (Podhorský, 2003, s. 7).*

S Jihomoravským krajem tvoří oblast NUTS 2 Jihovýchod z důvodu podpory regionálního rozvoje. Operační program NUTS 2 Jihovýchod je projektem Evropské unie a hlavními cíli tohoto plánu jsou rozvoj dopravní dostupnosti a obslužnosti v harmonii s udržitelným rozvojem, posílení infrastruktury, marketingu a lidských zdrojů, zlepšení podmínek pro rozvoj cestovního ruchu, soustavné a plánované posilování konkurenceschopnosti regionu Jihovýchod. Hranice Kraje Vysočina se v žádném místě nedotýká státní hranice České republiky, ale i přesto se spolu s Jihočeským a Jihomoravským krajem podílí na řadě činností v rámci přeshraniční spolupráce s Rakouskem. Téměř celou plochu kraje pokrývá Českomoravská vrchovina, díky které má kraj typický pahorkatý ráz. Regionem také prochází hranice Čech a Moravy. (Český statistický úřad, online, cit. 2015-02-04)

Na území dané lokality pramení mnoho důležitých českých a moravských řek, jako je Sázava, Doubrava, Moravská Dyje, Jihlava, Želivka, Svratka, Nežárka a Oslava. Hlavním městem kraje je Jihlava. Průměrná teplota se pohybuje v rozmezí od 4 - 8°C. (Podhorský, 2003, s. 7)

Z hlediska velikosti se kraj umísťuje na pátém místě a jeho rozloha činí 6 800 km<sup>2</sup>. Nejnížší místo kraje se nachází v okrese Třebíč a nejvyšším bodem Vysočiny je vrchol hory Javořice. Zajímavostí je, že se v kraji také nachází geografický střed Evropy (vrch Melechov na Havlíčkovobrodsku). Administrativně je kraj rozčleněn do pěti okresů, patnácti správních obvodů obcí mající rozšířenou působnost a dvaceti šesti obvodů pověřených obecních úřadů. V kraji se nachází celkem 34 měst z celkového počtu 704 obcí. (Český statistický úřad, online, cit. 2015-02-04)

Podle statistického šetření na začátku roku 2014 žilo v kraji 501 000 obyvatel. V mezikrajovém srovnání obsazuje třetí nejnížší pozici. Podíl venkovského obyvatelstva představoval na konci roku 2013 přesně 43 % a 57 % podílu dosáhl počet městského obyvatelstva. Ekonomická výkonnost Kraje Vysočina nedosahuje hranice celorepublikového průměru a podíl na HDP České republiky je okolo 4 %. HDP na jednoho obyvatele byl v roce 2013 přes 327 000 Kč (více jak 84 % průměru v České republice). Výše průměrné hrubé mzdy/měsíc v roce 2013 dosahovala 22 600 Kč (celorepublikový průměr zhruba 25 100). Úroveň nezaměstnanosti v témže roce byla na hranici 8,05 % a na jedno volné místo vycházel počet 23 uchazečů. Oblast zdravotnictví čítá 6 nemocnic s lůžkovou kapacitou 2 500. Ambulantní péče je dostupná v 200 ordinacích praktických lékařů, 99 ordinacích pediatriů a 230 ordinací zubních lékařů. (Český statistický úřad, online, cit. 2015-02-04)

## **4.2 Nabídka kraje Vysočina**

Kraj Vysočina je velmi rozvinutým krajem, který může turistům nabídnout mnohé způsoby, jak aktivně trávit volný čas. Lze říci, že skoro celé území má turistický potenciál. V kraji můžeme najít jak neporušenou přírodu, tak velké množství historických architektonických památek, jsou zde udržovány tradice a také je zde

poměrně dobrá dopravní dostupnost. Nabídka kraje je široká, k dispozici jsou nejen tradiční formy turismu, ale také různé specifické formy.

#### 4.2.2 Přírodní atraktivity

Přírodní bohatství Kraje Vysočina je velmi rozmanité. Na jeho území můžeme najít hned několik zvláště chráněných území.<sup>2</sup> Na ploše kraje se nachází **2 chráněné krajinné oblasti**, a to Žďárské Vrchy a Železné hory. CHKO Žďárské Vrchy se nacházejí v oblasti mezi obcemi Žďár nad Sázavou, Novým Městem na Moravě, Havlíčkovou Borovou, Políčkou a Hlinskem. Tato chráněná krajinná oblast byla vyhlášena v roce 1970 a předmětem ochrany jsou přirozené ekosystémy a harmonicky vyvážená kulturní krajina. CHKO Železné hory je lokalizována v severní části Českomoravské vrchoviny na hranicích okresů Chrudim a Havlíčkův Brod a byla vyhlášena roku 1991. Tato oblast je chráněna především díky lidové architektuře a rozmanitým lesům, loukám a polím. (Dědictví Vysočiny, online, cit. 2015-02-02)

Vedle chráněných krajinných oblastí můžeme na daném území nalézt také **3 národní přírodní památky**. Jedná se o Hojkovské rašeliniště, Jankovský potok a Švařec. První národní kulturní památka **Hojkovské rašeliniště** se nachází v Regionu Jihlavsko. Oblast je charakteristická rašeliništěm s podmáčeným lesíkem, kde se nachází chráněné a ohrožené druhy rostlin a vzácných vodních živočichů. Lokalita **Jankovský potok** je vzácná tím, že se tu vyskytuje kriticky ohrožená perlorodka říční, ale vyskytují se zde také rašelinné louky s ohroženými druhy rostlin. **Švařec** je komplexem podhorských luk a pastvin. V dolní části je postaven hornický kostelík a v nedaleké blízkosti jsou středověké galenitové doly. (Dědictví Vysočiny, online, cit. 2015-02-02)

**Národních přírodních rezervací** zde můžeme najít hned 7 a jsou rozptýleny v celé lokalitě kraje. Tři z nich se nacházejí v regionu Novoměstsko a Žďársko (**Dářko**, **Radostínské rašeliniště a Žákova hora**). Zbylé 4 národní přírodní rezervace jsou – **Mohelenská hadcová step** (Třebíčsko), **Ransko** (Havlíčkobrodsko), **Velký Špičák** (Jihlavsko) a **Zhejral** (Telčsko). Tři z těchto rezervací jsou význačné pro výskyt

---

<sup>2</sup> CHKO (2), Národní přírodní památka (3), Národní přírodní rezervace (7), Přírodní památka (94), Přírodní rezervace (67)



rašelinišť, a to Zhejral, Radostínské rašeliniště a Dářko, které je nejrozsáhlejším rašeliništěm na Českomoravské vrchovině. Velmi významnou rezervací je také Žákova hora, kde jsou chráněné jedinečná pralesní společenstva lesních porostů. (Dědictví Vysočiny, online, cit. 2015-02-02)

Posledními zvláště chráněnými územími v Kraji Vysočina jsou přírodní památky a přírodní rezervace. Z hlediska jejich množství se jedná o nejpočetněji se vyskytující oblasti. Přírodních památek tu můžeme najít hned 94 a přírodních rezervací je 67. (Dědictví Vysočiny, online, cit. 2015-02-02)

Významným prvkem je výskyt zón, které jsou součástí Natura 2000, tedy lokalit, které patří do soustavy chráněných území evropského významu. Celkem jich je v Kraji Vysočina 75.

*„Natura 2000 je soustava chráněných území, které vytvářejí na svém území podle jednotných principů všechny státy Evropské unie. Cílem této soustavy je zabezpečit ochranu těch druhů živočichů, rostlin a typů přírodních stanovišť, které jsou z evropského pohledu nejcennější, nejvíce ohrožené, vzácné či omezené svým výskytem jen na určitém území (endemické)“ (Houška, 2014, s. 35).*

Kromě zvláště chráněných území se na území kraje nacházejí také vodní plochy, které jsou určeny i ke koupání a různým vodním sportům. Největším rybníkem na Vysočině je **Velké Dářko** s rozlohou 206 ha. Tato vodní plocha vznikla již v roce 1480 a plnila hned několik funkcí, jako například chov ryb a byla zásobárnou vody pro pohon hamrů, a jiné. Od roku 1933 se zde nachází největší chráněná rašelinná oblast na Českomoravské vrchovině. (Sáblík, 2002, s. 27)

**Velké Dářko** poskytuje turistům ideální podmínky pro koupání, u hráze rybníku se nalézá menší tábořiště, odkud je dobrý přístup do vody a na protějším břehu se nacházejí také písčité pláže. Toto místo je také velmi oblíbeno milovníky windsurfingu a plachtění na malých plachetnicích. Další významnou lokalitou určenou ke koupání je **Dalešická přehrada**. Nejlepšími místy ke koupání jsou zde Koněšinská a Hartvíkovická pláž. Turisté mohou využít i pravidelné lodní linky (3 krát denně v červenci a srpnu). Plavba trvá maximálně 65 minut (z první na poslední zastávku). Pokud by návštěvníci disponovali vlastní lodí, mají jedinečnou možnost se podívat na některý z místních ostrovů. Pokud turisté nejsou zrovna příznivci koupání

v přírodních vodách, tak kraj nabízí také několik lokalit s koupališti, kde je kvalita vod pravidelně kontrolována. Taková to **koupaliště** jsou v Bystřici nad Pernštejnem, Havlíčkově Brodě, Moravských Budějovicích, Humpolci, Přibyslavi, Jaroměřicích nad Rokytnou nebo v Třebíči. Velmi oblíbeným je pak také **Vodní ráj**, tedy aqvapark v Jihlavě, který ročně navštíví více jak 200 000 návštěvníků. Ve Žďáře nad Sázavou bylo nově postaveno **Relaxační centrum** s bazény, tobogánem, saunami, solnou jeskyní, a dalšími atrakcemi. V letních měsících je otevřený také venkovní prostor s brouzdalištěm pro děti. (Urban, 2010, s. 121)

Další zajímavostí jsou také skály nacházející se v CHKO Žďárské vrchy. Celkem se v této oblasti vyskytuje **16 skalních útvarů**, a to Bílá skála, Brožova skála, Černá skála, Čtyři palice, Devět skal, Drátenická skála, Lisovská skála, Malinská skála, Milovské Perničky, Na skále, Pasecká skála, Prosička, Rozštípená skála, Štarkov, Tisůvka a Zkamenělý zámek. Některé z nich jsou vhodné pro horolezectví a jiné jsou přístupné bez horolezeckého jištění. (Urban, 2010, s. 102)

#### 4.2.2 Kulturně historické atraktivita

Nejvýznamnějšími kulturně historickými atraktivitami světového významu jsou v kraji hned **3 památky zapsané na Seznam světového přírodního a kulturního dědictví UNESCO** (Historické centrum Telče, Poutní kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře ve Žďáře nad Sázavou a Bazilika sv. Prokopa a židovská čtvrť v Třebíči). **Historické centrum Telče** bylo zapsáno na Seznam UNESCO v roce 1992 díky původní tvrzi ze 13. století a rozsáhlému renesančnímu zámeckému komplexu se zahradou a parkem. **Poutní kostel sv. Jana Nepomuckého** byl přijat do Seznamu o 2 roky později v roce 1994 a byl postaven podle projektu Jana Blažeje Santiniho. Stavba je považována za světový unikát, jakých je v Evropě jen několik. Originalitu můžeme spatřovat v propojení symboliky s nevšedně pojatou stavbou řazenou k barokní gotice. V symbolice je významně použito číslo 5 odkazující na korunu skládající se z pěti hvězd, která se objevila v místě, kde byl sv. Jan Nepomucký utopen. **Bazilika sv. Prokopa a židovská čtvrť** v Třebíči byly do Seznamu zařazeny v roce 2003. Trojlodní Bazilika sv. Prokopa byla postavena ve 13. století a pro její postavení byly

využity kvádry z těžce opracovaného syenitu. Židovskou čtvrť najdeme na levém břehu řeky Jihlavy. Základ čtvrti je tvořen dvěma rovnoběžnými ulicemi, na které navazují další uličky. Nachází se zde dvě synagogy, bývalý rabinát, radnice, obecní dům, německá židovská škola, chudobinec, špitál, nemocnice a původní Subakova koželužna. Židovský hřbitov umístěný původně ve čtvrti, byl v 17. století přemístěn na kopec Hrádek. Na hřbitově je k vidění okolo 3000 kamenných náhrobků. (Urban, 2010, s. 12)

**Tabulka 2: Návštěvnost památek UNESCO na Vysočině**

<b>Památky/rok</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
<b>Státní zámek Telč</b>	62 212	87 183	71 723	68 904	90 593
<b>Poutní kostel sv. Jana Nepomuckého Žďár n. Sáz.</b>	22 989	23 236	23 646	27 267	23 042
<b>Zadní synagoga Třebíč</b>	15 336	10 301	13 073	16 672	16 599
<b>Bazilika sv. Prokopa Třebíč</b>	-	-	-	-	17 861

Zdroj: NIPOS, online, cit. 2015-02-02<sup>3</sup>

Podle údajů z tabulek je patrné, že návštěvnost památek zapsaných na Seznam UNESCO v Kraji Vysočina má vzrůstající tendenci. Tato skutečnost má pak významný dopad na příjem do místních rozpočtů. K poklesu návštěvnosti došlo jen u jedné z památek, a to u Poutního kostela sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře ve městě Žďár nad Sázavou. I přes tuto skutečnost se výskyt této atraktivity ve městě výrazně projevuje na finančních ziscích města v oblasti cestovního ruchu.

Následující tři tabulky podrobně analyzují informace týkající se návštěvních hodin, prohlídkových tras a vstupného atraktivit zapsaných na Seznam UNESCO. Každá z památek má kromě plného vstupného také vstupné zvýhodněné, dvě z těchto památek mají také výhodné vstupné pro rodiny s dětmi, což je podle autorky velmi příznivým

<sup>3</sup> NIPOS . Návštěvnost památek v krajích ČR 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, online, cit. 2015-02-02. Dostupné z: <http://www.nipos-mk.cz/?cat=126>

krokem, proto by bylo vhodné, kdyby to samé bylo zavedeno i v Telči. Všechny atraktivita jsou přes zimu v období od listopadu do konce března zavřené. Vzhledem k tomu, že je Kraj Vysočina navštěvovaný i v zimě díky dobrým podmínkám pro lyžování, bylo by vhodné zrealizovat nějaké víkendové akce, v rámci kterých by turisté měli možnost navštívit památky i v zimních měsících.

**Tabulka 3: Turistické informace o Poutním kostelu sv. Jana Nepomuckého**

<b>Poutní kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře</b>	
<b>Prohlídkové trasy</b>	prohlídka památkového areálu
<b>Otevírací doba</b>	<b>duben a říjen (SO, NE, svátky): 9:00 – 17:00</b> <b>květen až září (ÚT – NE, svátky): 9:00 – 17:00</b>
<b>Vstupné</b>	<b>plné: 110 Kč</b> <b>snížené I. (děti, senioři, ZTP, studenti): 60 Kč</b> <b>snížené II. (organizované sk. předškolní mládeže): 30 Kč</b> <b>rodinné vstupné (2 dospělí + 2-3 děti): 250 Kč</b>

Zdroj: Poutní kostel sv. Jana Nepomuckého Žďár nad Sázavou, online, cit. 2015-02-07<sup>4</sup>

**Tabulka 4: Turistické informace o Státním zámku Telč**

<b>Historické centrum Telče – Státní zámek Telč</b>			
<b>Prohlídkové trasy</b>	<b>Trasa A</b> (renesanční sály)	<b>Trasa B</b> (obytné místnosti)	<b>Trasa C</b> (zámecká galerie)
<b>Otevírací doba</b> (ÚT – NE)	<b>duben, říjen: 10 – 16</b> <b>květen: 10 - 17</b> <b>červen: 10 – 17</b> <b>červenec: 9 – 18</b> <b>srpen: 9 – 18</b> <b>září: 10 - 17</b>	<b>květen: 10 - 17</b> <b>červen: 10 – 17</b> <b>červenec: 9 – 18</b> <b>srpen: 9 – 18</b> <b>září: 10 - 17</b>	<b>duben, říjen: 10 – 16</b> <b>květen: 10 - 17</b> <b>červen: 10 – 17</b> <b>červenec: 9 – 18</b> <b>srpen: 9 – 18</b> <b>září: 10 - 17</b>
<b>Vstupné</b>	<b>plné: 110 Kč</b> <b>děti, studenti: 70 Kč</b> <b>ZTP: 70 Kč</b> <b>důchodci: 80 Kč</b> <b>rodinné: 300 Kč</b>	<b>plné: 90 Kč</b> <b>děti, studenti: 60 Kč</b> <b>ZTP: 60 Kč</b> <b>důchodci: 70 Kč</b> <b>rodinné: 250 Kč</b>	<b>plné: 65 Kč</b> <b>děti, studenti: 45 Kč</b> <b>ZTP: 45 Kč</b> <b>důchodci: 50 Kč</b> <b>rodinné: 180 Kč</b>

<sup>4</sup> POUTNÍ KOSTEL SV. JANA NEPOMUCKÉHO ŽĎÁR NAD SÁZAVOU. *Prohlídkové trasy. Vstupné. Návštěvní doba.* [online]. © 02. 02. 2015 [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.zelena-hora.eu/>

<b>Zvýhodněné vstupné (Trasa A+B)</b>	<b>plné:</b> 170 Kč <b>děti, studenti, ZTP:</b> 100 Kč <b>důchodci:</b> 120 Kč <b>rodinné:</b> 460 Kč
---------------------------------------	--

Zdroj: Zámek Telč, online, cit. 2015-02-07<sup>5</sup>

**Tabulka 5: Turistické informace o památkách UNESCO v Třebíči**

<b>Bazilika sv. Prokopa</b>	
<b>Prohlídka</b>	prohlídka interiéru baziliky
<b>Otevírací doba</b>	<b>červen – září:</b> PO – PÁ: 9 – 12, 12:30 – 17 SO – NE: 12:30 – 18:00 <b>říjen – květen:</b> PO – ČT: 9 – 12, 12:30 – 17 PÁ: 9 – 12, 12:30 – 15 SO – NE: 12:30 - 17
<b>Vstupné</b>	<b>dospělí:</b> 60 Kč <b>studenti, senioři, děti od 6 let:</b> 30 Kč <b>ZTP:</b> 30 Kč
<b>Židovská čtvrť (Zadní synagoga + Dům Selingmanna Bauera)</b>	
<b>Prohlídka</b>	Zadní synagoga + Dům Selingmanna Bauera
<b>Otevírací doba (PO – NE)</b>	<b>leden – červen:</b> 9 – 17 <b>červenec – srpen:</b> 9 – 18 <b>září – listopad:</b> 9 – 17 <b>prosinec:</b> 9 - 16
<b>Vstupné</b>	<b>dospělí:</b> 80 Kč <b>děti, studenti, senioři, ZTP:</b> 40 Kč <b>Klub českých turistů:</b> 70 Kč <b>školní výpravy (základní školy):</b> 20 Kč

Zdroj: Město Třebíč, online, cit. 2015-02-07<sup>6</sup>

Kraj Vysočina disponuje také **hrady, zámky a tvrzemi**. Hrady se zde nacházejí čtyři (Kámen, Roštejn, Sádek a Hrad v Ledči nad Sázavou). Hrad Sádek není přístupný

<sup>5</sup> ZÁMEK TELČ. *Návštěvní doba Prohlídkové trasy. Vstupné.* [online]. © 04. 12. 2014 [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.zamek-telc.eu/>

<sup>6</sup>MĚSTO TŘEBÍČ. *Památky UNESCO.* [online]. [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.mesto-trebic.cz/>

veřejnosti. Zámků je podstatně více, a to 58. Mezi ty nejznámější patří – Zámek Brtnice, Zámek Jaroměřice nad Rokytnou, Zámek Kamenice nad Lipou, Zámek Žďár nad Sázavou, a jiné). Tvrzí je v dané destinaci šestnáct. Významnou oblastí jsou zříceniny, těch je zde 25 a v současnosti dochází k jejich zpřístupňování. (Dědictví Vysočiny, online, cit. 2015-02-02)

Následující tabulka představuje vybrané informace o hradech Ledeč nad Sázavou, Roštejn a Kámen. Hrady jsou porovnávány podle určitých kritérií, jako jsou prohlídky, otevírací doba a vstupné. Nejlevnější vstupné je na Hradě v Ledči nad Sázavou, nicméně toho nabízí k vidění podstatně nejméně. K prohlídce je pouze místní muzeum, které je umístěné v interiérech hradu a je bez průvodce. Všechny tři hrady jsou přes zimní měsíce zavřeny. Nejdražším vstupným pak disponuje Hrad Kámen, který avšak jako jediný nabízí také možnost koupě rodinného vstupného.

**Tabulka 6: Turistické informace o hradech v Kraji Vysočina**

<b>Hrad Ledeč nad Sázavou</b>			
<b>Prohlídka</b>	Městské muzeum – historie města a výrobky řemeslníků Sbírka mincí a papírových platidel, zbraní Expozice bydlení z konce 40. let 20. století		
<b>Otevírací doba</b>	<b>duben – září (ÚT – NE): 9 – 12, 13 - 16</b>		
<b>Vstupné</b>	<b>plná cena: 25 Kč</b> <b>snížená cena: 15 Kč</b>		
<b>Hrad Roštejn</b>			
<b>Otevírací doba (ÚT+NE)</b>	<b>duben, říjen (SO, NE, svátky): 10 - 17</b> <b>květen: 9 – 17</b> <b>červen, červenec, srpen: 9 - 18</b> <b>září: 10 - 17</b>		
<b>Prohlídka</b>	<b>Trasa A</b> (Gotický, renezační palác)	<b>Trasa B</b> (Malý, velký ohoz, kaple, sály)	<b>Věž</b>

<b>Vstupné</b>	<b>plné: 60 Kč</b> <b>snížené: 40 Kč</b>	<b>jednotné: 40 Kč</b>	<b>jednotné: 20 Kč</b>
<b>Hrad Kámen</b>			
<b>Otevírací doba (ÚT – NE)</b>	<b>duben, říjen (SO, NE, svátky): 10 – 17</b> <b>květen, červen, září: 10 – 17</b> <b>červenec, srpen: 10 - 18</b>		
<b>Prohlídka</b>	<b>Trasa A</b> (interiér hradu)	<b>Trasa B</b> (motocykly)	<b>Trasa A + B</b> (celý hrad)
<b>Vstupné</b>	<b>dospělí: 50 Kč</b> <b>snížené: 25 Kč</b> <b>rodinné: 125 Kč</b>	<b>dospělí: 30 Kč</b> <b>snížené: 15 Kč</b> <b>rodinné: 75 Kč</b>	<b>dospělí: 60 Kč</b> <b>snížené: 30 Kč</b> <b>rodinné: 150</b>

Zdroj: Vlastní zpracování z webových stránek o Hradu Ledec nad Sázavou<sup>7</sup>, Hradu Roštějn<sup>8</sup> a Hradu Kámen<sup>9</sup>.

Dále následuje tabulka s údaji o vybraných zámcích, které turisté mohou najít na Vysočině. Informace v tabulce se týkají zámků Brtnice, Jaroměřice nad Rokytnou a Kamenice nad Lipou a týkají se otevírací doby, prohlídek a vstupného. Zámky Brtnice a Jaroměřice nad Rokytnou poskytují návštěvníkům výběr z několika možných tras. V Kamenici nad Lipou je zámecké sídlo otevřeno po celý rok a turistům je zde k dispozici prohlídka muzea a několika expozic. Všechny z uvedených atrakcí nabízejí rodinné vstupné.

<sup>7</sup> KUDY Z NUDY. *Hrad Ledec nad Sázavou – perla Posázaví*. [online]. © 27. 01. 2015 [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Hrad-Ledec-nad-Sazavou.aspx>

<sup>8</sup> HRAD ROŠTEJN. *Návštěvní doba a vstupné*. [online]. [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.hrad-rostejn.cz/index.php/dulezite/nocky>

<sup>9</sup> HRAD KÁMEN. *Otevírací doba. Vstupné*. [online]. [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: [http://www.hradkamen.cz/otev\\_doba.html](http://www.hradkamen.cz/otev_doba.html)

**Tabulka 7: Turistické informace o vybraných zámcích**

<b>Zámek Brtnice</b>			
<b>Otevírací doba</b>	červen, září (SO, NE): 9 – 17 červenec – srpen (ÚT – NE): 9 - 17		
<b>Prohlídka</b>	<b>Trasa A</b> (reprezentační prostory, knížecí byt, sklepení)	<b>Trasa B</b> (prodloužená trasa)	
<b>Vstupné</b>	plné: 60 Kč snížené: 40 Kč rodinné: 140 Kč	plné: 80 Kč snížené: 50 Kč rodinné: 190 Kč	
<b>Zámek Jaroměřice nad Rokytnou</b>			
<b>Otevírací doba</b>	duben, říjen (SO, NE, svátky): 9 – 16 květen, červen, září (ÚT – NE): 9 – 17 červenec, srpen (ÚT – NE): 9 - 18		
<b>Prohlídka</b>	<b>Trasa A</b> (hraběcí apartmány)	<b>Trasa B</b> (hostinské pokoje, kuchyně)	<b>Trasa C</b> (Chrám sv. Markéty)
<b>Vstupné</b>	plné: 90 Kč snížené I.: 65 Kč snížené II.: 60 Kč rodinné: 260 Kč	plné: 70 Kč snížené I.: 55 Kč snížené II.: 50 Kč rodinné: 200 Kč	plné: 70 Kč snížené I.: 55 Kč snížené II.: 50 Kč rodinné: 200 Kč
<b>Zámek Kamenice nad Lipou</b>			
<b>Otevírací doba</b>	květen – září (ÚT – NE): 10 – 17 říjen – duben (ÚT – NE): 10 - 15		
<b>Prohlídka</b>	Expozice uměleckého kovářství Expozice historických hraček „Muzeum pro všechny smysly“		
<b>Vstupné</b>	plné: 40 Kč snížené: 20 Kč rodinné: 60 Kč		

Zdroj: Zámek Brtnice<sup>10</sup>, Zámek Jaroměřice nad Rokytnou<sup>11</sup> a Zámek Kamenice nad Lipou<sup>12</sup>, online, cit. 2015-02-07

<sup>10</sup> ZÁMEK BRTNICE. *Turistická sezóna 2014*. [online]. [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.zamek-brtnice.eu/inpage/turisticka-sezona-2014/>

<sup>11</sup> ZÁMEK JAROMĚŘICE NAD ROKYTNOU. *Provozní doba. Vstupné*. [online]. © 14. 01. 2015 [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.zamek-jaromerice.cz/>

<sup>12</sup> MĚSTO KAMENICE NAD LIPOU. *Zámek*. [online]. [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.kamenicenl.cz/zamek/d-77788>



**Tabulka 8: Turistické informace o Zámku ve Žďáře nad Sázavou**

<b>Zámek Žďár nad Sázavou</b>	
<b>Otevírací doba</b>	<b>duben a říjen (SO, NE, svátky): 9 – 17</b> <b>květen – září (ÚT – NE): 9 - 17</b>
<b>Prohlídka</b>	<b>Zámecký okruh</b> (Bazilika, Studniční kaple a Santihiho expozice, umění baroka) <b>Samostatné vstupy:</b> Expozice Umění baroka Galerie Kinských <b>Muzeum knihy</b>
<b>Vstupné</b>	<b>Zámecký okruh (plné: 120 Kč, snížené: 90 Kč)</b> <b>Expozice Umění baroka (plné: 60 Kč, snížené: 40 Kč)</b> <b>Galerie Kinských: (jednotné: 40 Kč)</b> <b>Muzeum knihy (plné: 50 Kč, snížené: 30 Kč, rodinné: 80 Kč)</b>

Zdroj: Zámek Žďár nad Sázavou, online, cit. 2015-02-07<sup>13</sup>

Tabulka týkající se Zámku Žďár nad Sázavou popisuje stejně jako tabulky předchozí základní turistické informace, jako je otevírací doba, prohlídka a vstupné. Turistům je k dispozici zámecký okruh, v rámci kterého si návštěvníci mohou prohlédnout Baziliku Nanebevzetí Pany Marie, Studniční kapli, Santiniho expozici a Expozici Umění baroka. Dále je zde možnost navštívit samostatně expozici Umění baroka, Galerii Kinských a Muzeum knihy. Jednotlivé prohlídky jsou možné v období od dubna do konce října ve stanovených dnech a návštěvních hodinách. Muzeum knihy nabízí také možnost zakoupení rodinného vstupného.

Návštěvníky zajímající se o **církevní památky** si mohou vybrat hned z několika set sakrálních staveb. V dané lokalitě se nachází hned 332 a část z nich byla postavena Janem Blažejem Santinim. Kromě dobře známého židovského hřbitova v Třebíči je zde několik desítek méně známých hřbitovů, které ovšem stojí za zmínění. Celkově jich je 55 a můžeme je například najít ve městech jako Havlíčkův Brod, Golčův Jeníkov, Humpolec, Chotěboř, Jihlava, Ledec nad Sázavou, Moravské Budějovice, Polná, Telč, Velké Meziříčí a další. (Dědictví Vysočiny, online, cit. 2015-02-02)

<sup>13</sup> ZÁMEK ŽĎÁR NAD SÁZAVOU. Otevírací doba. [online]. [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.zamekzdar.cz/183-okruhy,-vstupne,-oteviraci-doba.aspx?sid=50&lid=184>

Vysočina je bohatá i na **lidovou architekturu a skanzeny**. Mezi nejvýznamnější oblast patří především Skanzen Michalův statek Pohled', který byl v roce 2003 vyhlášen kulturní památkou. Jeho význam spočívá v tom, že přibližuje život rolníka po skončení Třicetileté války. Druhým známým skanzenem je Zichpil Humpolec, kde můžeme najít menší roubené, částečně roubené i zděné domky. Významné lokality hojně na lidovou architekturu jsou také soubor lidové architektury Křižánky a Ubušinek, ale také vesnické památkové rezervace Krátká a Dešov. (Region Vysočina, online, cit. 2015-02-02)

Tabulka číslo 9 porovnávající dvě atraktivitu lidové architektury v Kraji Vysočina, a to Skanzen Zichpil Humpolec a Selské muzeum Michalův statek lokalizovaný ve vesnici Pohled'. V tabulce jsou uvedeny informace o tom, co návštěvníci mohou v rámci prohlídky vidět a informace o vstupném a návštěvních hodinách. Vstupné Skanzenu Zichpil je o něco nižší než v Selském muzeu Michalův statek a zároveň turisté uvidí během prohlídky více staveb lidové architektury. Je zde také možnost zakoupení rodinného vstupného. Selské muzeum je však přístupno turistům i v květnu.

**Tabulka 9: Turistické informace o vybraných skanzenech**

<b>Skanzen Zichpil Humpolec</b>	
<b>Prohlídka</b>	Seznámení s počátky osídlení regionu a historií lokality Interiéry a Exteriéry Napravníkova stavení Toleranční kostel
<b>Otevírací doba</b>	<b>červen (SO, NE, svátky): 10 – 17</b> <b>červenec – srpen (ÚT – NE): 10 – 17</b> <b>září (SO, NE, svátky): 10 - 17</b>
<b>Vstupné</b>	<b>plné: 20 Kč</b> <b>snížené (děti, od 6 – 15 let, studenti): 10 Kč</b> <b>rodinné: 45 Kč</b>
<b>Selské muzeum Michalův statek Pohled'</b>	
<b>Prohlídka</b>	Prohlídka statku (seznámení s dřívějším způsobem žití)

<b>Otevírací doba</b>	<b>květen a září (SO, NE): 10 – 17</b> <b>červen až srpen (ÚT – NE): 10 – 17</b>
<b>Vstupné</b>	<b>dospělí: 30 Kč</b> <b>děti: 10 Kč</b>

Zdroj: Skanzen Zichpil<sup>14</sup>, Selské muzum Michalův statek<sup>15</sup>, online, cit. 2015-02-07

**Muzea a galerie** jsou nedílnou součástí každého regionu, tudíž velké množství můžeme najít také v Kraji Vysočina. Za zmínku stojí hned několik z nich. Celkový počet muzeí činní 74. Velmi známým je Muzeum rekordů a kuriozit v Pelhřimově a je ideálním cílem pro výlety s dětmi. V destinace se nacházejí také dvě hasičské muzea (Heraldice, Přibyslav), Horácké muzeum zaměřující se na lidovou kulturu severní části moravského Horácka, velmi známé Muzeum knihy v zámeckém areálu ve Žďáře nad Sázavou, Muzeum Otokara Březiny v Jaroměřicích nad Rokytnou, Muzeum Vysočiny v Jihlavě, Modelové království Vysočiny ve Žďáře nad Sázavou věnující se modelům železnic nebo například Dům Gustava Mahlera v Jihlavě mapující život tohoto světoznámého skladatele a dirigenta. (Urban, 2010, s. 31)

Galerií je v Kraji Vysočina pouze 20 a můžeme je najít ve městech jako Žďár nad Sázavou (Expozice Jana Blažeje Santiniho a Umění Baroka), Golčův Jeníkov, Nové Město na Moravě (Horácká galerie), Jihlava, Telč, Havlíčkův Brod, a jiné. **Galerie v Telči** vystavuje realistické obrazy od současných malířů. **Galerie Goltzova tvrz** v Golčově Jeníkově pořádá výstavy současných uměleckých děl od výtvarníků a sochařů z kraje. **Horácká galerie** v Novém Městě na Moravě prezentuje nejvýznamnější umělecká díla osobností regionálního umění v porovnání s českým výtvarným uměním. Město Jihlava se může pyšnit hned několika galeriemi, kde nejvýznamnější z nich jsou **Galerie Půda** umožňující vystavovat v jejich prostorách díla studentům a absolventům uměleckých škol a **Oblastní galerie Vysočiny**, jež představuje návštěvníkům české umění 19. a 20. století. **Galerie výtvarného umění** v Havlíčkově Brodě se zaměřuje na moderní českou knižní ilustraci, kresbu a grafiku,

<sup>14</sup> CASTRUM. *Skanzen Zichpil. Otevírací doba.* [online]. © 07. 02. 2015 [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.castrum.cz/skanzen-zichpil/otviraci-doba/>

<sup>15</sup> MICHALŮV STATEK. *Kontakt a otevírací doba.* [online]. © 2015 [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.michaluvstatek.cz/clanky/kontakt.html>

kteře vznikly od počátku 20. století. V jejich sbírkách je na 7 000 uměleckých děl. (Urban, 2010, s. 35)

### 4.2.3 Technické památky

Pro milovníky technických památek má Kraj Vysočina bohatou nabídku. Jsou tu ke zhlédnutí nejen technické památky ze středověku, ale i novodobé. V kraji se nacházejí **dvě významné elektrárny**. První z nich je **jaderná elektrárna Dukovany**. Energie vyráběná jadernou elektrárnou představuje okolo 20 % spotřebované energie v České republice. Místní informační centrum je opravdu působivé, protože je vybaveno špičkovou audiovizuální technikou a řadou názorných modelů. Po domluvě je také možná i exkurze do nitra elektrárny. Druhou energetickým kolosem na Vysočině je přečerpávací **vodní elektrárna Dalešice**, která byla postavena v souvislosti se stavbou jaderné elektrárny Dukovany. Návštěvníci se pak úvodním seznámením s provozem elektrárny mohou projít hlavní halou a vnitřkem přehradní hráze. (Urban, 2010, s. 81)

Pokud turisté chtějí poznávat spíše technické památky staršího rázu, je zde k vidění nepřehledné množství těchto atraktivit. Za zmínku určitě stojí pozůstatky středověkých památek spojených s **hornictvím a těžbou rudy**. Na Jihlavsku je možnost návštěvy kutišť stříbrné rudy. **Jihlava** byla významným nalezištěm tohoto drahého kovu. K jejímu objevení došlo již ve 13. století a těžba s přestávkami probíhala až do 18. století, ale do současnosti se zachovalo pouze několik málo pozůstatků hornické činnosti. Další památka spojená se středověkou těžbou stříbrné rudy se nachází **na Příbyslavsku**, kde je pozůstatek podzemní štoly, do které se mohou turisté podívat. Předpokládané vybudování štoly se datuje do 13. století. Poměrně mladší podzemní štola využívaná k těžbě stříbra se nachází v obci **Stříbrné Hory na Hlavíčkověbrosku**, kde jsou prokazatelně dochované záznamy o těžbě tohoto kovu v 17. století, pravděpodobně ale historie těžby sahá dále do minulosti. Tato štola není turistům přístupná. Poměrně významnou památkou je také **Štěpánovský rudní revír** lokalizovaný ve Štěpánově nad Svratkou. Ve 13. – 16. století se zde těžilo stříbro, později zde byla těžba soustředěna na rudy mědi. Za První světové války zde byla

vyražena štola Mír, která je v současné době přístupná veřejnosti a je taky významným zimovištěm netopýrů. (Dědictví Vysočiny, online, cit. 2015-02-03)

Velmi atraktivní a turisty vyhledávanou skupinou památek jsou **městská podzemí**. Na Vysočině můžeme najít tyto místa zpřístupněná turistům hned ve třech městech. Velmi známé podzemí je v krajském **městě Jihlava**. S budováním se začalo ve 14. století a důvod pro jeho vytvoření byl nejspíš hospodářský. Délka chodeb jihlavských katakomb je 25 metrů a pyšní se unikátem takzvané svítící chodby. V roce 2014 byla veřejnosti zpřístupněna další podobná atraktivita v Jihlavě, tentokrát se ale jedná o novodobé podzemí vybudované ve 20. století. Druhé město, které se může pyšnit středověkou soustavou podzemních chodeb, je **Světlá nad Sázavou**. Účel vyražení těchto tunelů je ovšem neznámý. Posledním městem, které nabízí vstup turistům do jeho podzemních útrob je město **Telč**, které otevřelo okruh v roce 2014. Sklepení pocházejí ze středověku a lze je najít pod většinou domů na náměstí Zachariáše z Hradce. (Dědictví Vysočiny, online, 2015-02-03)

Samostatnou kapitolu představují **rozhledny**, které patří k nejoblíbenějším turistickým místům. V kraji Vysočina jich můžeme najít hned několik a nové se stále budují. Mezi ty nejvýznamnější patří rozhledny Babylon, Karasín a Rosička. **Rozhledna Babylon** je nejstarší rozhlednou na Vysočině. Byla postavena na Zeleném kopci u Kramotína a byla postavena roku 1831. Nedaleko od kopce **Karasín** se nachází stejnojmenná rozhledna. Byla zde postavena roku 2002 a její výška činí 28 metrů. O čtyři metry nižší rozhledna je umístěna u obce Sázava na Žďársku, která nese jméno **Rosička** a je umístěna na telekomunikačním stožáru a je přístupná návštěvníkům celoročně. Krásný výhled na krajinu umožňují také hradní, zámecké a městské a kostelní věže (Hrad v Ledči nad Sázavou, městská věž v Moravských Budějovicích, Pelhřimově a Havlíčkově Brodě, a jiné). (Urban, 2010, s. 108)

**Tabulka 10: Turistické informace o vybraných rozhlednách**

<b>Rozhledna Karasín</b>	
<b>Otevírací doba</b>	celoročně (PO – NE): 9 - 19
<b>Vstupné</b>	zdarma

<b>Rozhledna Rosička</b>	
<b>Otevírací doba</b>	přístup neomezeně
<b>Vstupné</b>	červenec a srpen: 15 Kč, zbytek roku: zadarmo
<b>Rozhledna Babylon</b>	
<b>Otevírací doba</b>	květen – září (SO, NE): 13 – 17
<b>Vstupné</b>	plné: 15 Kč snížené: 10 Kč

Zdroj: Rozhledny Karasín<sup>16</sup>, Rosička<sup>17</sup> a Babylon<sup>18</sup>, online, cit. 2015-02-07

Z uvedené tabulky je patrné, že dvě ze tří vybraných rozhleden jsou volně přístupné během celého roku. Rozhledna Karasín navíc ve spodních prostorách rozhledny nabízí turistům bufet s občerstvením, který se během špatného počasí zavírá. U rozhledny Rosička je také stánek s občerstvením, ten je ale otevřený pouze v letních měsících (červenec a srpen). Vstupné se platí na rozhledně Babylon, které je otevřena v období od května do září pouze v sobotu a neděli od 13 do 17 hodin. Na rozhledně Rosička se platí vstupné pouze v červenci a srpnu. V ostatních měsících je volně přístupná na vlastní nebezpečí.

#### 4.2.4 Folklor, festivaly a gastronomie

Tradiční venkovský způsob života je už i na Vysočině dávno minulostí. Lidé se byli nuceni přizpůsobit době a žijí moderním životem, nicméně mají tendence se do těchto dob navracet a jedním z těchto způsobů je folklór. V celé oblasti je registrováno na 23 folklórních souborů a slaví se různé folklórní slavnosti a pořádají různé gastronomické akce. Mezi nejznámější patří například **Bítešské hody**, které se konají

<sup>16</sup> KARASÍN. *Rozhledna Karasín*. [online]. [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.karasin.cz/rozhledna-karasin/>

<sup>17</sup> OBEC SAZAVA. *Turistika – rozhledna*. [online]. [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.obecsazava.cz/tur01.htm>

<sup>18</sup> KUDY Z NUDY. *Rozhledna Babylon na Zeleném kopci*. [online]. [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Aktivita-a-akce/Aktivita/Rozhledna-Babylon-na-Zelenem-kopci.aspx>

každý rok v půlce září ve Velké Bíteši a trvají celý týden. Slavnosti začínají ve středu, kdy se postaví máj. První tři dny se hoduje ve sklípčích a slavnosti vrcholí o víkendu. V sobotu se pořádá tradiční folklórní festival „**Setkání na Podhorácku**“ v rámci kterého se tancují lidové tance v krojích. Hody končí následující středu pokácením máje. Mezi další folklórní festivaly, které se nesou v podobném duchu, patří „**Horácko zpívá a tančí**“ ve Světlé nad Sázavou, „**Jihlavské folklórní léto**“, „**Folklórní slavnosti**“ v Třebíči, „**Folklór v máji**“ pořádaný v Telči nebo „**Horácký džbáněk**“ ve Žďáře nad Sázavou. (Urban, 2010, s. 115)

Pro danou destinaci je typická také určitá tradiční gastronomie. V historii vesničané připravovali jídla z jednoduchých sezónních čerstvých potravin. Základní potravinou byl žitný chléb připravovaný z žitné mouky. Mezi další velmi často vařená jídla patřila hrachová kaše, různé druhy polévek, velmi často se vařilo z hub a brambor, které jsou pro danou oblast typické, takže například populární bramboráky vznikly právě na Vysočině. Tradičními recepty jsou „Horácká houbová polévka“, „Podhorácké mládě“ (sladký koláč), „Pučálka“ (pražený hrách s medem), „Horácký závitek“ (závitek hovězího masa). (Folklórní kaleidoskop, online, cit. 2015-02-03)

Každoročně se také pořádají festivaly a akce související s gastronomií. Příkladem může být „Slavnosti Moravského uzeného v Bystřici nad Pernštejnem“ (únor), „Masopust v Sázavském klášteře (únor), „Pivovarské zabijačkové hody v Dalešicích“ (přelom února a března) „Mezinárodní košt slivovice a pálenek v Třebíči“ (březen), „Pacovské pivní slavnosti“ (květen), „Mrkvancová pouť v Polné“ (září) a „Slavnosti brambor v Bystřici nad Pernštejnem“ (září). (Kudy z nudy, online, cit. 2015-02-03).

#### **4.2.5 Specifické formy cestovního ruchu v Kraji Vysočina**

Turisté vyžadující určitý netradiční způsob trávení volného času si jistě vyberou z nabídky, která je v regionu k dispozici. Kraj Vysočina je vhodným místem pro **pivní turistiku** díky velkému množství malých i větších pivovarů. Celkem jich je 16, mezi kterými jsou ty více známé jako Měšťanský pivovar Havlíčkův Brod (pivo Rebel), Pivovar Jihlava (pivo Ježek), Pivovar Chotěboř (pivo Chotěboř) nebo Rodinný pivovar Bernard v Humpolci. Zbytek tvoří rodinné nebo menší pivovary. V Dalešicích turisté

mohou zavítat do Muzea rakousko-uherského pivovarnictví, kde zájemci mohou také ochutnat pivo Dalešice vyráběné v místním pivovaru, který je známý díky filmu Postřižiny. (Pivní turistika, online, 2015-02-03)

Jihlava nabízí návštěvníkům zajímajícím se o pivní turismus **Pivovarskou naučnou stezku**. V rámci stezky se návštěvníci dozvědí něco o historii města, ale také o sladovnickém řemeslu a právovárečném pivovarnictví. Okruh je tvořen dvanácti infodeskami, pomocí kterých se návštěvníci dozvědí informace o historii vaření piva. (Kudy z nudy, online, cit. 2015-02-03)

Milovníkům adrenalinových sportů může Vysočina nabídnout **tandemové seskoky** padákem v Jihlavě a mohou tak zažít volně padat vzduchem téměř 200 kilometrovou rychlostí. Výhodou tandemového seskoku je, že není za potřebí žádný výcvik ani lékařská prohlídka a mohou se ho zúčastnit i osoby se zdravotním postižením. (Profitandem, online, cit. 2015-02-03)

Na Dalešické přehradě si návštěvníci mohou vyzkoušet tak zvanou **Kienovu houpačku neboli Swing Jump**, při které člověk letí volným pádem jen pár metrů a pak dál pokračuje kyvadlovým pohybem do horní úvratě mostu. Při seskoku může člověk padat volným pádem 2,5 až 10 metrů a přetížení až 2G. (Kudy z nudy, online, cit. 2015-02-03)

Zajímavým místem, kde turisté mohou zažít nevšední adrenalinové zážitky je **Lanový park Joy**, který nalezneme kousek od obce Studnice. Jsou zde k vyzkoušení nejrůznější závěsné klády, šikmá kladina, Jakubův žebřík, skok na hrazdu a horolezecká stěna. Všechny tyto atrakce se nacházejí ve výšce 8 až 12 metrů. (Penzion Pegas, online, cit. 2015-02-03)

Dalšími letními aktivitami, při kterých účastníci cestovního ruchu v Kraji Vysočina mohou zažít netradiční zážitek, jsou například potápění v kamenolomu u obce Borek, Crazy Bubbles – Bodyzorbing v Jihlavě, zapůjčení skákacích bot v Humpolci, Laser Game Jihlava, tandemové lety paraglidingu, adrenalinové výlety na čtyřkolkách, harakiri kite kurzy, sportovní lety nad Vysočinou, a jiné. (Kudy z nudy, online, cit. 2015-02-03)

V případě, že turisté zavítají na Vysočinu v zimě a mají chuť vyzkoušet zimní adrenalinový zážitek, je jim k dispozici **Ledová stěna Víř**, která se nachází nedaleko



hráze Vírské přehrady. Na skále je vytvořen umělý ledopád, jenž slouží k nácvičku ledovcového lezení. Tato ledová stěna je nejvyšším ledopádem v celé České republice a zároveň nejvyšším uměle vytvořeným ledovým útvarem v Evropě. Celková výška stěny se pohybuje okolo 45 metrů a délky lezeckých cest jsou v rozmezí od 8 do 25 metrů. (Kudy z nudy, online, cit. 2015-02-03)

Oblast **venkovského cestovního ruchu** zaznamenává v současné době v kraji také rozkvět. Turisté mají možnost navštívit nebo se dokonce ubytovat na různých ekofarmách. Velmi oblíbená je **Včelí farma Nosek** nacházející se v oblasti Telčska, kde je k dispozici prohlídka farmy s výkladem, možností si koupit včelí produkty a ochutnávkou palačinek s ořechy a domácího medovníku. (Dovolená na venkově, 2012, s. 252)

Další variantou může být návštěva **Biofarmy DoRa** (Telčsko) disponující certifikací na ekologický chov ovcí a koz. Tato farma také nabízí ochutnávky a koupí zdravých mléčných produktů, jako například jogurty, mléka, kefíry, sýry, a jiné. V rámci venkovského cestovního ruchu byl také vytvořen produkt nazvaný „Prázdniny na venkově“, pomocí něhož mohou návštěvníci najít a zažít to nejlepší z českého, moravského a slezského venkova. V nabídce tohoto programu je až 300 statků a 69 z nich jsou lokalizovány na Vysočině. (Prázdniny na venkově, online, cit. 2015-02-04)

#### **4.2.6 Doprava**

*„Doprava je jedním ze základních předpokladů rozvoje cestovního ruchu. Překlenuje nejenom prostorové, ale často i časové rozdíly mezi místem bydliště a místem cestovního ruchu, přivádí návštěvníka cestovního ruchu k objektům a zařízením cestovního ruchu, a vytváří tak možnosti spotřeby v cestovním ruchu“ (Hladká, 1997, s. 67).*

V kraji Vysočina se nachází 1 640 km silnic II. třídy a 2 940 km silnic III. třídy. Stav těchto silnic se od roku 2005 zlepšuje díky finančním dotacím a půjčkám z Fondů Evropské unie. Pro zachování stavu všech vozovek v kraji působí Krajská správa a údržba silnic Vysočiny. Velmi pozitivním faktem je, že krajem prochází dálnice D1.

Dále byl také schválen projekt s názvem „**Páteří silniční síť Kraje Vysočina**“, jehož cílem je kvalitní dostupnost všech obcí, které mají nad 3 000 obyvatel. Zároveň pojednává o zkvalitnění propojení mezi jednotlivými okresy a také o důležitých silničních spojeních s okolními kraji. Projekt se týká dálnice D1 a všech silnic I. třídy v kraji, jež spravuje Ředitelství silnic a dálnic. (Strategie Kraje Vysočina 2020, 2012 s. 19)

Délka **železničních tratí** v kraji činí 592 km s hustotou 8,7 km na 100 km<sup>2</sup>. Zajímavostí je, že to je druhá nejnižší hodnota po Zlínském kraji. Jediná dvojkolejná trať, která se zde nachází, je železniční úsek Kolín – Světlá nad Sázavou – Havlíčkův Brod – Žďár nad Sázavou – Brno. Havlíčkův Brod je zároveň nejvýznamnějším železničním uzlem v dané destinaci. (Strategie Kraje Vysočina 2020, 2012, s. 20)

Region je velmi vhodný pro **cykloturistiku**. Díky rozličnému terénu je zde velký potenciál pro cykloturistiku rekreačního rázu. Velmi významnou skutečností je, že kraj disponuje kulturně-historickými i přírodními atraktivitami, které mají potenciál zvýšení návštěvnosti a mohou být cílovými nebo průběžnými destinacemi. Narůstá i využití cyklostezek pro in-line bruslení a mnohdy bruslaři využívají některé cyklostezky více, jak samotní cyklisté. Příkladem mohou být výsledky sčítání uživatelů cyklostezek prováděné na úseku Příbyslav – Sázava. (Strategie rozvoje cykloturistiky a cyklodopravy v Kraji Vysočina na období 2014 – 2020, 2014, s. 25)

Bylo provedeno již několik výzkumů, které prokazatelně dokazují, že je cykloturistika zdrojem ekonomického růstu. Například v roce 2013 údaje Nadace partnerství ukazují, že vícedenní cyklisté denně utratí okolo 53 EUR, což týdně činí na jednu osobu 353 eur při délce pobytu 6,6 dne. V případě jednodenních účastníků cykloturistiky se výdaje pohybují ve výši 16 EUR/den. Dalším příkladem je otevření výše zmíněné cyklostezky Příbyslav – Sázava, jejímž otevřením se zvýšila návštěvnost až o dvojnásobek a díky tomu dochází i k větším útratám návštěvníků. V Jihlavě z dotazníkového průzkumu (2011) vyplynulo, že došlo až k dvojnásobnému navýšení lidí, kteří využívají pravidelně kolo k dopravě po městě. Každý rok jsou zde pořádány různé akce spjaté s cyklistikou, jako například v Jemnici se pořádají závody horských kol, které spadají pod Vysočina MTB cup. Jinými akcemi podobného rázu jsou „S kolem kolem Humpolce“, „Ždírecký okruh pro pěší a cykloturisty“, „Posázavský

drsoň v Ledči nad Sázavou“, nebo například v Novém Městě na Moravě se jezdí „Světový pohár horských kol XCO“ a mnoho dalších. (Strategie rozvoje cykloturistiky a cyklodopravy v Kraji Vysočina na období 2014 – 2020, 2014, s. 26)

Region Vysočina disponuje pátou nejdelší sítí cyklistických cest v České republice. Celková délka cyklotras činní zhruba 2 448 km značených cyklotras Klubu českých turistů. Dalších 59,5 km cyklotras je označeno pásovými mapovými značkami a 101 km cyklistických cest je evidovaných, ale Klub českých turistů je neudržuje. (Strategie rozvoje cykloturistiky a cyklodopravy v Kraji Vysočina na období 2014 – 2020, 2014, s. 29)

#### 4.2.7 Ubytování

Celkově Kraj Vysočina v roce 2013 disponoval 505 ubytovacími zařízeními (5,1 % podíl v rámci ČR) s 8 877 pokoji a 25 749 lůžky (4,6 % podíl v ČR). V níže zobrazené tabulce lze spatřit vývoj počtu hromadných ubytovacích zařízení, pokojů a lůžek. Z tabulky je patrné, že celkově počet zařízení poskytujících hromadné ubytování narůstá a stejně tak i počet lůžek. V roce 2013 došlo k mírnému poklesu. (Krajská zpráva Českého statistického úřadu v Jihlavě, oddělení informačních služeb, online, cit. 2015-02-08)

**Tabulka 11: Vývoj počtu HUZ a lůžek v Kraji Vysočina za jednotlivé roky**

	2009	2010	2011	2012	2013
<b>HUZ<sup>19</sup></b>	354	346	398	506	505
<b>Lůžka celkem</b>	19 532	19 954	21 178	25 898	25 749

Zdroj: ČSÚ, online, cit. 2015-02-08<sup>20</sup>

<sup>19</sup> Hromadná ubytovací zařízení

<sup>20</sup> ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Cestovní ruch*. [online]. [cit. 2015-02-08]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/cestovni\\_ruch-xj](http://www.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/cestovni_ruch-xj)

Co se týče mezikrajového srovnání, tak se Vysočina umístila počtem hromadných ubytovacích zařízení na desátém místě z celkového počtu čtrnácti krajů. Před krajem Vysočina se umístil Olomoucký kraj a za ním na jedenácté pozici byl Karlovarský kraj. Počtem pokojů region Vysočina získal předposlední třinácté místo a kapacitou lůžek byl na dvanácté pozici. Bližší mezikrajové srovnání autorka zpracovala do tabulky pod odstavcem.

**Tabulka 12: Mezikrajové srovnání počtu HZU, pokojů a lůžek v roce 2013**

Kraj	Počet HZU	Počet pokojů	Počet lůžek
Jihočeský	1 302	21 314	61 761
Královéhradecký	1 116	18 264	51 266
Liberecký	989	15 056	45 863
Jihomoravský	872	18 261	46 074
Hl. m. Praha	856	42 643	92 052
Středočeský	805	14 929	40 144
Moravskoslezský	618	12 140	30 867
Plzeňský	573	10 572	29 589
Ústecký	513	9 433	25 063
Olomoucký	509	9 889	25 804
<b>Vysočina</b>	<b>505</b>	<b>8 877</b>	<b>25 749</b>
Karlovarský	488	15 799	32 412
Zlínský	463	10 117	26 037
Pardubický	361	7 673	21 842

Zdroj: ČSÚ, online, cit. 2015-02-08<sup>21</sup>

V případě, že zhodnotíme počty hromadných ubytovacích zařízení podle okresů v Kraji Vysočina, tak nejvíce jich v roce 2013 bylo v okrese Žďár nad Sázavou (168), druhou

<sup>21</sup> KRAJSKÁ SPRÁVA ČESKÉHO STATISTICKÉHO ÚŘADU V JIHLAVĚ. *Kapacita hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu podle krajů v roce 2013*. [online]. 2014, [cit. 2015-02-08]. Dostupné z: [http://m.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/A1004EFCB6/\\$File/1416105.xlsx](http://m.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/A1004EFCB6/$File/1416105.xlsx)

pozici z hlediska počtu zařízení hromadného ubytování obsadil okres Pelhřimov (90) a dále podle pořadí následovaly okresy Havlíčkův Brod (84), Jihlava (82) a Třebíč (80). (Hromadná ubytovací zařízení, 2015, cit. 2015-02-08)

**Tabulka 13: Kapacita hromadných ubytovacích zařízení Kraj Vysočina**

	<b>zařízení</b>	<b>pokoje</b>	<b>lůžka</b>
<b>Celkem</b>	505	8 877	25 749
Hotely *****	-	-	-
Hotely, motely, botely ****	16	587	1 237
Hotely, motely, botely ***	64	1 836	4 295
Hotely, motely, botely **	11	211	590
Hotely, motely, botely *	5	115	329
Hotely garni ****, ***, **, *	3	41	88
Penziony	160	1 501	4 276
Kempy	31	354	1 294
Chatové osady	23	461	1 869
Turistické ubytovny	69	1 022	3 177
Ostatní zařízení jinde nspecif.	123	2 749	8 594

Zdroj: ČSÚ, online, cit. 2015-02-05<sup>22</sup>

Nejvíce jsou turisty využívány hotely, motely a botely, které disponují třemi hvězdičkami. Celkově za rok 2013 tyto zařízení navštívilo 138 075 turistů. Druhým nejvíce navštěvovaným druhem ubytování byly ostatní nspecifikovaná zařízení

<sup>22</sup> KRAJSKÁ SPRÁVA ČESKÉHO STATISTICKÉHO ÚŘADU V JIHLAVĚ. *Statistická ročenka Kraje Vysočina 2014*. [online]. 2014, [cit. 2015-02-08]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/A20022D50A/\\$File/33009514.pdf](http://www.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/A20022D50A/$File/33009514.pdf)

(84 289 osob/rok). Na dalším místě z hlediska návštěvnosti byly penziony (75 530 osob/rok). Čtvrtou pozici obsadily Hotely, motely a botely \*\*\*\* (50 905 osob/rok). (Statistická ročenka Kraje Vysočina 2014, 2014, s. 110)

#### 4.2.8 Stravování

Stravování je nedílnou součástí každodenního života. Pokud se účastník cestovního ruchu rozhodne, že stráví svůj volný čas v nějaké destinaci, je nesmírně důležité, aby destinace disponovala dostatečně kvalitním systémem stravovacích služeb a mohla tak uspokojit základní potřeby turistů.

V Kraji Vysočina bylo v roce 2013 registrováno na 2756 provozoven poskytující stravovací služby. Do statistiky není však zahrnut přehled pultového prodeje jídel a mobilního stánkového občerstvení. Jednotlivé typy stravovacích zařízení a jejich počet je vyobrazen v níže uvedené tabulce. (KHS Kraje Vysočina, online, cit. 2015-02-07)

**Tabulka 14: Počet poskytovatelů stravovacích služeb podle jednotlivých druhů**

Druhy poskytovatelů stravovacích služeb	Počet celkem
Restaurační zařízení pro širokou veřejnost (restaurace, hotely, fast food, aj.)	834
Zařízení pro širokou veřejnost „bez řešené kuchyně“ (pivnice, herny, kavárny, aj.)	995
Provozovny stravovacích služeb typu cukráren, sezónní stánky s občerstvením, aj.	441
Stravovací zařízení zajišťující závodní stravování (pracoviště, výdejny, zdravotnictví, domovy s pečovatelskou službou, aj.)	218
Celkový počet v Kraji Vysočina	2 756

Zdroj: KHS Kraje Vysočina, online, cit. 2015-02-07<sup>23</sup>

<sup>23</sup> KHS VYSOČINA. *Informace pro veřejnost v oblasti kontroly potravinového práva v provozovnách stravovacích služeb*. [online]. [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.khsjih.cz/soubory/HV/hv-informace-o-kontrolach-2013.pdf>

**Tabulka 15: Počet provozoven zařízení podle okresů**

<b>Počet provozoven stravovacích zařízení podle okresů</b>	
Okres Havlíčkův Brod	554
Okres Jihlava	617
Okres Pelhřimov	405
Okres Třebíč	577
Okres Žďár nad Sázavou	603

Zdroj: KHS Kraje Vysočina, online, cit. 2015-02-07<sup>24</sup>

Významným programem v současné době v oblasti gastronomie je projekt agentury CzechTourism, Asociace hotelů a restaurací a Asociace kuchařů a cukrářů České republiky nesoucí název „CzechSpecials“. Cílem tohoto projektu je seznámit účastníky turismu s regionální gastronomií České republiky. Program vznikl z důvodu podpory restauračních zařízení nabízející tradiční české kulinářství v moderním pojetí. V Kraji Vysočina je součástí tohoto projektu 8 restauračních zařízení, které jsou zároveň držiteli oficiálního certifikátu, kde jedno z nich je umístěno dokonce v kategorii TOP 20 (Zámecký hotel Třešť). Zbýlých 7 restaurací zapojených do programu CzechSpecials jsou Švejk restaurant Telč, Motel Velký Rybník v Humpolci, Hotel Vivaldi v Jihlavě, Švejk restaurant U České koruny v Lipnici nad Sázavou, Penzion a restaurace Bílek, Penzion Klokočí ve Sněžném a Hotel Horní Dvůr v Novém Městě na Moravě. (CzechSpecials, online, cit. 2015-02-07)

---

<sup>24</sup> KHS VYSOČINA. *Informace pro veřejnost v oblasti kontroly potravinového práva v provozovnách stravovacích služeb.* [online]. [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.khsjih.cz/soubory/HV/hv-informace-o-kontrolach-2013.pdf>

### **4.3 Analýza poptávky v Kraji Vysočina**

Předchozí podkapitola se věnovala analýze nabídky v Kraji Vysočina, kde byly analyzovány jednotlivé možnosti trávení volného času se zahrnutím atraktivit, které lokalita nabízí. Prostřednictvím analýzy nabídky vyplynulo, že Kraj Vysočina má potenciál v rámci cestovního ruchu a zároveň má turistům co nabídnout. Velkou výhodou autorka spatřuje především ve vysoké koncentraci památek zapsaných na Seznam UNESCO. Avšak nabídka na trhu neexistuje sama a je v přímé harmonii s poptávkou, protože jsou tyto dva ukazatele na sobě závislé. Aby se region Vysočina stal vyhledávanou destinací, musí tedy existovat nabídka, díky které by návštěvníci do destinace jezdili a utráceli, a tím by vznikla dostatečná poptávka, na základě které by se zvyšovaly příjmy do místních rozpočtů. Poptávku v destinaci lze nejlépe zhodnotit pomocí několika ukazatelů, a to především návštěvností kraje turisty, monitoringem domácího cestovního ruchu nebo statistikou návštěvnosti památek v daném regionu.

#### **4.3.1 Analýza návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení**

Nadcházející podkapitola je zacílena na analýzu návštěvnosti Kraje Vysočina, kterou lze posoudit pomocí ukazatelů jako je sledování návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení a počet strávených nocí v dané destinaci. Tyto informace zpracovává Český statistický úřad a jsou k dispozici na jeho webových stránkách.

V roce 2013 navštívili hromadná ubytovací zařízení v Kraji Vysočina 448 401 turistů. Z tohoto počtu bylo 381 236 návštěvníků z České republiky a 67 165 nerezidentů. Tyto zařízení navštívilo v témže roce 448 401 hostů (2,9 % celorepublikový podíl), z toho bylo 67 165 nerezidentů (0,9 % podíl v rámci ČR). Menší podíl návštěvnosti má pouze Pardubický a Ústecký kraj. Souhrnný počet přenocování se pohyboval okolo 1 180 153 osob a 175 114 z tohoto počtu představovali nerezidenti. Největší počet nerezidentských návštěvníků přijel z Německa (15 983) a poté Slovenska (12 262) a Polska (3 859). Okres Žďár nad Sázavou disponuje největším množstvím hromadných ubytovacích zařízení a nejmenší počet je v okrese Havlíčkův Brod. (Statistická ročenka Kraje Vysočina 2014, 2014, s. 110)



Vývoj počtu hostů se rok od roku zvyšuje. Mírný pokles zaznamenal pouze rok 2010. Spolu s počtem návštěvníků roste také počet přenocování na území Kraje Vysočina, kde opět došlo k mírnému poklesu v roce 2010. Bližší informace jsou zobrazeny v tabulce nacházející se pod odstavcem.

**Tabulka 16: Vývoj počtu hostů a přenocování v Kraji Vysočina za jednotlivé roky**

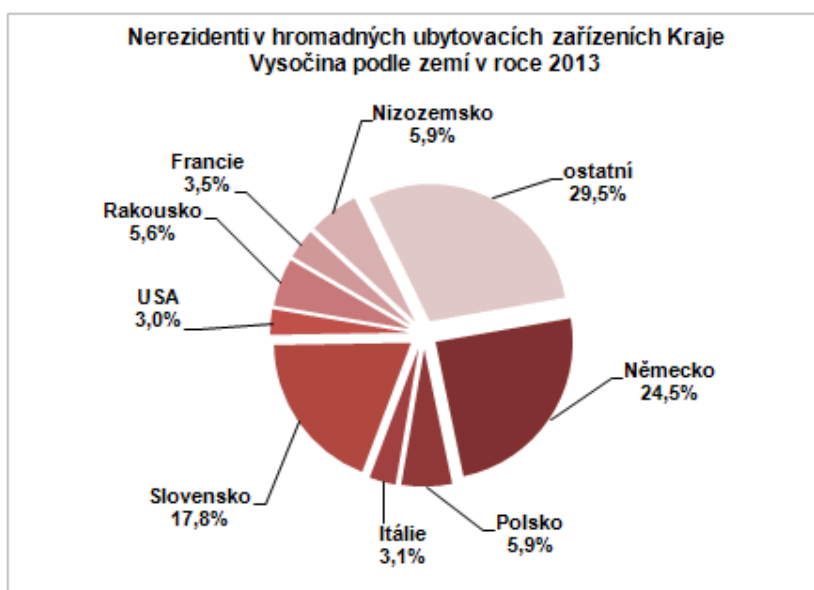
	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
<b>Hosté</b>	358 863	336 335	358 332	438 715	448 401
<b>Přenocování</b>	927 620	852 046	941 487	1 169 013	1 180 153

Zdroj: ČSÚ, online, cit. 2015-02-08<sup>25</sup>

Nejdéle se na území regionu zdržovali v roce 2013 Nizozemci, jejichž průměrná délka pobytu se pohybovala okolo 7,4 dnů. Druhý nejvyšší průměrný počet dnů strávených v kraji připadal na obyvatele Srbska a Černé Hory, poté Norové (5 dní) a Rusové (4,9 dní). V témže roce však došlo k poklesu celkového počtu přenocování oproti roku 2012 o 0,4 %. Průměrný počet přenocování činil na jednoho návštěvníka 2,6 noci. Procentuální přehled jednotlivých podílů nerezidentských návštěvníků v Kraji Vysočina za rok 2013 je na obrázku pod odstavcem. (Statistická ročenka Kraje Vysočina 2014, 2014, s. 111)

<sup>25</sup> ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Cestovní ruch*. [online]. [cit. 2015-02-08]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/cestovni\\_ruch-xj](http://www.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/cestovni_ruch-xj)

**Obrázek 1: Počet nerezidentů v HUZ Kraje Vysočina v roce 2013**



Zdroj: ČSÚ, online, cit. 2015-02-08<sup>26</sup>

Zajímavá jsou také porovnání Kraje Vysočina s ostatními kraji. Z hlediska celkové návštěvnosti se umístil region Vysočina na dvanáctém místě a na základě návštěvnosti nerezidentů obdržel třináctou pozici. Průměrná doba pobytu nerezidentských návštěvníků na území destinace činí 3,6 (osmé místo) a shoduje se celkovou průměrnou dobou pobytu (desáté místo). Informace jsou zpracovány názorně v tabulce.

**Tabulka 17: Mezikrajová návštěvnost a průměrný doba pobytu (2013)**

Kraje	Mezikrajová návštěvnost v roce 2013		Průměrná doba pobytu v roce 2013	
	celkem	nerezidenti	celkem	nerezidenti
Hl. m. Praha	5 899 630	5 047 956	3,5	3,6
Jihomoravský	1 427 154	505 234	3,0	2,8
Jihočeský	1 138 549	349 694	3,8	3,2
Královéhradecký	965 416	230 886	4,3	4,5
Středočeský	820 141	204 106	3,5	3,4

<sup>26</sup> ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Cestovní ruch v Kraji Vysočina v roce 2013*. [online]. [cit. 2015-02-08]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/xj/redakce.nsf/i/cestovni\\_ruch\\_v\\_kraji\\_vysocina\\_v\\_roce\\_2013](http://www.czso.cz/xj/redakce.nsf/i/cestovni_ruch_v_kraji_vysocina_v_roce_2013)

Karlovarský	787 084	526 089	6,8	7,6
Liberecký	752 732	159 869	4,4	4,5
Moravskoslezský	698 211	157 223	3,8	3,6
Zlínský	603 301	108 707	3,9	3,6
Plzeňský	558 797	186 668	3,6	3,1
Olomoucký	512 430	107 995	4,2	3,1
<b>Vysočina</b>	<b>448 401</b>	<b>67 165</b>	<b>3,6</b>	<b>3,6</b>
Ústecký	426 592	147 225	3,8	3,9
Pardubický	369 233	53 048	3,8	3,6

Zdroj: ČSÚ, online, cit. 2015-02-08<sup>27</sup>

#### 4.3.2 Návštěvnost vybraných památek v Kraji Vysočina

Druhým způsobem, jak posoudit poptávku v určité lokalitě je analýza na základě návštěvnosti atraktivit v kraji. Podle Národního památkového ústavu v roce 2014 se celkově zavítali podívat na památky v Kraji Vysočina 193 446 turistů. V porovnání oproti roku 2013 se návštěvnost zvýšila o 6,58 %. Největší počet účastníků cestovního ruchu zaznamenal Státní zámek Telč a poté zámek v Jaroměřicích nad Rokytnou. Největší nárůst návštěvnosti zaznamenal Hrad Lipnice nad Sázavou, a to o celých 21 %. Tento nárůst návštěvnosti je pro místní hrad významný. Faktory, které mohly přispět k vyššímu zájmu turistů o tuto památku, mohlo přispět velmi vydařené počasí v letních měsících. Nicméně autorka se domnívá, že za zvýšený zájem o hrad je díky tomu, že spadá pod správu Národního památkového ústavu, který každoročně pořádá věrnostní program, do kterého je zapojeno více jak 130 objektů pod jeho správou a hrad v Lipnici nad Sázavou je jedním z nich. Věrnostní program je postaven na tom, že v případě, že jsou turisté zapojeni do toho projektu, obdrží návštěvnické pasy a jednotlivé zaplacené

<sup>27</sup> KRAJSKÁ SPRÁVA ČESKÉHO STATISTICKÉHO ÚŘADU V JIHLAVĚ. *Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu podle krajů v roce 2013*. [online]. 2014, [cit. 2015-02-08]. Dostupné z: [http://m.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/A1004EFDED/\\$File/1416107.xlsx](http://m.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/A1004EFDED/$File/1416107.xlsx)

vstupenky jsou formou razítka zaznamenány do těchto pasů. Každý šestý vstup je pak zdarma. Dalším faktorem, který může přispět k vyšší atraktivnosti hradu, je pořádání různých kulturních akcí v jeho prostorách a také konání nočních prohlídek. Přesné údaje o návštěvnosti a vybraném vstupném jsou autorkou zpracovány do tabulky. (Národní památkový ústav, online, cit. 2015-02-09)

**Tabulka 18: Nejnavštěvovanější památky v Kraji Vysočina podle NPÚ**

Rok	Návštěvnost		vybrané vstupné	
	2013	2014	2013	2014
Telč	90 593	99 669	4 802 196,08	5 280 101,30
Jaroměřice	30 055	29 530	1 711 012,50	1 676 125,00
Zelená hora	23 042	23 187	1 720 520,00	1 672 960,00
Lipnice	22 403	27 070	947 440,00	1 120 920,00
Náměšť	15 412	13 990	1 070 473,00	912 460,00
<b>Celkem</b>	<b>181 505</b>	<b>193 446</b>	<b>10 251 641,58</b>	<b>10 662 566,30</b>

Zdroj: Národní památkový ústav, online, cit. 2015-02-09<sup>28</sup>

Pokud nebudeme do statistik zahrnovat pouze památky spravované Národním památkovým ústavem, tak nejvíce navštěvovaným objektem Kraje Vysočina je **Zoologická zahrada v Jihlavě** a její návštěvnost se rok od roku zvyšuje. V roce 2012 navštívili ZOO v Jihlavě 244 000 turistů. Rok 2013 zaznamenal nárůst v počtu návštěvníků o téměř 12,7 %, kdy branami jihlavské ZOO prošlo 274 985 lidí. Také v roce 2014 návštěvnost dále vzrostla, a to zhruba o 3,8 % (285 558 jedinců). Tím si Zoologická zahrada v Jihlavě uhájila znovu první pozici na žebříčku nejnavštěvovanějších atraktivit regionu. (Unie českých a slovenských zoologických zahrad, online, cit. 2015-02-09)

<sup>28</sup> NÁRODNÍ PAMÁTKOVÝ ÚSTAV. *Obliba památek na Vysočině roste*. [online]. [cit. 2015-02-09]. Dostupné z: <http://www.npu.cz/pro-odborniky/narodni-pamatkovy-ustav/tiskove-zpravy/news/15564-obliba-pamatek-na-vysocine-roste/>

Statisticky monitorovány jsou na území Kraje Vysočina také muzea a galerie. Nejnavštěvovanější muzeum bylo v roce 2013 Muzeum Vysočiny v Jihlavě, po něm následovalo Muzeum Vysočina Pelhřimov a na třetím místě se umístilo Muzeum Vysočiny Havlíčkův Brod. Všechny tři muzea Vysočiny jsou charakteristické tím, že shromažďují sbírky, které jsou spjaty s regionální historií a přírodou. V jihlavském muzeu si návštěvníci mohou prohlédnout historii regionu od gotiky až po současnou dobu a jsou zde k dispozici expozice týkající se dolování a mincování, geologie a živé přírody Českomoravské vrchoviny. Pořádají se tu také různé tematické výstavy. Pelhřimovské muzeum se pyšní expozicemi zacílenými na středověk a společenský život v 19. století. K vidění je zde také unikátní freskový sál, který byl zhotoven v 18. století. Havlíčkův Brod může nabídnout turistům stálou muzejní expozici o Karlu Havlíčku Borovském, po kterém nese město jméno a další tematické výstavy a expozice například o světových válkách v regionu, poštovníctví, poklady Vysočiny a podobně. (NIPOS, online, cit. 2015-02-09)

Nejvíce populární z hlediska návštěvnosti byla v témže roce Oblastní galerie Vysočiny v Jihlavě, která prezentuje umělecká díla z 19. – 21. století a v současnosti spravuje na 6 000 sbírkových předmětů. Druhou nejnavštěvovanější je Galerie výtvarného umění Havlíčkův Brod, která svou specializaci zaměřila na novodobou českou grafiku, ilustraci a kresbu, a tím patří k unikátu. V jejich sbírkách najdeme až 7 000 děl. Třetí nejvíce oblíbenou galerií je Horácká galerie v Novém Městě na Moravě, jež je umístěna v prostorách bývalého renesančního zámku a zaměřuje se na shromažďování děl nejvýznamnějších osobností působících v regionu Vysočina. V jejím depozitáři jsou k vidění také sbírky hutního skla z 60. – 70. let minulého století. Bližší informace o počtech návštěvníků jsou znázorněny v tabulce níže. (NIPOS, online, cit. 2015-02-09)

**Tabulka 19: Nejnavštěvovanější muzea a galerie na Vysočině**

	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
<b>Muzeum Vysočiny Jihlava</b>	71 401	14 484	77 478
<b>Muzeum Vysočiny Pelhřimov</b>	21 884	20 785	23 232
<b>Muzeum Vysočiny Havlíčkův Brod</b>	19 586	7 212	19 387

	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
<b>Oblastní galerie Vysočiny Jihlava</b>	12 500	14 484	12 813
<b>Galerie výtvarného umění Havlíčkův Brod</b>	11 795	9 693	11 967
<b>Horácká galerie Nové Město na Moravě</b>	4 374	3 586	3 735

Zdroj: NIPOS, online, cit. 2015-02-09<sup>29</sup>

#### **4.3.3 Monitoring domácího cestovního ruchu v regionu Vysočina**

Domácí cestovní ruch je také velmi významným prvkem, který se musí zohledňovat, už z toho důvodu, že ve většině regionů v České republice představuje větší procento než návštěvníci ze zahraničí. Je důležité mít proto zmapovanou poptávku a vědět, co tuto skupinu účastníků cestovního ruchu zajímá a co nejvíce navštěvují. Výzkumem domácího turismu se zabývala Česká centrála cestovního ruchu CzechTourism, která zpracovala v letech 2010 – 2014 výzkum a monitorovala návštěvnost jednotlivých regionů. Šetření probíhalo každý rok ve dvou etapách, kdy jedna byla zaměřena na léto a druhá na zimu.

Hlavními zjištěními tohoto výzkumu jsou, že občané České republiky stále více cestují na území státu a upřednostňují tak domácí turismus před tím zahraničním. Oproti roku 2013 došlo v roce 2014 k nárůstu tohoto druhu cestovního ruchu o třetinu, kde byla hlavní příčina spatřována ve využívání vlastních rekreačních zařízení. V zimě návštěvníci preferují jednodenní výlety především za relaxací a poznáváním, jezdí za sportem a turistikou, nakupovat nebo za známými a příbuzenstvem. V létě tráví v regionech delší čas a jsou ochotni přijet do destinace z větší vzdálenosti. Navíc také využívají více služeb turistických informačních center. Dalším zjištěním bylo, že turisté v rámci svého pobytu v 80 % navštíví restaurační zařízení. (CzechTourism, 2014, s. 8)

<sup>29</sup> NIPOS. Návštěvnost muzeí, památníků a galerií v krajích ČR 2011, 2012, 2013, online, cit. 2015-02-09. Dostupné z: <http://www.nipos-mk.cz/?cat=126>

Pokud se zaměříme na region Vysočina, tak prostřednictvím monitoringu domácího cestovního ruchu bylo zjištěno, že Vysočina je vnímána jako nízkonákladová lokalita pro trávení dovolené, kterou nejvíce navštěvují turisté s trvalým pobytem v tomto kraji nebo ze sousedních regionů ve vzdálenosti do 50 km. Návštěvníci sem cestují nejvíce autem, ale velmi oblíbenou dopravou do destinace je hromadná doprava, jako vlaky a autobusy. Někdy turisté využívají k dopravě svá kola. Účastníci domácího cestovního ruchu do destinace přijíždí nejčastěji na jednodenní výlety, a pokud se rozhodnou strávit v dané lokalitě více času, tak využívají ubytování v soukromí (chatky, chalupy, kempy nebo u známých a příbuzných). Výzkumem bylo prokázáno, že využití stravovacích kapacit je pod průměrem České republiky a to samé se týká průměrné denní útraty, která se pohybuje okolo 500 Kč. Hlavním důvodem návštěvy kraje je pak především poznání a relaxace. (CzechTourism, 2014, s. 21)

Vysočina se také řadí k lyžařským regionům a díky vhodným podmínkám pro tento druh turistiky dokáže přitáhnout turisty také v zimních měsících a účastníci domácího cestovního ruchu přijíždí z delší vzdálenosti (nad 100 km) a jsou pak ochotni v dané destinaci strávit více dní, zpravidla 3 – 7 nocí. Nejčastěji jsou využívány penziony, hotely, ale i ubytování v soukromí. Nejčastějším důvodem k návštěvě v zimě je sport, protože regiony jsou atraktivní díky celé řadě zimních sportů. Velmi populární je pak každoročně pořádaný Světový pohár v biatlonu v Novém Městě na Moravě, který přitáhne velké množství turistů. (CzechTourism, 2014, s. 21)

Výzkum ukázal, že od roku 2010 došlo k dvojnásobnému nárůstu turistů, kteří přijeli v letních měsících do regionu ze vzdálenosti 50 km. Prodlužují se také délky pobytů v létě i v zimních měsících. Podle šetření jsou nejoblíbenější víkendové pobyty a v roce 2014 více jak třetina návštěvníků v kraji minimálně jednou přenocovala. V zimě v destinaci strávilo alespoň jednu noc 55 % turistů. Monitoring prokázal, že účastníci domácího turismu se v kraji ubytují v zimě častěji než v létě a pouze jedna pětina využije hromadná ubytovací zařízení. Penziony jsou využity 9 % návštěvníků a kempy pak 5 %. Došlo rovněž ke zvýšení útraty nad 500 Kč v zimních měsících a v letních měsících naopak útrata klesla pod 500 Kč (81 %). Do destinace jezdí turisté převážně ve skupině přátel nebo s partnery. (CzechTourism, 2014, s. 34)

Velmi pozitivním zjištěním je, že se účastníci domácího cestovního ruchu do Kraje Vysočina rádi vracení znovu a jejich loajalita je vysoká. V zimě se vrací do regionu 75 % turistů a v létě 50 %. Do budoucna se chce dokonce do regionu vrátit více jak 90 % předchozích návštěvníků a úroveň spokojenosti návštěvníků se pohybují okolo 99 %. Podle turistů došlo k nejlepšímu zlepšení v kraji především v oblasti služeb pro motoristy, dopravní infrastruktury, v péči o čistotu a pořádek v destinaci, prodeji suvenýrů a drobného občerstvení. Pozitivně hodnotí také zlepšení nabídky pro volný čas (zima) a akce pro děti (léto). Velkou roli v oblasti propagace regionu má venkovní reklama, naopak internetová má zásah nižší. Nicméně třetina respondentů považuje za klíčový zdroj informací internet. Návštěvníci pak zaznamenali v letních měsících reklamu v tisku a televizi. Významným zdrojem ovlivňující návštěvnost jsou pak také doporučení od příbuzných a známých. Na základě těchto informací byl autorkou vypracován profil návštěvníka kraje Vysočina do tabulky pod textem. (CzechTourism, 2014, s. 34)

**Tabulka 20: Profil návštěvníka Kraje Vysočina**

<b>Profil návštěvníka Kraje Vysočina</b>	
<b>Upřednostňované roční období</b>	zima
<b>Délka pobytu</b>	víkendový pobyt
<b>Ubytování</b>	v soukromí (chaty, chalupy, kempy nebo u příbuzných známých) + penziony
<b>Důvod pobytu</b>	zimní sporty, relaxace a poznání
<b>Denní útrata</b>	nad 500 Kč
<b>Místo bydliště</b>	Kraj Vysočina, okolní kraje, do 50 km
<b>Způsob příjezdu do destinace</b>	auto

Zdroj: Autorka práce, 2015 (vlastní šetření)



## **Shrnutí**

Čtvrtá kapitola pojednává o analýze nabídky a poptávky v Kraji Vysočina. První podkapitola popisuje základní charakteristiky regionu, jako je jeho poloha, rozloha, administrativní členění, podíl venkovského obyvatelstva, úroveň hrubého domácího produktu, průměrné mzdy, úroveň nezaměstnanosti, počtu nemocnic a jiné. Druhá podkapitola se týká analýzy nabídky zacílené na vybraný kraj, kde autorka popisuje jednotlivé atraktivy v kraji, jako jsou přírodní, kulturně historické (památky UNESCO, hrady, zámky, církevní památky, lidová architektura) a technické památky. Dále jsou v této podkapitole popisovány zajímavosti v oblasti folklóru, festivalů a gastronomie a zmiňuje také specifické formy cestovního ruchu, které jsou realizovatelné v regionu. Poslední třetí podkapitola se týká rozboru poptávky v dané destinaci, kde se tento ukazatel posuzuje pomocí návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení, návštěvnosti vybraných památek a monitoringem domácího cestovního ruchu v rámci regionu.

## **5 TVORBA PRODUKTU CESTOVNÍHO RUCHU PRO DANÝ KRAJ**

Jedním z možných propagací Kraje Vysočina v oblasti cestovního ruchu je vytvoření produktu, který by byl atraktivní pro turisty a byl zároveň schopný zabezpečit příjmy do místních rozpočtů. V Kraji Vysočina se nachází již několik produktů cestovního ruchu<sup>30</sup> a je zde snaha o tvorbu stále nových, aby tak měl region co nabídnout návštěvníkům, popřípadě i těm potenciálním. Autorka se rozhodla, že vytvoří takový produkt, který by již vycházel z toho, co se v dané destinaci nachází, a tím by tak došlo ke snížení finanční nákladnosti v případě jeho realizace. Dalším kritériem je netradičnost, kdy produkt musí být schopen zaujmout pozornost případných návštěvníků. Z tohoto důvodu autorka bude hledat takový produkt, co jiná destinace nemůže nabídnout. Při koncipování bude zacíleno také na variabilitu, kdy bude účastníkům cestovního ruchu umožněno navštívit pouze jenom část produktu. Záměrem autorky je také zlepšení spolupráce jednotlivých sektorů v kraji, jak veřejného, tak soukromého odvětví.

Velkou výhodou Vysočiny je její rozmanitost, proto se v rámci projektu mohou kombinovat různé prvky v oblasti rozličných atraktivit, co daný region může nabídnout. Výhodou také je, že destinace má potenciál jak v letních, tak také v zimních měsících. Z tohoto důvodu se autorka bude snažit projekt částečně také přizpůsobit na využitelnost pro všechny měsíce v roce. Autorka by tak ráda docílila rozložení návštěvnosti regionu a tím se pokusila částečně eliminovat sezónní návštěvnost. Zároveň chce autorka dosáhnout toho, aby účastníci cestovního ruchu měli zájem navštívit také jiné turistické atraktivity než pouze památky zapsané na seznamu UNESCO.

---

<sup>30</sup> Židovské osídlení Vysočiny, Santini na Žďársku, Naučná stezka Pěšky krajem malíře F. M. Nágla, Naučná stezka Po stopách historie, Naučná stezka Po stavebních slozích, Naučná stezka Po Mlýnech, Svratecká vodohospodářská naučná stezka, Templářská cyklostezka, Hornická cyklostezka a další.

## 5.1 Po stopách soch Michala Olšiaka

Na základě autorčiných úvah o vhodném produktu cestovního ruchu pro Kraj Vysočina je výsledkem projekt „Po stopách soch Michala Olšiaka“. Hlavní podstatou projektu jsou sochy autora Michala Olšiaka, které se již v daném regionu nachází. Tyto sochy jsou originální a v takovéto koncentraci se v ostatních krajích České republiky nenacházejí. Výhodou je také jejich poloha, protože charakteristikou těchto soch je, že jsou začleněny do přírodní krajiny. Sochy jsou umístěny v takových lokalitách, které mohou účastníkům cestovního ruchu nabídnout nejen prohlídku sochy samotné, ale také je lze spojit s prohlídkou jiných atraktivit, popřípadě s nějakou sportovní aktivitou.

Autorem soch je rodák ze samotného kraje, který pochází z města Žďár nad Sázavou. Michal Olšiak se narodil v roce 1978 a ve Žďáře nad Sázavou vystudoval gymnázium. Je autorem mnoha soch z písku a betonu po území celé České Republiky, nicméně svoje díla vytvořil také v zahraničí, především v Německu a Itálii. Tento autor vyniká také v oboru malířství. V roce 2013 byla ve Žďáře nad Sázavou otevřena jeho galerie. Pozoruhodné je, že autor nevystudoval žádnou uměleckou školu. Nejvíce populární jsou jeho sochy z betonu, kterých je v Kraji Vysočina hned 23. (Nové Město na Moravě, online, cit. 2015-02-15)

Jednotlivé sochy jsou rozptýleny po celé Vysočině, ale jsou i taková místa, kde se nachází více soch na jednom místě. Takovým příkladem je město Žďár nad Sázavou, kde v jeho okolí se nachází hned 6 soch nebo například obec Tři Studně a její blízké okolí, kde mohou turisté najít hned 4 sochy. Díky této skutečnosti se autorka rozhodla produkt koncipovat do více okruhů a tím tak umožnila potenciálním návštěvníkům variabilně navštěvovat jednotlivé sochy. Výčet jednotlivých soch je v níže uvedené tabulce.

**Tabulka 21: Sochy Michala Olšiaka v Kraji Vysočina**

Okres	Sochy
Okres Žďár nad Sázavou	Hamroň (Hamry nad Sázavou)
	Kůň (Hamry nad Sázavou)

	Mamut (Hamry nad Sázavou)
	Mamlas (Žďár nad Sázavou)
	Hraniční kámen (Žďár nad Sázavou)
	Charlie Chaplin (Žďár nad Sázavou)
	Želva (Obyčtov)
	Rak (Račín)
	Rozcestník (Velké Dářko)
	Hroši (Škrdlovice)
	Hejkal Pepino (Tři Studně)
	Káně (Tři Studně)
	Výr (Tři Studně)
	Krbový mužíček (Tři Studně)
	Houby (Fryšava)
	sv. Florián (Nové Město na Moravě)
	Slon (Sázava)
	Strom (Poděšín)
Okres Havlíčkův Brod	Drak (Ronov nad Sázavou)
	Jelen (Slavětín)
	Čert (Chotěboř)
	Gryf (zámek Pohled)
Okres Jihlava	Pohádkový koník (Dobronín)

Zdroj: Autorka práce, 2015 (vlastní šetření)

### 5.1.1 Trasa 1

Tato část produktu se nachází v blízkém okolí města Žďár nad Sázavou a jedna socha je přímo v jeho centru. Žďár nad Sázavou je známý pro přítomnost památky zapsané na Seznam světového kulturního a přírodního bohatství UNESCO, a to Poutního kostela sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře, který byl postaven podle architektonického návrhu Jana Blažeje Santiniho Aichla. Tato památka je opravdovou dominantou daného města, nicméně by bylo dobré turistům nabídnout také alternativu a něco netradičního, což by právě mohla být daná Trasa 1 sestávající se z šesti soch (Kůň, Mamut, Hamroň, Mamlas, Hraniční kámen a Charlie Chaplin). Délka celé trasy je 14,6 km (viz Příloha A).

Trasa 1 by byla stěžejní trasou celého projektu díky největší koncentraci soch v okolí a začínala by u sochy Koně v Hamrech nad Sázavou, následně by se pokračovalo k soše Mamuta, poté k soše Hamroně, další v pořadí by byla socha Mamlase, předposlední sochou by byl Hraniční kámen a okruh by končil u sochy Charlieho Chaplina přímo v centru města Žďár nad Sázavou. **Socha Koně** se nachází nedaleko jezdeckého areálu s jízdárnou pro koně. Pro návštěvníky by zde byly možné jízdy na koních i s vyjíždkami do okolní krajiny. V blízkém okolí čtvrté sochy v pořadí se nachází také jízdárna a cesta k ní od sochy Koně vede kolem sochy Hamroně. Pokud by měli turisté zájem, tak by byla k dispozici možnost vyjíždky na koni na trase Kůň – Hamroň – Mamlas a dále by pak pokračovali pěšky k dalším sochám. Museli by však vynechat prohlídku druhé sochy Mamuta, ke kterému není možný přístup s koňmi.

V případě, že by se návštěvníci rozhodli zvolit pěší variantu, následovala by **socha Mamuta**, jenž je vzdálená od první sochy zhruba 4,1 kilometrů. Tato skulptura byla umístěna autorem na louku pod skalní útvar Rozštípená skála, která spadá pod správu CHKO Žďárské vrchy a je prohlášená přírodní památkou. Na této skále je vytaženo několik horolezeckých cest. Zájemci o horolezectví si však musí donést svoje vybavení. Na základě domluvy města a památkářů by zde mohlo být při vzniku Trasy 1 zpřístupněno v zimních měsících cepínové lezení na ledové stěně. V Kraji Vysočina se nachází zatím pouze jedna stěna, kde je možný tento druh horolezectví, a to u vodní přehradě Vír.

Třetí sochou v pořadí (druhou v případě vyjížďky na koních) by byla **socha Hamroně** nacházející se ve vzdálenosti 2,9 km od sochy druhé. V těsné blízkosti je malé odpočívadlo s lavičkami a výhledem na krajinu. Nedaleko sochy také vede cyklistická stezka spojující město Žďár nad Sázavou s Hamry nad Sázavou. Od této sochy vede polní cesta k další v pořadí čtvrté **skulptuře Mamlase** (třetí bod v rámci vyjížďky na koních) vzdáleného zhruba 1,2 km. Cesta je v dobrém stavu a vede kolem dvou rybníků Velká a Malá Dívka. Výhodou lokality, kde se socha nachází je vyvýšený terén, ze kterého je krásný výhled jak na město Žďár nad Sázavou, tak na Poutní kostel sv. Jana Nepomuckého. Turisté se zde mohou také posadit a opéct si špekáček v ohništi, které se nachází hned za sochou.

Předposlední socha v pořadí je vzdálená 2,5 kilometru od sochy čtvrté a nalézá se v Rekreačním areálu u Pílské nádrže. Její název **Hraniční kámen** socha dostala proto, že je umístěna přesně na hranici Čech a Moravy, která je těsně před hranicí města. Nejedná se pouze o jednu sochu, ale hned o komplex dvou soch (orlice a lva) a hraničního kamene. Pokud se turista stojí zády k městu, tak je k němu čelem socha lva, který ho vítá při vstupu do Čech. Naopak pokud návštěvník stojí čelem k městu, tak ho na stranu Moravy přijímá socha orlice. V loňském roce navíc byl v dané lokalitě vybudován Rekreační areál, který může turistům nabídnout odpočinek a různé sportovní volnočasové aktivity. Jeho součástí je půjčovna sportovních potřeb, občerstvení, parkoviště a sociální zařízení, jako toalety, šatny, sprchy a převlékací koutky. Tento areál nabízí návštěvníkům také projížďku na šlapadlech a lodkách, díky nedaleké přítomnosti Pílské nádrže. Pro děti jsou zde k dispozici různá dětská hřiště, balanční dráhy, lanová dráha, podzemní zvukovod a jiné atrakce. Pro sportovní aktivity jsou zde vyhrazeny pingpongové stoly, písčité, travnaté a účelové hřiště, ale také minigolf, DiskGolfpark a FitPark sloužící pro posílení celého těla.

Poslední šestá **socha Charlieho Chaplina** je umístěna ve vzdálenosti 3,9 km od sochy Hraničního kamene nedaleko náměstí v centru města. Velkou výhodou je, že je zde možnost využití městské hromadné dopravy. Zastávka je umístěna na parkovišti u rekreačního areálu a autobus zastavuje přímo nedaleko náměstí. Od zastávky se turisté vydají kolem kostela sv. Prokopa až ke skulptuře Charlieho Chaplina. Socha byla postavena na zakázku, protože je umístěna u vinárny „U Charlieho“. Naproti vinárně se

nachází Galerie Michala Olšiaka, kde vystavuje svoje malířská díla. Trasa by proto mohla být zakončena ochutnávkou vína a prohlídkou muzea autora.

Město Žďár nad Sázavou kromě těchto soch a Poutního kostela sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře může nabídnout turistům i jiné atraktivity. Ve městě se totiž nachází nedaleko poutního kostela bývalý cisterciácký klášter s muzeem knihy a dalšími expozicemi. Ve městě také bylo nově vybudováno relaxační centrum s několika bazény, tobogánem, malou lezeckou stěnou, relaxačním bazénem s proudovým kanálem, saunami, solnou jeskyní, vodními masážními lavicemi a lehátky. Bylo také rozšířeno Regionální muzeum. Dalším významným projektem, který byl ve městě realizován a spolufinancován ze zdrojů Evropské unie je rozšíření naučné stezky „Louky u Černého lesa“ o další vycházkový okruh. Naučnou stezku tvoří dva vycházkové okruhy a můžeme zde najít několik odpočívadel, vyhlídkových míst a informačních tabulí. **Vycházkový okruh A** se vede okolo Bránského rybníku a seznamuje turisty s pověstmi, které se vážou k historii města. V rámci prvního okruhu mohou návštěvníci vidět další dvě významné stavby architekta Jana Blažeje Santiniho Aichla, a to Hospodářský dům Lyra a Dolní hřbitov. **Okruh B** provází turisty místy s nejvyšší ochranou přírody a krajiny a vede okolím rybníku, jenž navazuje na areál bývalého cisterciáckého kláštera. V jedné části trasy je krásný výhled na poutní kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře. Oba projekty byly zkonstruovány bezbariérově.

### 5.1.2 Trasa 2

Druhá trasa, kterou autorka vymezila, zahrnuje sochy Hejkala Pepina, Káně, Výra, Krbového mužička a sochu Hub. Trasa byla vytvořena na základě blízkosti pěti soch, které jsou zhotoveny převážně v blízkosti obce Tři Studně. Jedna socha se pak nachází v nedaleké obci Fryšava a šestou doplňkovou sochou by byla socha sv. Floriána v Novém Městě na Moravě, vzdáleného od obce Tři Studně zhruba 6 km.

První zmínky o obci Tři studně pocházejí již z roku 1651 a její název se poprvé objevil o 14 let později. Důvodem vzniku Tři Studní byla pozdní horská kolonizace a vznikla původem jako sklářská osada. Zajímavostí je, že rybník Sykovec nacházející se na jihu obce je nejvýše položeným rybníkem na Vysočině (725 m). (Frejová, 2002, s. 39)

Tato trasa skrývá velký potenciál, protože je umístěna v lokalitě, kde je velké množství atraktivit a navíc je vhodná i pro návštěvu v zimních měsících, protože se zde v zimě udržují lyžařské tratě vhodné pro běžky a poměrně blízko jsou také dvě sjezdovky. V létě je toto místo oblíbené především pro pěší a cykloturistiku. Navíc je daná lokalita bohatá na skalní útvary, které jsou vhodné pro horolezectví a dvě vodní nádrže vhodné pro koupání. Jenom v okolí obce Tři Studně jich najdeme hned několik (Brožova skála a Pasecká skála)

První sochou uvádějící trasu by byla **socha Hejkala Pepina**, jenž se nachází u penzionu Zátíší, kde je možnost občerstvení v místní restauraci. Druhá v pořadí by byla **socha Kaně** nacházející se u hotelu Horník a je vzdálená zhruba 400 metrů od sochy prvním. Zde mají turisté také možnost občerstvení v restauraci, která je součástí komplexu hotelu. Při návštěvě v letních měsících je v areálu také hřiště na minigolf, které je přístupné veřejnosti. Cesta ke třetí a čtvrté **soše Výra a Krbového mužíčka**, jež jsou obě umístěny v areálu chatové osady Yukon, vede okolo rybníka Sykovec. V letních měsících se tu mohou návštěvníci vykoupat a v zimě zase bruslit. Vzdálenost tohoto úseku je 1,4 kilometrů. V rámci areálu se taktéž nachází Lanový park u Penzionu Pegas, který je výborným místem pro netradiční sportovní a adrenalinové zážitky. Je tu k dispozici například lezecká stěna, skok na hrazdu, šikmá kladina, zavěšené klády, a podobně. Zakončení druhé trasy by bylo u **sochy Hub** v nedaleké obci Fryšava, která je umístěna ve vzdálenosti 3,9 kilometrů od předchozích dvou soch. Cesta vede okolo druhého rybníka Medlov, kde je také možnost koupání u hotelu nesoucí stejný název jako zmíněný rybník, který leží zhruba v půlce poslední cesty, kde je taktéž možnost využití služeb hotelové restaurace. Poslední socha, stejně jako ostatní, byla zhotovena u zařízení poskytující ubytovací služby. V tomto případě se jedná o Penzion Fryšava, kde v závěru cesty budou mít návštěvníci možnost ochutnat speciality místní kuchyně. V případě, že by se chtěli turisté vrátit do prvního bodu této trasy, mohou dále pokračovat pěšky nebo využít možnosti linkových autobusů. Pěší cesta z posledního bodu do bodu prvního je 4,1 kilometrů a vede převážně lesem, kde je možnost sběru hub. Autobusem cesta zpět trvá zhruba 7 minut.



Celková délka pěší trasy je zhruba 5,7 kilometrů (Příloha B), a pokud se účastníci rozhodnou pro okruh s návratem do výchozího bodu, tak je cesta dlouhá přibližně 10 kilometrů. V zimě jednotlivé body spojuje udržovaná trať pro běžkové lyžování v délce 6,3 kilometrů (Příloha C) a pro cyklisty je vhodná trasa s délkou 7,6 kilometrů (Příloha D).

V nedalekém okolí těchto pěti sokulptur byla zhotovena ještě jedna socha, která byla umístěna na fasádu hasičské zbrojnice v Novém Městě na Moravě a má tvar hydrantu. Vzdálenost této sochy od prvního bodu okruhu (Hejkal Pepino) je 8,5 kilometrů, proto je vhodné sochu navštívit s využitím auta nebo autobusu. Nové Město na Moravě může nabídnout daleko více. Turisté zde mohou navštívit Horácké muzeum a v zimě se zde každoročně koná Světový pohár v biatlonu v místním Ski areálu. Milovníkům zimního sjezdového lyžování město může nabídnout také sjezdovku se sedačkovou lanovkou. Ve městě můžeme nalézt restauraci Hotel Horní Dvůr, která je součástí projektu CzechSpecials a může tak oslovit netradičním gastronomickým zážitkem.

### 5.1.3 Trasa 3 + cyklistický okruh

Hlavními body třetí trasy jsou tři sochy. První sochou je **skulptura Raka**, jenž se nachází v obci Račín a je umístěna u rybníka za Hotelem Leopold. Hladina rybníku je pokryta lekníny ve tvaru květiny. Obec Račín je obklopena ze všech stran lesy, které jsou vyhledávaným místem pro sběr hub a ostatních lesních plodin. Druhou sochou v rámci trasy je **Rozcestník** na hrázi Velkého Dářka, který je největším rybníkem na Vysočině. Délka prvního úseku je 4,3 kilometrů. Kousek od sochy se nachází občerstvení a návštěvníkům je dovoleno se v rybníku koupat. Kousek od hráze je začátek naučné stezky Dářská rašeliniště, které turisty provede největším rašeliništěm na Českomoravské vrchovině. Cesta dále pokračuje k poslední **skulptuře Hrochů** vzdálené 1,8 kilometru, která byla postavena ve tvaru fontány a je u Hotelu U Hrocha, kde je zároveň k dispozici velmi hezké hřiště na minigolf. Celková délka činní 6,1 kilometrů (Příloha E).

Další variantou je **cyklistický okruh**, který by zahrnoval tyto tři sochy a začínal a zároveň končil u skulptury Hraničního kamene ve Žďáře nad Sázavou. Byl by tak tvořený čtyřmi sochami. Cyklisté by vyrazili od sochy Hraničního kamene a pokračovali lesní asfaltovou cestou k soše Raka, následovala by soustava lesních a asfaltových cest k Rozcestníku a poté by se vydali k soše Hrochů po asfaltové cestě a silnici. Od ní by se následně vrátili zpět ke skulptuře Hraničního kamene. V poslední části okruhu mezi sochami Hrochů a Hraničního kamene vede cesta kolem občerstvení Salon Expressu Vagon, které je stylově zhotovené ze starého železničního vagonu. V areálu je zároveň k dispozici mnoho atrakcí pro děti, jako skákací hrad, vodní čluny, zahradní železnice, lanovka, vzduchová děla a další. Celková délka cyklistického okruhu by byla 22 kilometrů (Příloha F).

#### 5.1.4 Trasa 4

Čtvrtá trasa je vhodná jak pro pěší turistiku, tak také pro cykloturistiku, převážně pro horská kola. Celková délka trasy by činila zhruba 15 kilometrů (Příloha G). Začátek byl u **sochy Mamuta**, kde jak autorka již popsala v Trase 1 je možnost horolezectví. Následně cesta pokračuje do obce Sázava k **soše Slona** vzdáleného 4,3 kilometrů. Dalším bodem je **skulptura Draka** v obci Ronov nad Sázavou. Přes Ronov vede nově vybudovaná cyklostezka začínající kousek od sochy Slona, která byla zhotovena na místě, kde dříve vedla stará železniční trať a pokračuje až do bodu posledního (Přibyslav). Skulptury Slona a Draka jsou od sebe vzdáleny 7,5 kilometrů. Celá trasa bude zakončena v obci **Přibyslav**, kde končí nově zbudovaná cyklostezka a kde je v místním zámku otevřena stálá expozice dějin hasičství.

Velmi významným bodem v rámci trasy je Ronov nad Sázavou, kde byla zhotovena socha Draka. Toto místo kromě zmíněné skulptury může turistům nabídnout mnohem více atraktivit. Prvním z nich je starověký most pocházející z 16. století. Další historickou památkou je zřícenina hradu Ronov, který byl jako poslední dobyt slavným vojevůdcem Janem Žižkou z Trocnova. Cesta k hradu navíc vede oborou Volský žlab, ve které je k vidění vysoká zvěř, jako jsou jeleni, daňčí zvěř a mufloni, ale k vidění jsou také divocí krocani.

### 5.1.5 Trasa 5

Pátý okruh je nejvhodnější pro návštěvu jednotlivých míst autem. Je tvořen třemi sochami, kdy první se nachází v obci Slavětín. **Socha jelena** je umístěna u lesa a kousek od ní se nachází přírodní koupaliště s občerstvením. V okolí sochy je spousta lesního porostu, který je vhodný pro houbaření. Druhou sochou je **Čert** ve městě Chotěboř. Skulptura je umístěna kousek od vlakového nádraží. V daném městě se nachází také zámek, který je turistům přístupný i celý prosinec a může nabídnout hned několik expozic. V nedalekém okolí obce se navíc nachází Přírodní rezervace Údolí Doubravy, které je součástí CHKO Železné hory. Jeden ze vstupů do této přírodní rezervace je ve městě Bílek, kde se nachází penzion s restaurací, které jsou zapojeny do projektu CzechSpecials. Turisté budou mít možnost vyzkoušet tradiční jídla české gastronomie po procházce podél nádherného kaňonu řeky Doubravy. Třetí **socha Gryfa** se nachází nedaleko města Havlíčkův Brod v obci Pohled. Socha byla umístěna do dvora místního zámku, který je v současné době v rekonstrukci a bude posléze zpřístupněn široké veřejnosti. V areálu zámku se nacházejí stáje s koňmi. V letních měsících se zde pak pořádají různé akce spjaté s koňskými spřeženími, kočárovými službami a sokolnictvím. V areálu zámku se také nachází vinotéka. Celková délka trasy je 30,7 km (Příloha H).

### 5.1.6 Trasa 6

Poslední trasou, která ponese odkaz dvou soch Michala Olšiaka, bude vytvořena v okolí města Jihlava, které je také hlavním krajským městem. Trasa bude začínat v obci Poděšín, kde je postavena **socha Stromu**. Posléze by trasa procházela městem Polná, kde se nachází mnoho atraktivit. Ve městě je zámek, ale také židovský hřbitov, muzeum a synagoga. Dalším v pořadí by následovalo obec Dobronín, kde byla zhotovena **socha Pohádkového koníka**. Poblíž sochy se nachází ranč, kde jsou návštěvníkům umožněny výjízdky na koni. Okolo sochy navíc bylo zbudováno dětské hřiště.

Celá trasa by pak byla zakončena ve městě Jihlava, která je bohatá na historické i kulturní památky. Velmi oblíbenou atraktivitou je zde historické městské podzemí,

kteře se vyznačuje nevysvětlitelně fosforeskující stěnou. Ve městě se ale také dochovaly městské hradby. Nejnavštěvovanějším turistickým cílem je ve městě Zoologická zahrada Jihlava, a pokud návštěvníci chtějí spíše relaxovat, nachází se zde Akvapark Vodní ráj s velkým množstvím bazénů a vodních atrakcí, ale v areálu jsou k dispozici také sauny, parní lázně, solária a masáže. Milovníci gastronomie navíc ocení skutečnost, že se zde nachází restaurace, která byla vybrána do projektu CzechSpecials. Oblast kultury je zde také velmi bohatá. Ve městě je k vidění několik muzeí a galerií, a jiné. Délka trasy by činila 25,8 km (Příloha I).

**Tabulka 22 Přehled jednotlivých tras**

<b>Trasa 1</b>	
počet soch	6
celková délka trasy	14,6 km
forma CR	pěší turistika, cykloturistika, hipoturistika
<b>Trasa 2</b>	
počet soch	5 (+ 1)
celková délka trasy	5,7 km (pěší); 7,6 km (cyklo); 6,3 km (běžky)
formy CR	pěší turistika, cykloturistika, zimní lyžování
<b>Trasa 3</b>	
počet soch	3 (+1)
celková délka trasy	6,1 km (pěší), 22 km (cyklo okruh)
formy CR	pěší turistika, cykloturistika
<b>Trasa 4</b>	
počet soch	3
celková délka trasy	15 km
formy CR	pěší turistika, cykloturistika
<b>Trasa 5</b>	
počet soch	3
celková délka trasy	30,4 km
formy CR	cykloturistika, využití dopravního prostředku

<b>Trasa 6</b>	
počet soch	2
celková délka trasy	25,8 km
formy CR	cykloturistika, využití dopravního prostředku, hipoturistika

Zdroj: Autorka práce, 2015 (vlastní šetření)

## 5.2 Marketingový mix produktu

Marketing oblasti cestovního ruchu spadá do marketingu služeb, ale i přesto je specifickou oblastí služeb, a tím se liší i pojetí celého marketingového mixu. Vychází z klasického marketingového mixu „4P“ nicméně byl rozšířen podle svých specifikací od další „4P“. Oblast turismu tak pracuje s marketingovým mixem „8P“, který obsahuje položky jako je: produkt (product), cena (price), distribuce (place), lidé (people), programování (programming), tvorba paketů (packaging), partnerství (partnership), propagace (promotion). (Palatková, 2006, s. 133)

### **Produkt (product)**

Zaměření produktu „Po stopách soch Michala Olšiaka“ je patrné již z jeho názvu. Produkt se týká soch umělce Michala Olšiaka a je sestaven z jednotlivých tras. Každá z šesti tras seznamuje s netradičními betonovými sochami v podobě zvířat popřípadě pohádkových postav, které byly umístěny do krajinného rázu Kraje Vysočina. Jednotlivé trasy jsou pak koncipovány pro pěší turistiku, cykloturistiku a některé pro cestování pomocí dopravních prostředků. Některé z tras využívají kombinace jednotlivých druhů turistiky. Důvodem koncepce produktu do jednotlivých tras je skutečnost, že v některých lokalitách se nacházejí sochy blízko u sebe. Zároveň je turistům umožněn větší přehled v nabídce soch a díky jednotlivým trasám je pak mohou turisté absolvovat v rámci pěší turistiky.

Produkt je zaměřen převážně na netradičnost. Jeho snahou je přilákat turisty na atraktivitu, které v daném počtu nejsou dostupné v jiném z krajů České republiky. Dalším důvodem je rozšíření nabídky kraje, která by kromě známých atraktivit, jako jsou památky zapsané na Seznamu světového kulturního a přírodního bohatství UNESCO, bude nabízet i další alternativy trávení volného času. Smyslem produktu je rozšíření turistické sezóny, kdy jedna trasa byla uzpůsobena tak, aby byla dostupná také pro zimní turistiku, konkrétně běžkové lyžování.

Součástí produktu je vybudování informačních tabulí s informacemi o jednotlivých sochách. V rámci každé informační tabule budou vybudovány i audio průvodce a kovová tabulka s Braillovým písmem, aby byl projekt dostupný pro handicapované účastníky cestovního ruchu. Část výtěžku z turistických karet by pak šel na finanční podporu institucí pomáhající lidem s nějakým hendikepem. Produkt tak bude zacílen na skupiny senioři, rodiny s dětmi a na turisty se zdravotním postižením.

### **Cena (price)**

Velkou výhodou produktu je, že účast na něm může být prakticky zcela bezplatná. Návštěvníkům destinace bude k dispozici zdarma plánek s jednotlivým přehledem soch a s přesnými informacemi ohledně jednotlivých tras. Turisté si budou moci zároveň návštěvu jednotlivých soch schopni naplánovat na webu, který bude určen tomuto produktu. Web bude uzpůsoben tak, že turisté zadají výchozí body (sochy), které chtějí vidět, a na mapě se jim objeví přesná trasa, která bude sochy spojovat. V okolí trasy budou vyznačeny tipy na návštěvu dalších atraktivit v okolí a k dispozici bude taky seznam ubytovacích a stravovacích zařízení s recenzemi od ostatních návštěvníků.

Součástí produktu však bude také možnost zakoupení turistického pasu, který je vztažen k jednotlivým sochám. Turistická karta bude stát potenciálního dospělého zájemce 200 Kč a cena pro děti je 100 Kč. Rodinné vstupné je stanoveno na 250 Kč (2 dospělí a 2 děti), díky ní turisté získají různé volné vstupy a slevy na celou útratu. Do projektu budou zapojeny galerie, muzea, restaurace, zařízení hromadného ubytování, sportovní rekreační areály, historické a kulturní památky a ostatní zařízení ze soukromého a veřejného sektoru nabízející návštěvníkům nějaký zážitek v oblasti cestovního ruchu.

### **Distribuce (place)**

Produkt lze distribuovat několika způsoby. Přímo v dané destinaci po celém kraji bude možnost koupě turistické karty na pokladnách významných turistických atraktivit, v informačních centrech a cestovních agenturách, ale také na vlakových nádražích.

Další možností bude koupě turistické karty na internetu, konkrétně na webu speciálně vytvořeném pro tento produkt v sekci eshop. Karty mohou být zasílány prostřednictvím České pošty, nebo se karta zašle zájemcům v elektronickém dokumentu a turisté si jí budou moci vytisknout.

### **Lidé (People)**

Vzhledem k tomu, že tento produkt není náročný na lidský faktor, jako je personál a zaměstnanci, tak v rámci jeho vzniku a před uvedením na trh bude provedeno školení, kterého se bude týkat všech stran podílejících se na projektu ze soukromého a veřejného sektoru. Školení se budou účastnit také jednotliví zaměstnanci, kteří se nějakým způsobem podílejí na prodeji turistických karet.

V případě, že se během toho, kdy již bude produkt na trhu, do projektu zapojí další subjekty nebo bude zhotovena nová socha, která se včlení do projektu, pověřená osoba elektronicky zašle dokument s těmito informacemi klíčovým osobám jednotlivých zúčastněných stran. Ty budou odpovědné za seznámení zaměstnanců s novými informacemi a zároveň svým podpisem elektronického dokumentu a odesláním zpět nositeli produktu se zaručí, že informace byla předána.

### **Programování (programming) a tvorba paketů (packaging)**

Produkt je založen na vzájemných konzultacích subjektů, jež jsou do projektu zapojeny, a zároveň se bude snažit reflektovat jejich přání. Návštěvníkům pak budou prostřednictvím turistické karty poskytovány výhodné nabídky různých slev, volných vstupů a ochutnávek.

Během trvání tohoto projektu bude produkt neustále inovován a doplňován a nové prvky nabídky. V rámci produktu se budou konat i různé akce spjaté se sochami, jako například „Olšiakův maraton“, soutěže v orientačním běhu, „Bramborobraní“ nebo

závody na běžkách na Trase 2, a podobně. Na webu a prodejních místech turistických karet pak mohou návštěvníci vyplnit dotazník spokojenosti, prostřednictvím kterého bude umožněno psát různé nápady a připomínky, které by uvítali.

### **Spolupráce (Partnership)**

Celý produkt je založený na vzájemné spolupráci subjektů ze soukromé a veřejné sféry. Ke spolupráci by byl přizván také neziskový sektor vzhledem k tomu, že část z tržeb prodeje turistických karet by byla věnována na podporu handicapovaných osob. Hlavním nositelem projektu je Kraj Vysočina. Spolupráce jednotlivých sektorů se odehrává na úrovni zabezpečení financování, výstavby, obnovení, správy či údržby veřejné infrastruktury a realizace ostatních projektů.

Další druh spolupráce je zacílen na **certifikaci služeb**, díky které budou turistům k dispozici služby, jako například úschovny kol, možnost umytí kola se základním vybavením pro jeho mytí nebo informační tabule s informacemi o službách pro pěší návštěvníky a cykloturisty.

Zároveň by jednotlivé subjekty zapojené do produktu měly dbát na to, aby měl produkt **udržitelný charakter**. Udržitelný charakter produktu lze podporovat podporovat na základě společného financování této stránky jednotlivými subjekty obou sektorů. Vzhledem k tomu, že jsou sochy umístěny do krajinného rázu a některé z nich se nacházejí v blízkosti přírodních rezervací a chráněných krajinných oblastí, bylo by vhodné umístit v rámci jednotlivých tras informační tabule týkající se osvěty turistů v oblasti ochrany životního prostředí. Všechny trasy pak budou disponovat koši na třídění odpadků, aby nedocházelo ke znečišťování okolí.

### **Propagace (promotion)**

Reklama je jedním z klíčových prostředků, aby se dostal produkt do povědomí veřejnosti. Projekt je možno propagovat pomocí tištěných letáčků a brožur s mapami a seznamy soch. Vzorový letáček tohoto produktu umístila autorka do příloh (Příloha J). V jednotlivých městech, zapojených do projektu, budou informační tabule, například na autobusových a vlakových nádražích, ale také u informačních center a na náměstích. Kraj bude usilovat o umístění reklamy na billboardy na dálnici D1, která destinací



prochází. K propagaci by mohl být využit taktéž tisk (noviny a časopisy). V rámci těchto druhů reklam turisté naleznou odkaz na webové stránky produktu, které se pro tento produkt speciálně vytvoří.

Velký potenciál autorka spatřuje v reklamě elektronické. Produkt může být propagován pomocí webových stránek partnerů zapojených do projektu (weby restaurací, muzeí, galerií, historických památek, weby měst a obcí, ZOO Jihlava, a podobně). Dále dojde k umístění reklamy na webové stránky kraje Vysočina, ale také na internetové stránky CzechTourism, Kudy z nudy nebo weby dopravních společností jako České dráhy v sekci typy na výlety. Vhodná formou by byly například PR články na webu iDNES.cz, aktualne.cz, a jiné.

## 5.2 Financování projektu

Zdrojů financování produktu je možné zajistit hned několik a finanční zdroje budou pocházet jak ze sektoru soukromého, tak i veřejného. Peněžní zdroje na realizaci projektu pocházející ze soukromého sektoru by byly převážně od podnikatelských subjektů mající zájem se do projektu zapojit, popřípadě ho pouze financovat. Ty by pak mohly projekt financovat jednorázově ve fázi realizace nebo pak v pravidelných intervalech.

Další možností zajištění peněz je financování z veřejných zdrojů na mezinárodní, státní, regionální a místní úrovni. Projekt by mohl čerpat finanční dotace z **Národního programu podpory cestovního ruchu**, který spadá pod dikci Ministerstva pro místní rozvoj. Program se zabývá problematikou rekonstrukce a výstavby nových odpočívadel, center služeb pro návštěvníky daných lokalit a hygienického zázemí pro pěší turisty, cyklisty a hendikepované turisty. Při realizaci projektu bude zapotřebí všechny tyto aspekty vybudovat, a proto je zde potenciální možnost využití těchto dotací. Vzhledem k tomu, že sochy jsou v soukromém vlastnictví subjektů ze soukromého a veřejného sektoru a nejsou ve vlastnictví samotného kraje. Byl by tak další možností zdrojů peněžní podpory byl **Fond Kraje Vysočina**. Kraj Vysočina prostřednictvím tohoto fondu poskytuje finance na podporu řady regionální aktivit ve sféře sportu, kultury, životního prostředí, zemědělství, vzdělávání a osvěty a podobně. V neposlední řadě se

mohou na spolufinancování produktu podílet jednotlivé obce, v blízkosti kterých se sochy vyskytují. Finanční prostředky by pak šly z **místních rozpočtů měst a obcí**.

Samostatnou kapitolu tvoří financování z jednotlivých **fondů Evropské unie**. Pro tento produkt by byly relevantní finance z **Integrovaného regionálního operačního programu**, kdy jedním z cílů je zkvalitnění infrastruktury a posílení konkurenceschopnosti regionů, ale podporuje také rozvoj v oblasti cestovního ruchu a kultury. Velký potenciál autorka spatřuje ve financování z **Regionálního operačního programu Jihovýchod** (ROP Jihovýchod). Finanční prostředky z ROP Jihovýchod by mohly být čerpány ze dvou oblastí, a to z oblasti Dostupnost dopravy, která se mimo jiné zabývá budováním husté sítě cyklostezek. Na tuto oblast byla vyčleněna v programovém období 2014 – 2020 částka 345 milionů EUR. Druhou oblastí je Cestovní ruch. Ta je orientovaná na zvyšování kvality života obyvatel, udržitelný rozvoj, posilování úlohy regionálních středisek a na zvyšování konkurenceschopnosti regionu. Na tuto oblast Evropská unie uvolnila peněžní prostředky ve výši 201 milionů EUR (ROP Jihovýchod, online, cit. 2015-02-24).

## **Shrnutí**

Pátá kapitola diplomové práce pojednává o produktu „Po stopách soch Michala Olšiaka“. V první části kapitoly je produkt podrobně charakterizován a rozdělen do jednotlivých tras, kde jsou popsány jednotlivé sochy a uvedeny atraktivita, které se v blízkosti soch nacházejí. První podkapitola je pak věnována marketingovému mixu „8P“. Produkt je v této podkapitole zhodnocen pomocí každého „P“ (produkt, cena, distribuce, lidé, programování a tvorba paketů, spolupráce a propagace). Poslední podkapitola pojednává o možných způsobech financování projektu.

## **6 TVORBA PRVNÍ TEMATICKÉ TRASY PRO DANÝ KRAJ**

Zvýšení návštěvnosti kraje je vhodné docílit také různými tematickými trasami, které mohou mít i naučný charakter. V Kraji Vysočina se nachází několik desítek tematických naučných stezek, jež se zaměřují především na prezentaci přírodních zajímavostí a atraktivit dané lokality. Při tvorbě naučných stezek musíme brát v potaz, že ne každá turistická trasa se může stát naučnou stezkou. Velmi důležité je, aby disponovala nějakým obsahovým fondem a dokázala upoutat návštěvníky. Pokud se rozhodneme vytvořit takovou stezku, je velmi klíčové mít zmapované všechny objekty, které plánujeme do projektu zapojit. Neméně důležitým prvkem je pak volba výchozího místa trasy, jež by mělo být dopravně dostupné, jak hromadnou dopravou, tak individuální.

Důležitý je i technický charakter trasy a bezpečnost. Stezka by neměla vést příliš náročným terénem a bylo by vhodné se vyvarovat strmým oblastem. Povrch musí být také dobře schůdný a nemělo by zde hrozit riziko sesuvu půdy. V případě výskytu rizik v rámci naučné stezky je velmi důležité na to upozornit turisty hned na začátku trasy na uvítací tabuli. Všeobecně však platí, že celý projekt musí být bezpečný za každého počasí. Vhodné je, aby trasa vedla co nejvíce klidným prostředím, tudíž je na místě ji celkově uzpůsobit tak, aby nekopírovala silnice s vysokou frekvencí hluku a aut. Stezka má být přesně značená, protože nesmí docházet ke zmatení a bloudění návštěvníků, a proto je důležité přesně vymežit trasu na informačních cedulích s mapkami a přidat do trasy v případě potřeby také rozcestníky.

### **6.1 Santiniho naučná stezka**

Autorka se rozhodla, že vytvoří turistickou naučnou stezku, která bude odrážet něco, co je pro daný region typické a zároveň návštěvníky seznámí s historií dané lokality. Kraj Vysočina je známý pro největší koncentraci památek zapsaných na Seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO. Velmi unikátním je pak Poutní kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře ve Žďáře nad Sázavou postavený podle

návrhu architekta Jana Blažeje Santiniho Aichla. Tento poutní kostel však není jediným na Vysočině, který byl navržen Santinim. Na základě toho autorka vytvořila naučnou stezku, která turistům odhalí i s dalšími stavby, jejichž interiéry byly upraveny nebo přímo postaveny podle Santiniho architektonických návrhů.

Santiniho naučná stezka se skládá z šesti staveb, které nějakým způsobem souvisí se Santinim. Stavby mají jak sakrální, tak užitný charakter. Trasa se nachází ve městě Žďár nad Sázavou. Součástí projektu pak budou informační tabule, které turisty seznámí nejen se Santiniho stavbami, ale také s historií samotného města a dalšími aktivitami. Součástí naučné stezky je 10 informačních tabulí a celá trasa měří zhruba 5,3 kilometrů. Na konci kapitoly je umístěna mapa naučné stezky. Po domluvě s Klubem českých turistů dojde také k označení celé trasy speciálními turistickými značkami.

Na jednotlivých informačních tabulích budou umístěna klíčová písmena, která si děti budou po celou cestu zaznamenávat. V prvním bodě celé naučné stezky děti dostanou od průvodců kartičku, do které si písmenka zaznamenávají. Na konci trasy pak vytvoří z písmen slovo. Poté mohou přijít s kartičkou do informačního centra na náměstí a obdrží za odevzdání kartičky malý dárek.

**První zastávkou** a zároveň začátkem naučné stezky je **Poutní kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře**. Tento kostel byl postaven v 18. století v období od roku 1719 do roku 1722 a je považován za nejoriginálnější stavbu barokní gotiky. Celá stavba je geometricky koncipovaná a dochází zde k průniku šesti kružnic ve tvaru pěticípé hvězdy. Celá stavba nese prvky symboliky a ukrývá v sobě čísla 3, 5 a 6. (Seifertová a kol., 2013, s. 35)

Informační tabule se bude umístit před vstupem do areálu a objasní turistům život a dílo Jana Blažeje Santiniho Aichla a osobu sv. Jana Nepomuckého. Několik informací zde bude také o historii samotného poutního kostela. Turistům jsou v sezóně přístupné prohlídky celého areálu včetně interiérů i s průvodcem a jeho odborným výkladem, zde obdrží od průvodců přehlednou mapku s celou trasou. Tento plánec bude umístěn také na webových stránkách města volně k vytisknutí. V zimních měsících je interiér kostela nepřístupný, ale návštěvníci se mohou projít venkovním ambitem ve tvaru hvězdy a prohlédnout si místní starý hřbitov, který se nachází okolo kostela. Zelená hora pak poskytuje překrásný výhled na město Žďár nad Sázavou a jeho okolí.

Po prohlídce areálu potního kostela budou turisté pokračovat po schodech dolů ke Konventskému rybníku. Podél hráze rybníka se turisté vydají k **druhému bodu**, a to k **historickému mostu**, který byl postaven v 18. století a je vyzdoben sochami osmi světců. Informační tabule informuje návštěvníky o historii mostu. Most překlenuje potok mezi Konventským a Bránským rybníkem a vyskytuje se zde velké množství kačen, které mohou děti krmit. U informační tabule by bylo zhotoveno malé odpočívadlo. Most je od poutního kostela vzdálen zhruba 400 metrů.

Následně se návštěvníci vydají do areálu **bývalého cisterciáckého kláštera**, kde by se na nádvoří před Konventním kostelem na Nebevzetí Panny Marie a sv. Mikuláše seznámili s historií kláštera sahající až do 13. století a informacemi, jak Santini ovlivnil současnou podobu některých staveb v areálu. Návštěvníci budou mít možnost prohlédnout si celý areál s průvodcem. Nachází se zde také muzeum se stálou Santiniho expozicí a expozicí Umění baroka. Santini v daném komplexu ovlivnil hned několik staveb. V první řadě se podílel na stavebních úpravách interiéru klášterního kostela ve stylu barokní gotiky a také zpracoval architektonickou koncepci oltáře kostela. Dále se podílel na drobnějších úpravách Studniční kaple Pany Marie, navrhl podobu budovy šlechtické akademie a konírny. Podle jeho stavebních plánů byla také postavena budova prelatury kláštera a jeho vstupního křídla. Vzdálenost mezi druhým a třetím bodem je 250 metrů.

Po prohlídce areálu bývalého kláštera by turisté postoupili o 350 metrů dál v pořadí ke **čtvrté zastávce**, a to k **Dolnímu hřbitovu**. Tuto stavbu přímo Santini navrhl, ale o několik desítek let později došlo z kapacitních důvodů k rozšíření hřbitova. Tato stavba má v současnosti tvar lebky a tvoří jej čtyři kaple. Původně však hřbitov měl pouze kaple tři. Uprostřed něj je umístěna socha Anděla Posledního soudu. Objekt měl prvotně sloužit k uložení ostatků mrtvých, kteří podleli morové epidemii, nicméně byl využit pouze minimálně. S touto stavbou je spojena také pověst. Podle ní je na tomto hřbitově pochován poslední český upír Ulrich. Zlý správce Ulrich zemřel za záhadných okolností na zvláštní nemoc a byl pohřben, nicméně krátce po jeho smrti se začal místním zjevovat na bezhlavém koni a projížděl místní lesy v ohnivém kočáru. Obyvatelé města proto přivolali kata z Jihlavy. Po otevření rakve v něm leželo tělo bez známek rozkladu. Kat oslovil zlého Ulricha a ten otevřel oči a zle se smál, proto ho kat zatlačil zpátky do rakve a setnul mu hlavu. Od té doby přestal místní terorizovat.

Informační tabule před vstupem do hřbitova obeznámí návštěvníky s přesnou historií hřbitova a pověstí o zlém správci Ulrichovi.

Santini ve městě Žďár nad Sázavou nestavěl pouze sakrální stavby. Dalším jeho dílem je **hospodářský dvůr**, který má půdorys ve tvaru hudebního nástroje lyry. Tento statek byl zhotoven v první polovině 18. století na žádost tehdejšího opata Vejmluvy. V současnosti jsou interiéry hospodářského objektu nepřístupny. Prostory se ale plánují zrekonstruovat a otevřít veřejnosti. Součástí areálů jsou i konírny, kde jsou ustájeny koně. Návštěvníci by pak měli možnost využít nabídek vyjížděk na koních. Pátá informační tabule bude turisty informovat nejen o tomto statku, ale také o dalších užitných stavbách postavených Santinim v kraji, jako je například dochovaný zájezdní hostinec v nedaleké obci Ostrov nad Sázavou, jehož půdorys má tvar písmene W. Cesta od Dolního hřbitova k hospodářskému dvoru je dlouhá zhruba 420 metrů a vede přes dvouobloukový historický most.

Šestým bodem naučné stezky jsou **dva objekty regionálního muzea**. Prvním objektem, kde se regionální muzeum nachází je **stará tvrz**, která patří k jedněm z nejstarších dochovaných budov ve městě. Byla součástí městského opevnění a pochází z roku 1300. V současné době jsou před tvrzí umístěny dva staré zvony, které se dříve nacházely ve zvonici věže nedalekého kostela sv. Prokopa. Druhou stavbou využívanou pro účely regionálního muzea je několik metrů vzdálený **Moučkův dům**. Po celý rok jsou v objektech vystavovány tematické výstavy, které jsou obměňovány. Informační tabule by se nacházela v blízkosti vystavených zvonů a obsahovala by údaje o historii obou budov. Tato zastávka je od hospodářského dvora vzdálena 3 kilometry. Téměř po celé délce cesty vede cyklistická stezka kolem města.

Po necelých 100 metrech se návštěvníci dostanou k další stavbě postavené podle architektonických návrhů Jana Blažeje Santiniho, a to ke **kapli sv. Barbory** z 18. století. Kaple v minulosti vyhořela, ale byla zrekonstruována do původní podoby. V současnosti se zde konají různé výstavy a kulturní akce. Pár metrů od kaple se nachází farní kostel sv. Prokopa (13. století), kde budou mít potenciální zájemci možnost navštívit ochoz věže a pokochat se výhledem nejen na celé město, ale i jeho okolí. Informační tabule bude umístěna v prostoru mezi kaplí a kostelem a bude

informovat nejen o historii těchto dvou staveb, ale i o festivalech a kulturních akcích, které se během roku ve městě pořádají.

Osmá tabule bude na náměstí poblíž **staré radnice**, která byla postavena na počátku 17. století a bude účastníky naučné stezky informovat o historii budovy radnice, ale také o ostatních atraktivitách ve městě a jeho okolí. V interiérech radnice je umístěno informační centrum a v jejím podzemí se nachází restaurace. Roku 2014 bylo náměstí zrekonstruováno a v rámci těchto úprav byla na radnici umístěna zvonkohra. Nově zhotovena byla také kašna a je zde k vidění časová osa s významnými milníky historie města. V horní části náměstí byla obnovena po archeologickém výzkumu dobová studna. Součástí náměstí je barokní **morový sloup** s plastikou Nejsvětější Trojice, u kterého by byla nainstalována v pořadí devátá informační tabule. Návštěvníci se tak dozví o epidemiích moru nejen ve městě, ale v celém kraji. Bude zde také umístěn odkaz na nejpůsobivější morový sloup v Olomouci, jenž je zapsán na Seznam UNESCO.

Posledním bodem Santiniho naučné stezky je **kostel Nejsvětější Trojice** vzdálený od morového sloupu 360 metrů. Tento kostel je součástí komplexu místního hřbitova a byl postaven v 17. století. Santini ke kostelíku přistavěl na východní straně barokní trojúhelníkovou sakristii. Poslední informační cedule by byla věnována ostatním památkám postavených podle architektonických návrhů Jana Blažeje Santiniho Aichla, které byly postaveny v Kraji Vysočina.

**Tabulka 23 Santiniho naučná stezka**

<b>Naučná stezka</b>	
<b>název</b>	Santiniho naučná stezka
<b>lokace</b>	Žďár nad Sázavou
<b>délka trasy</b>	5,3 km
<b>počet zastávek</b>	10

<b>cena turistické karty</b>	dospělí: 250 Kč děti: 150 Kč rodinné: 450 Kč pro páry: 300 Kč
<b>cena jízdy na koni</b>	dospělí: 100 Kč děti: 70 Kč
<b>formy CR</b>	pěší turistika, cykloturistika, hipoturistika

Zdroj: Autorka práce, 2015 (vlastní šetření)

## 6.2 Marketingový mix „Santiniho naučné stezky“

Při tvorbě naučné stezky je vhodné celý projekt zhodnotit pomocí marketingového mixu. Nejlepší je aplikace marketingového mixu „8P“, který je speciálně vytvořen pro oblast problematiky cestovního ruchu: produkt (product), cena (price), distribuce (place), lidé (people), programování (programming), tvorba paketů (packaging), partnerství (partnership), propagace (promotion). Stejným způsobem hodnotila autorka produkt předchozí.

### **Produkt (Product)**

Podstatou produktu nesoucí název „Santiniho naučná stezka“ je seznámení návštěvníků města Žďár nad Sázavou s historickými stavbami, jež navrhl Jan Blažej Santini Aichle, nebo které byly tímto umělcem nějakým způsobem ovlivněny. Naučná stezka ale také poukazuje i na jiné historické památky a zajímavosti daného města. Nositelem celého produktu bude město Žďár nad Sázavou. Naučná stezka je vhodná jak pro pěší turistiku, tak pro cykloturistiku.

Stezka je složena z deseti zastávek opatřených v každém bodě informačními tabulemi, kde jsou návštěvníci seznámeni s historií jednotlivých staveb a zajímavostmi spojenými s barokní dobou města Žďár nad Sázavou. Cílem vytvoření tohoto produktu cestovního ruchu je představení i jiných staveb, na kterých se ve městě Santini podílel, protože jeho jméno je především spojeno s Poutním kostelem sv. Jana Nepomuckého. Záměrem je také rozšíření nabídky turismu daného města.



Naučná stezka je zároveň uzpůsobena pro jednotlivé skupiny cestovního ruchu a bude tak vhodná pro seniory, rodiče s dětmi a osoby se zdravotním postižením. Součástí informačních tabulí pak bude zabudovaný audio systém s kovovými štítky s Braillovým písmem a pro děti zde bude vytvořena soutěž.

Součástí produktu je také vytvoření maskota, který turisty provází po dané naučné stezce v období Santiniho slavností na konci měsíce července. Slavnosti se uzpůsobí tak, že se život v jednotlivých stavbách a bodech naučné stezky přenesse zpět do období baroka. Turisté pak budou mít možnost nakupovat na dobových jarmarcích a ochutnávat a kupovat produkty místních zemědělců a produkty domácí výroby. Obchodníci by byli oděni do dobových kostýmů. Součástí slavností budou také šermířská utkání místní skupiny historického šermu Flamberg. V areálu bývalého cisterciáckého kláštera by se hrálo divadlo odrážející dobu v období baroka. Součástí programu mohou být také koncerty dobové hudby.

### **Cena (Price)**

Produkt je koncipován tak, aby nebyl finančně tolik náročný. Turisté budou mít možnost výběru. V případě, že návštěvníci nebudou chtít vidět interiéry jednotlivých budov, je produkt zcela zdarma. Prohlídky interiérů budov jsou zpoplatněné. V rámci produktu pro větší pohodlí dojde k vytvoření turistické karty, pomocí které budou mít turisté přístup do všech interiérů jednotlivých historických staveb na trase.

Cena turistické karty bude 250 Kč pro dospělé a 150 Kč pro děti. Rodinná turistická karta by stála 450 Kč (2 dospělé osoby a 2 děti). Počítá se i s vytvořením variace pro páry, která bude zpoplatněna částkou 350 Kč. Návštěvníci si mohou prostřednictvím turistické karty prohlédnout interiéry Poutního kostela sv. Jana Nepomuckého, areálu bývalého cisterciáckého kláštera i se Santiniho expozicí, Dolního hřbitova, hospodářského dvoru, obou regionálních muzeí, ochozu věže farního kostela sv. Prokopa, kapli sv. Barbory, starou radnici a kostel Nejsvětější Trojice. Pokud by turisté měli zájem o projížďku na koních, tak cena jízd na koních bude zpoplatněna částkou 100 Kč pro dospělého a 70 Kč pro dítě.

### **Distribuce (place)**

Distribuce produktu bude probíhat především prostřednictvím webových stránek města Žďár nad Sázavou a Kraje Vysočina, kde v sekci „Santiniho naučná stezka“, kde si turisté mohou zakoupit turistickou kartu. Po zaplacení určené částky bude umožněno si turistickou kartu vytisknout z potvrzovacího emailu nebo na vlastní žádost lze zaslat kartu poštou.

Dále bude možnost zakoupení této karty na několika místech ve Žďáře nad Sázavou, a to v informačním centru, na pokladnách vlakového a autobusového nádraží, na pokladně poutního kostela a bývalého cisterciáckého kláštera.

### **Lidé (People)**

Samotná naučná stezka není náročná na lidské zdroje. V současnosti působí v areálu potního kostela, bývalého cisterciáckého kláštera a obou regionálních muzeích průvodci. Město by pak zajistilo dva průvodce. Jeden průvodce by provázel návštěvníky v kostele Nejsvětější trojice a druhý působil v kapli sv. Barbory a zároveň turisty provedl farním kostelem sv. Prokopa a doprovázel je na ochoz kostelní věže. Před spuštěním naučné stezky proběhne hromadné zaškolení průvodců a následně by se před každou letní sezónou konaly pravidelná školení pro doplnění nových poznatků.

Během Santiniho slavností (červenec) dojde k zajištění maskota, který bude návštěvníkům příjemňovat naučnou stezku a zároveň sloužit jako zdroj poskytování informací a zodpovídání dotazů položených ze strany návštěvníků. V případě potřeby pak město bude schopné dodat další potřebné sezónní pracovníky, kteří by během slavností zajišťovali například uvítání turistů, organizátora na parkoviště, a jiné. Ty by město školilo před započatím akce.

### **Programování (programming) a tvorba paketů (packaging)**

Pokud se návštěvníci rozhodnou pro koupi turistické karty, tak součástí její koupě bude mimo jiné získání slev na stravování v místních restauracích, sleva na ubytování v hromadných ubytovacích zařízeních ve městě, sleva na vstupné do relaxačního centra a rekreačního centra nacházejícího se kousek od Dolního hřbitova, a další. Návštěvníci budou mít možnost vyjádřit spokojenost s produktem naučné stezky a poukázat na

návrhy na vylepšení produktu formou vyplnění krátkého elektronického dotazníku buď na webu města, nebo mohou v závěru naučné stezky odevzdat dotazník v papírové podobě v kostele Nejsvětější trojice nebo v turistickém informačním centru.

Naučná stezka bude po uvedení na trh a během jejího trvání obohacována o nové prvky nabídky a neustále inovována. V letních měsících se pak budou pořádat Santiniho slavnosti a v budoucnu se přidají i další akce podobného charakteru. Mohl by být také udělán Santiniho orientační běh nebo tematická „bobyáda“ na Zelené hoře, a podobně.

### **Spolupráce (Partnership)**

Projekt naučné stezky se bude zakládat na spolupráci veřejného, soukromého a neziskového sektoru. Autorčinným cílem je posílení komunikace mezi jednotlivými subjekty v rámci města a vytvoření prvního projektu, na kterém by se podílely všechny tři sektory. Spolupráce jednotlivých stran bude založena na financování, výstavbě informačních tabulí a odpočívadel, správě a údržbě veřejné infrastruktury a její obnově, zajištění materiálně – technické základny, pořádání a realizaci dalších programů a podobně. Vhodnou formou spolupráce by bylo také zajištění udržitelného rázu projektu a osvěta, která by se zakládala na financování této stránky.

Spolupráce s neziskovým sektorem bude převážně zajištěna v dodávkách reklamních předmětů a turistických suvenýrů z chráněných dílen, kde pracují osoby se zdravotním postižením. Také dárky pro děti při správném splnění soutěže by pocházely z chráněných dílen. Zároveň by část výtěžku z projektu byla věnována na podporu handicapovaných osob.

### **Propagace (promotion)**

Projekt naučné stezky může být propagován hned několika způsoby. První možností propagace je reklama na titulní straně webu města Žďár nad Sázavou, kde by byla vytvořena speciální sekce, a na internetových stránkách Kraje Vysočina nebo webech partnerů a organizací zapojených do produktu. Projekt lze zároveň propagovat na webu Kudy z Nudy, Českých drah, ale také na webu CzechTourism, kde by město Žďár nad Sázavou usilovalo o zařazení do projektu Česko – země příběhů. Dále by docházelo také k propagaci prostřednictvím sociálních médií.

Dalším druhem reklamy je vytvoření různých prospektů a letáčků upozorňujících na existenci naučné stezky a následné umístění na ostatní turistické atraktivy v kraji. Dále je možnost produkt propagovat pomocí billboardů na úseku dálnice D1, která Krajem Vysočina prochází. Zároveň by došlo k umístění dopravních informačních tabulí na silnice, které vedou do města. Na vlakovém a autobusovém nádraží by byly vyvěšeny informační plakáty a k šíření podvědomí o produktu by mohl sloužit i tisk, jako je například Mladá fronta DNES, Lidové noviny, a jiné.

### **6.3 Financování Santiniho naučné stezky**

Finance na realizaci projektu je schopné sehnat hned z několika zdrojů a mohou pocházet ze soukromého a veřejného sektoru. V první řadě by se na financování z podstatné části podílelo město Žďár nad Sázavou prostřednictvím **Fondu města Žďár nad Sázavou**, který spravuje různé grantové programy. Další možností je využití krajských finančních dotací, kdy k tomuto účelu bych zřízen **Fond Kraje Vysočina**. Pomocí tohoto fondu je umožněno čerpat dotace na podporu řady regionálních aktivit spojených s oblastí kultury, životního prostředí, sportu, vzdělávání, osvěty, zemědělství, a jiné. Na úrovni státu je k dispozici také možnost získání peněžního příspěvku z **Národního programu podpory cestovního ruchu**, který spravuje Ministerstvo pro místní rozvoj. Vzhledem k tomu, že se tento národní program zaměřuje na stavbu a rekonstrukce odpočívadel, hygienického zázemí pro cyklisty, pěší turisty a osoby s hendikepem a center služeb pro návštěvníky daných lokalit, tak zajisté bude mít projekt nárok na přidělení finanční dotace. Finance na realizaci projektu ze soukromého sektoru by zajišťovali fyzické osoby a podnikatelské subjekty, které budou mít zájem se daného produktu účastnit nebo ho chtít pouze sponzorovat.

Specifickou oblast pak představují finanční zdroje pocházející z fondů Evropské unie, které zpravidla představují největší část financí při realizaci projektu. Město Žďár nad Sázavou již v minulosti úspěšně dokázalo čerpat dotace z evropských fondů a vždy bylo schopné dodržet podmínky přidělení peněžních prostředků. V tomto případě by si město mohlo podat žádost na přidělení financí z **Regionálního operačního programu Jihovýchod** (ROP Jihovýchod). Stejně jako u předchozího produktu by mohly být

peníze čerpány z oblasti Cestovní ruch, která je soustředěna na posílení úlohy regionálních středisek a na zvyšování konkurenceschopnosti regionu, ale také na udržitelný rozvoj a zlepšování kvality života místních obyvatel. Značná část naučné stezky by vedla po cyklistické stezce a byla by zde možnost její rekonstrukce a případného rozšíření, proto by také město mohlo využít čerpání financí z **Integrovaného regionálního operačního programu**, jehož účelem je mimo jiné také rozvoj v oblasti cestovního ruchu a kultury, zlepšení infrastruktury a zvýšení konkurenceschopnosti.

### **Shrnutí**

Tato kapitola pojednává o konceptu „Santiniho naučné stezky“. První podkapitola je věnována podrobnému popsání jednotlivých zastávek, které jsou součástí naučné stezky. Autorka na konci podkapitoly vytvořila tabulku, kde pro přehlednost uvedla základní informace o daném projektu. Obsahem následující podkapitoly je rozbor produktu naučné stezky podle marketingového mixu „8P“, kde dochází ke zhodnocení projektu podle jednotlivých osmi prvků. Třetí podkapitola je věnována způsobům financování naučné stezky, kterých by šlo potenciálně využít při její realizaci.

Obrázek 2: Mapa „Santiniho naučné stezky“



Zdroj: Autorka práce, 2015 (vlastní šetření)

## **7 TVORBA DRUHÉ TEMATICKÉ TRASY PRO DANÝ KRAJ**

Druhá tematická trasa má také formu naučné stezky. Předešlá trasa byla vytvořena na základě toho, aby byla schopná turistům nabídnout něco, co je pro daný region typické a zároveň, o čem není moc povědomí. Poutní kostel sv. Jana Nepomuckého zná téměř každý, ale další stavby, které byly jeho osobností postaveny nebo ovlivněny, jsou již málo známé. Druhá naučná stezka se ponese v podobném duchu. Autorka chce vytvořit takovou trasu, které bude naopak od té první umístěna do přírody Kraje Vysočina. V regionu je naučných stezek v přírodě již několik. Například jsou to takové stezky, jako Naučná stezka Údolím Doubravy, Svratecká vodohospodářská naučná stezka, Naučná stezka Balinské údolí, Naučná stezka Žákova hora – Tisůvka, Naučná stezka Dářko, Naučná stezka Babín, Naučná stezka Bažantnice, a další.

Autorčiným cílem je vytvořit naučnou stezku, která by poukazovala na přírodní atraktivitu daného kraje a zároveň by návštěvníkům předala nějaké zajímavosti a nové vědomosti. Naučná stezka se bude zakládat na výskytu skal a skalních útvarů typických pro krajinný ráz Vysočiny. Cílem produktu je přiblížit turistům různé druhy rostlin, které se nacházejí přímo na skalách a skalních útvarech nebo v jejich blízkém okolí. Daná lokalita je taky významným hnízdištěm pro různé druhy ptactva. V současné době neexistuje žádná naučná stezka, která by dané skalní útvary spojovala, proto se autorka rozhodla pro její vytvoření.

### **7.1 Naučná stezka „Za skalami Kraje Vysočina“**

Naučná stezka „Za skalami Kraje Vysočina“ je umístěna v regionu Žďárko a Novoměstsko, kde je největší výskyt těchto skalních útvarů a všechny jsou prohlášeny za přírodní památku. Celková délka by představovala 12,4 kilometrů a převážná většina naučné stezky povede lesem (9,5 km). Poslední úsek cesty je zasazen do otevřené krajiny Vysočiny (2,9 km). Naučná stezka bude začínat v obci Křižánky a končit v obci Krátká. Obě vesnice jsou známé pro hojný výskyt staveb lidové architektury, která jsou

ve velmi dobrém a zachovalém stavu. Velkou výhodou je, že skoro 80 % celé cesty, na které se naučná stezka bude nacházet, je značeno Klubem českých turistů a doznačit by pouze potřebovat úsek, který je dlouhý 2,1 kilometrů. Součástí naučné stezky by byly vybudovány krytá odpočívadla a odpadkové koše, aby nedocházelo k velkému znečištění okolní krajiny. Nositelem produktu bude Kraj Vysočina ve spolupráci s obcí Krátká, Křižánky a Sněžné.

Naučná stezka začíná v **obci Křižánky** a první informační tabule bude umístěna u dobových domků. Klíčovým vlivem při rozkvětu osady Křižánky byla existence sklářské huti a železářského hamru v 17. století. V tomto období se začaly budovat roubená stavení, ale i velké usedlosti, které patřily bohatým sedlákům. Informační tabule by informovala návštěvníky o historii vesnice a zároveň odkazovala na další skalní útvar nacházející se 3 kilometry u obce České Milovy, který není součástí této trasy. Křižánky vede v současnosti jiná naučná stezka s názvem „Naše stromy“. Autorčina naučná stezka by kopírovala 1,1 kilometrů této trasy a pokračovala by posléze dále do druhého bodu na trase. (Region Vysočina, online, cit. 2015-03-03)

Druhou zastávkou na naučné stezce je první skalní útvar **Bílá skála**, která je vzdálená 2,1 kilometrů od začátku trasy. Skalní blok dosahuje výšky 28 metrů a jeho základna je široká 60 metrů. Informační tabule bude umístěna na cestě trasy a informovala by návštěvníky o rostlinách a ptactvu, které se nachází v okolí skalního útvaru. Po důkladném zkoumání bylo zjištěno, že na skále nebo v její blízkosti roste bříza bělokorá, jeřáb ptačí, borůvka černá, kaprad' osinkatá, ale také zde můžeme najít lišejníky a mechorosty (19 druhů). Stromy okolo skal jsou osídleny hned několika druhy ptáků, jako je datel černý, sýc rousný, ale také pušтік obecný a krkavec velký. (Dědictví Vysočiny, online, cit. 2015-03-03)

Po prohlídce Bílé skály by návštěvníci pokračovali 1,1 kilometrů ke komplexu skalisek nesoucí název **Devět skal**, jenž stojí na nejvyšším vrcholku Žďárských vrchů, a zároveň je také druhým nejvyšším vrcholem celé Českomoravské vrchoviny. Tento skalní komplex vznikl během doby ledové a skládá se ze tří menších a devíti větších skal vytvářejících skalní město. Tento skalní komplex byl jako jeden z mála přizpůsoben a turisté se tak mohou dostat na vrcholek nejvyšší skály po zabezpečeném chodníku a kochat se výhledem nad korunami okolních stromů. Třetí informační tabule se umístí



pod skalní město a seznámí návštěvníky s rostlinstvem a ptactvem typickým pro místní oblast, jako například buk lesní, jedle bělokorá, smrk ztepilý. Na skalách se vyskytuje několik druhů lišejníků a 14 druhů mechorostů. Z ptačích zástupců zde hnízdí křivka obecná, strakapoud velký, datel černý, sýc rousný, jestřáb lesní, a další. (Dědictví Vysočiny, online, cit. 2015-03-03)

Třetím skalním útvarem, který je součástí naučné stezky, je **Lisovská skála**. Tato skála je od Devíti skal vzdálena 1,6 kilometrů. Rulový útvar je tvořen dvěma na sebe navazujícími hřebeny, které se tyčí do výšky okolo 12 metrů. Nedaleko od skály leží také suťová halda s balvanovým mořem, která se formovala stejně jako skalní komplex v období čtvrtohor. Informační tabule by byla instalována pod skalní útvar. Rostlinní zástupci vyskytující se u Lisovské skaly jsou nejčastěji reprezentováni smíšenými smrkovými bučinami s jedlí. Kromě toho zde můžeme pozorovat na 18 druhů mechorostů a různé druhy lišejníků. V okolí skal je k vidění také několik savců (plšík lískový a rejsek obecný) a zástupců z řady ptáků (sýkora parukářka, strakapoud velký, ořešník kropenatý, kalous ušatý, datel černý, krkavec velký, káně lesní a jestřáb lesní). (Dědictví Vysočiny, online, cit. 2015-03-03)

Přírodní památka **Černá skála** je čtvrtým bodem na naučné stezce. V současné době část cesty, která ke skále vede, není značená pomocí turistických značek. Při realizaci naučné stezky by došlo k jejímu označení a bude zde umístěna informační tabule popisující historii vzniku skalního útvaru a informovala by o zástupcích fauny a flory, kteří se zde objevují. Délka skalního útvaru je 70 metrů a je tvořen biotitickými a migmatitickými rulami. Stejně jako ostatní skály je i tento skalní útvar útočištěm různých druhů rostlin a ptactva. Nejčastěji tu můžeme spatřit rostliny, jako je buk lesní, smrk ztepilý, modřín opadavý, borůvka černá, jeřáb ptačí, kaprad' osténkatá, mechy (15 druhů) a lišejníky. V současné době je zde pozorováno několik druhů ptáků, například jestřáb lesní, puštík obecný nebo kalous ušatý. (Dědictví Vysočiny, online, cit. 2015-03-03)

Pátý bod na naučné stezce seznámí turisty s další přírodní památkou, a to s **Malinskou skálou**, jež je od předchozího bodu vzdálená 920 metrů a představuje tak nejkratší úsek celé trasy. Stejně jako Devět skal je přístupná turistům a na její vrchol vede zabezpečený chodník. V důsledku procesu zvětrávání je skála velmi bohatá na skalní

výklenky a je zde k vidění také puklinová jeskyňka. Nejvyšší skalní útvar je vysoký 20 metrů. V blízkosti skal můžeme najít několik druhů stromů a rostlin (jedle bělokorá, borovice lesní, buk lesní, bříza bělokorá, jeřáb ptačí, drobnovýtruska hnědavá, terčovka skalní a terčovka ostrubičnatá, metlička křivolaká, a jiné). Dále zde hnízdí výt velký, datel černý, jestřáb lesní, puštík obecný, káně lesní a další. (Dědictví Vysočiny, online, cit. 2015-03-03)

Posledním skálou a předposledním zastavením naučné stezky je skalní útvar **Dráteničky**, který se nachází ve vzdálenosti 1,4 kilometrů od Malinské skály. Tato přírodní památka s šířkou 200 metrů má několik vrcholů a dosahuje do výšky 35 metrů, kdy jeho součástí je také puklinový tunel dlouhý 7,5 metrů. Stejně jako na ostatních místech stezky, také zde lze spatřovat velký výskyt různých druhů rostlin a živočichů, jako například poštolka obecná, krkavec velký, krahujec obecný, kalous ušatý, puštík obecný, datel černý, ořešník kropenatý, buk lesní, bříza bělokorá, borovice lesní, jedle bělokorá, a podobně. (Dědictví Vysočiny, online, cit. 2015-03-03)

Naučná stezka je zakončena v **obci Krátká**, která byla prohlášena vesnickou památkovou rezervací. Vzdálenost posledního úseku je 2,9 kilometrů. Turisté si mohou ve vesnici prohlédnout velké množství roubených a zděných chalup a využít také naučné stezky, která zde již existuje a je zaměřena na lidovou architekturu. Obsahuje 15 zastavení s informačními tabulemi a návštěvníky po celé délce trasy provází kouzelné pohádkové postavičky. Informační cedule autorčiny naučné stezky bude umístěna při vstupu do vesnice a návštěvníky obeznámí s historií obce a upozorní turisty na možnost využití další naučné stezky i se seznamem a lokalizací jednotlivých bodů existující trasy. (Region Vysočina, online, cit. 2015-03-03)

**Tabulka 24: Naučná stezka Za skalami Kraje Vysočina**

Naučná stezka	
<b>název</b>	„Za skalami Kraje Vysočina“
<b>lokace</b>	Region Žďársko a Novoměstsko
<b>délka trasy</b>	12,4 km
<b>počet zastávek</b>	8

<b>cena</b>	Zdarma
<b>formy cestovního ruchu</b>	pěší turistika, cykloturistika, horolezectví

Zdroj: Autorka práce, 2015 (vlastní šetření)

**Obrázek 3: Mapa naučné stezky „Za skalami Kraje Vysočina“**



Zdroj: Autorka práce, 2015 (vlastní šetření)

## **6.2 Marketingový mix naučné stezky „Za skalami Kraje Vysočina“**

Stejně jako u předchozího produktu a naučné stezky se autorka rozhodla aplikovat marketingový mix „8P“, který je nejlépe použitelný na oblast turismu a vycházející z osmi základních prvků, jako je produkt (product), cena (price), distribuce (place), lidé (people), programování (programming), tvorba paketů (packaging), partnerství (partnership), propagace (promotion).

### **Produkt (product)**

Produkt je naučná stezka „Za skalami Kraje Vysočina“, která návštěvníkům představuje přírodní atraktivity a stavby s prvky lidové architektury. Celá naučná stezka se skládá z osmi bodů opatřenými informačními tabulemi, které návštěvníky seznamují s historií daných atraktivit a s faunou a florou, která se v daných lokalitách vyskytuje. Délka trasy je 12,4 kilometrů a vede po dobře schůdných cestách. Celých 77 % stezky je obklopeno lesem a zbylých 23 % vede otevřenou krajinou kraje s krásnými výhledy. Celý projekt bude koncipovaný tak, aby vyhovoval co nejširšímu okruhu potenciálních účastníků cestovního ruchu. Naučná stezka je vhodná pro rodiny s dětmi, seniory, páry a studenty.

Celá stezka je koncipována pro pěší turistiku, nicméně je také vhodná pro cykloturistiku na horských kolech. Milovníci horolezectví si taktéž přijdou na své, na třech skalních útvech jsou natažené horolezecké cesty. Přístup na skály je na vlastní nebezpečí a případní zájemci si musí s sebou donést svoje horolezecké vybavení. Zvláště nebezpečné jsou skály v zimě a lezení po nich v tomto ročním období se nedoporučuje. Okolí naučné stezky je vhodné v zimních měsících pro běžkové lyžování, protože tu jsou vyznačené jednotlivé lyžařské trasy a jejich mapy jsou dostupné ke stažení na internetu.

### **Cena (price)**

Autorčiným záměrem bylo vytvořit takový produkt, který by byl finančně dostupný všem bez rozdílu. Z tohoto důvodu turista za absolvování naučné stezky nic nezaplatí.

Produkt je zdarma, stejně jako obdobné naučné stezky vybudované a umístěné do přírody. Turisté však mohou darovat dobrovolné vstupné.

### **Distribuce (place)**

Projekt bude distribuován převážně pomocí webových stránek. Naučná stezka bude umístěna na seznam naučných stezek na web Regionu Vysočina. Dále informace o produktu budou k dispozici na internetových stránkách obcí nacházejících se v okolí (Krátká, Sněžné, Nové Město na Moravě, Křižánky, Svatka, Herálec, a jiné). Odkaz na naučnou stezku zájemci najdou také na webu Kraje Vysočina. Na výše zmíněných stránkách bude turistům k dispozici možnost vytisknout si mapu naučné stezky a získat potřebné informace ohledně parkování, možnosti případného ubytování a stravování.

### **Lidé (people)**

Celý koncept naučné stezky je nenáročný na lidské zdroje. Turisty tímto produktem provázejí informační tabule. Klíčové informace budou turistům poskytovány pomocí informačních center v jednotlivých obcích (Ekologické informační centrum Krátká a Vzdělávací centrum Křižánky), kde je přítomný vždy jeden zaměstnanec. Dále bude potřeba udržovat značení naučné stezky (Klub českých turistů) a zároveň si naučná stezka bude vyžadovat pravidelné kontroly a údržbu (kontrola stavu odpočívadel a informačních tabulí, úklid odpadků a vynášení odpadkových košů). Další lidské zdroje by byly sporadicky potřeba při organizování různých akcí.

### **Programování (programming) a tvorba paketů (packaging)**

Součástí provozu naučné stezky by bylo také pořádání různých sportovních a jiných akcí. Mohly by se konat například **dný horolezectví**, kde by byli k dispozici zkušení horolezci, kteří budou dohlížet na začátečníky, co by si tento sport chtěli vyzkoušet. V rámci dnů horolezectví by probíhala také soutěž o nejrychlejší lezce s udělováním hodnotných cen. Druhou akcí bude **pochod „Čistá příroda“**, kterého by se účastnili dobrovolníci popřípadě zástupci jednotlivých obcí. Během pochodu by se sbíraly odpadky pohozené od nepořádných turistů. V cíli cesty (Krátká, Křižánky) bude připraveno pro účastníky malé občerstvení s lidovými zpěvy a tanci

### **Spolupráce (Partnership)**

Realizace projektu naučné stezky vychází ze spolupráce soukromého a veřejného sektoru. Spolupráce je založena na vzájemné komunikaci jednotlivých sektorů a cílem projektu je její celkové zlepšení. Naučná stezka se nachází v oblasti s velkým výskytem přírodních památek, proto bude od jednotlivých sektorů požadováno zajištění udržitelného rázu produktu a celková osvěta veřejnosti při ochraně přírody a krajiny. Sektory se tedy budou podílet na celkovém financování udržitelné stránky projektu a společně účastnit na rekonstrukci a údržbě naučné stezky, jejím financování, výstavbě a správě informačních tabulí a krytých odpočívadel, údržbě a správě veřejné infrastruktury a její obnově, pořádání různých akcí a programů. Jednotlivé strany budou také spolupracovat při zajišťování materiálně – technické základny.

### **Propagace (promotion)**

Naučnou stezku je možné propagovat elektronickou a tištěnou formou. V první řadě dojde k umístění reklamy na webové stránky Kraje Vysočina, a obcí nacházejících se v blízkosti naučné stezky (Nové Město na Moravě, Krátká, Sněžné, Křižánky, Svratka, a podobně). Kraj bude dále usilovat a umístění informací o otevření stezky na internetové stránky portálu Kudy z Nudy, CzechTourism, České dráhy a sociálních sítích (Facebook, Google +, a jiné).

Dalším způsobem propagace produktu bude tisk informačních letáčků, brožur a plakátů. Došlo by také k umístění propagačních článků do denního tisku, jako jsou Lidové noviny, Mladá fronta DNES, ale také do různých časopisů. Reklama na naučnou stezku bude umístěna na billboardy na dálnici D1 a zároveň se bude usilovat o vytvoření dopravních informačních tabulí na silnicích po celém kraji, které by upozorňovaly návštěvníky na existující naučnou stezku.

## **6.3 Financování naučné stezky „Za skalami Kraje Vysočina“**

Projekt bude převážně založen na získání finančních prostředků prostřednictvím fondů Evropské unie. V tomto případě by mohly být získány peněžní prostředky ze dvou

fondů. V první řadě by v úvahu připadal **Evropský fond pro regionální rozvoj**, jenž spravuje Integrovaný regionální operační program. Tento operační program podporuje rozvoj místního potenciálu, ochranu životního prostředí, spolupráci mezi městy a venkovem a cestovní ruch. Druhou možností, jak by šel projekt spolufinancovat Evropskou unií, je využít dotace z **Regionálního operačního programu Jihovýchod**, jenž podporuje nejen oblast cestovního ruchu, ale také oblast rozvoje měst a obcí.

Na úrovni státu bude možnost zažádat o udělení dotace prostřednictvím **Národního programu podpory cestovního ruchu**, který je spravován Ministerstvem pro místní rozvoj. Finanční podpora se uděluje na rekonstrukci a stavbu odpočívadel, které bude nutné v rámci naučné stezky vybudovat. Tento národní program také uděluje dotace na stavby hygienických zázemí pro pěší turisty, cykloturisty, a osoby s hendikepem a center služeb pro návštěvníky daných lokalit. Projekt bude mít potenciál čerpat peníze na realizaci z **Fondu Kraje Vysočina** zaměřeného na podporu regionálních aktivit, jako je sport, životní prostředí, osvěta, kultura, vzdělávání, a další oblasti. Při realizaci projektu část finančních prostředků poskytnou ze svých **rozpočtů také obce Krátká, Křižánky a Sněžné**. Část peněz bude pocházet ze **soukromého sektoru**, kdy projekt budou financovat zainteresované podnikatelské subjekty.

## **Shrnutí**

Sedmá kapitola popisuje projekt druhé naučné stezky „Za skalami Kraje Vysočina“. První podkapitola vymezuje jednotlivé body naučné stezky a zároveň seznamuje s tím, co je v daných místech k vidění. Na konci této podkapitoly autorka vytvořila tabulku, která poskytuje základní informace o koncepci naučné stezky. V druhé podkapitole je projekt naučné stezky hodnocen pomocí marketingového mixu „8P“. Poslední podkapitola pojednává o možných způsobech financování realizace naučné stezky ze soukromých a veřejných zdrojů.

## 8 SOUČASNÝ STAV A PERSPEKTIVY DALŠÍHO ROZVOJE

Závěrečnou kapitolou chce autorka přiblížit situaci v Kraji Vysočina v oblasti cestovního ruchu. V současné době převažuje v daném regionu nabídka nad poptávkou. Tuto skutečnost můžeme sledovat především na úrovni využití hromadných ubytovacích zařízení. V roce 2013 využilo služeb hromadných ubytovacích zařízení 448 401 turistů a počet strávených nocí v kraji se pohyboval okolo 1 180 153, tento stav se od roku 2011 neustále zvyšuje, což je velmi dobré znamení, protože z toho vyplývá, že turisté mají o danou destinaci zájem. Ze zahraničních turistů nejvíce dní tráví v Kraji Vysočina Nizozemci (7,4 dne) a poté obyvatelé Srbska a Černé hory, ale také Norové a Rusové. Nicméně pokud porovnáme návštěvnost regionu s ostatními kraji v České republice, tak v současné době se Kraj Vysočina nachází na 12. místě. (Krajská zpráva Českého statistického úřadu v Jihlavě, oddělení informačních služeb, online, cit. 2015-03-05)

Nejvyhledávanější atraktivitou je v regionu Zoologická zahrada v Jihlavě, kterou v loňském roce navštívilo 285 558 turistů. Naopak nejvíce oblíbenými památkami jsou Státní zámek Telč, který je zapsán na Seznamu světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO, dále Státní zámek Jaroměřice nad Rokytnou a Poutní kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře ve Žďáře nad Sázavou, jenž byl také umístěn na Seznam UNESCO. V oblasti kultury a umění je nejpopulárnější Muzeum Vysočiny v Jihlavě a Oblastní galerie Vysočiny Jihlava. (Unie českých a slovenských zoologických zahrad, online, cit. 2015-02-09)

Kraj Vysočina je vyhledávanou destinací účastníků domácího cestovního ruchu spíše než zahraničními turisty. V roce 2014 došlo oproti předchozímu ruchu k navýšení v rámci domácího turismu o třetinu. Tito turisté jezdí do dané destinace především z důvodu relaxace, sportu a turistiky. Velmi významné je, že pokud turisté zavítají do Kraje Vysočina, tak v 80 % zároveň navštíví během svého pobytu restaurační zařízení, což je bezesporu přínos pro rozvoj podnikání a hospodářského růstu. Turisté zároveň Kraj Vysočina vnímají jako nízkonákladové místo pro trávení dovolené. Faktem je, že od roku 2010 se návštěvnost během letní sezóny navýšila o polovinu.



Nicméně nejčastěji zde turisté přenocují pouze jedenkrát. Tuto skutečnost je nutné změnit a nabídnout tak turistům takový program a možnosti trávení volného času, aby měli zájem se v regionu zdržet déle. (CzechTourism, online, 2015-03-05)

Velmi oblíbená je rekreace v kraji převážně v období zimy. Bylo prokázáno, že turisté jsou ochotni strávit v zimních měsících více času (3 – 7 nocí). Kraj může nabídnout hned několik sjezdovek, které jsou dobře udržované a navíc daný region je velmi vyhledávaným místem díky dobré kvalitě tratí pro běžkové lyžování. Kraji Vysočina velmi prospělo, že se zde každoročně pořádá Světový pohár v Biatlonu. V roce 2015 tento šampionát navštívilo více jak 32 000 diváků (domácích i zahraničních) a tržby tak stouply o 100 %. Zároveň se tu koná také Světový pohár v klasickém lyžování „Zlatá lyže“. (CzechTourism, online, 2015-03-05)

Z výše uvedených informací vyplývá, že je Kraj Vysočina více navštěvován turisty v zimních měsících a je pro ně i více atraktivní. Kraj by se proto měl zaměřit na to, aby byl schopný oslovit turisty také v letní sezóně a postupně docílit toho, aby byl region navštěvován celoročně a ne pouze ve dvou hlavních sezónách. Po důkladné analýze autorka zjistila, že Kraj Vysočina naopak má turistům co nabídnout. Disponuje velkým počtem památek a zároveň daná destinace může nabídnout návštěvníkům rozmanitý přírodní terén, který je vhodný pro různé druhy turistiky a sportů. Region je vhodný pro pěší turistiku a cykloturistiku. Nabízí velké zázemí pro venkovní horolezectví díky velkému výskytu skal a skalních útvarů. Zároveň jsou zde vodní plochy, které jsou vhodné pro sporty, jako je windsurfing.

Velký potenciál má také venkovský cestovní ruch. V regionu vznikají stále nové farmy, které se specializují na ekologický chov domácích zvířat a výrobu čerstvých domácích produktů, jako jsou různé druhy mléčných a včelích výrobků. Venkovský turismus je úzce spojen také folklórem a lidovou architekturou. Destinace je bohatá na výskyt staveb lidové architektury, jako jsou dobové statky a roubené chalupy, s tím souvisí pořádání různých folklórních akcí a festivalů, jako například Bítešské hody, Horácko zpívá a tančí, Jihlavské folklórní léto, Horácký džbáněk, a podobně.

Velmi rychle se rozvíjí také nové a netradiční formy cestovního ruchu. Díky velkému množství malých a větších pivovarů je kraj vhodný pro pivní turistiku. V Jihlavě byla vytvořena „Pivovarská naučná stezka“ a zároveň turisté mohou pivovary navštívit

a prohlédnout si jejich interiéry i s odborným výkladem. Vysočina dokáže oslovit také milovníky adrenalinových sportů, kterým jsou tu k dispozici lanové parky, Swing Jump, ledová horolezecká stěna, tandemové seskoky, Bodyzorbng, skákací boty, laser game, paragliding, a jiné. Celý region má také velkou příležitost začít rozvíjet další netradiční formy turismu. Kraj Vysočina je bohatý na pozůstatky židovské kultury, a to především starých židovských hřbitovů, ale také starých rodinných hrobek šlechtických rodů, tudíž je zde potenciál pro rozvoj dark turismu. Destinace může zaujmout příznivce gastronomického cestovního ruchu, protože tu působí 7 restaurací, které jsou zapojeny do projektu CzechSpecials a každoročně se tu konají různé festivaly spojené s gastronomií, jako například masopusty, zabijačkové pivní slavnosti nebo mrkvancové poutě. Rozmanitý povrch kraje je vyhledávaným místem pro umístování tak zvaných „cache“ a díky tomu se zde velmi rychle rozvíjí také geocaching.

Nabídka regionu Vysočina je velmi široká, problémem však je, že převyšuje poptávku. Kraj proto musí umět turistům nabídnout něco, co je dokáže zaujmout a zároveň být schopen těžit z toho, co je pro něj typické. Autorka spatřuje velkou příležitost v rozvoji venkovského cestovního ruchu a v tvorbě naučných stezek, který by seznámily návštěvníky s velkým přírodním a kulturním bohatstvím, jímž kraj oplývá. Na základě toho vytvořila produkt a naučné stezky, díky kterým mohou návštěvníci poznat něco netradičního a zároveň si rozšířit svoje vědomosti.

Klíčové je, aby se kraj zaměřil na reklamu a byl schopen svoje atraktivitu správně propagovat na regionální, národní i mezinárodní úrovni. Zároveň by se mohl zasadit o participaci na projektech v oblasti cestovního ruchu, jako je například Česko - země příběhů a jiné, protože jistě má co nabídnout. Vzhledem k tomu, že tato kampaň funguje proto, aby poukázala na poutavé osudy a zajímavé detaily různých atraktivit po celé České republice, mohl by kraj vytvořit několik produktů cestovního ruchu, díky kterým by se do tohoto projektu zapojil. Destinace by se měla zacílit na vytváření turistických pasů a karet, které by turistům usnadňovaly návštěvy atraktivit a zároveň tak poskytovaly jisté slevy a výhody. Důležitý je rovněž rozvoj dopravní infrastruktury a udržitelnosti cestovního ruchu, který je šetrný k životnímu prostředí.

Neméně významný je pak rozvoj a posilování vzájemné spolupráce. Nejedná se pouze o spolupráci na úrovni soukromého, veřejného a neziskového sektoru. Region se musí

zaměřit také na rozvoj spolupráce s okolními kraji a být tak schopen vytvářet a realizovat různé společné projekty. Velkou příležitostí autorka spatřuje ve spolupráci na mezinárodní úrovni s evropskými, ale i světovými regiony. Kraj by se měl účastnit mezinárodních veletrhů a vytvářet si nové kontakty a zároveň usilovat o vstup do evropských a světových organizací působících v oblasti turismu. Možný rozvoj spolupráce by mohl být s Pardubickým krajem, kdy by došlo k vytvoření projektu zaměřeného na hipoturistiku. Další projekt by mohl Kraj Vysočina vytvořit ve spolupráci s Jihomoravským krajem například rozšíření produktu týkajícího se slavného architekta Jana Blažeje Santiniho, protože několik jeho staveb se nachází také na Jižní Moravě. V současné době Kraj Vysočina spolupracuje s několika regiony v Evropě, jako například region Dolní Rakousy<sup>31</sup>, Champagne – Ardenne<sup>32</sup>, Nitranský samosprávný kraj a Zakarpatskou oblastí Ukrajiny<sup>33</sup>. Kraj by tuto oblast mohl v budoucnu rozšířit o spolupráci s jinými nadnárodními regiony.

**Tabulka 25: Souhrn informací současného stavu a perspektiv dalšího rozvoje**

<b>Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení</b>	od roku 2011 roste (2013 – 448 401)
<b>Nejnavštěvovanější atraktivita</b>	ZOO Jihlava
<b>Zimní akce</b>	Světový pohár v Biatlonu, Světový pohár v klasickém lyžování
<b>Nejnavštěvovanější roční období</b>	zima
<b>Potenciál rozvoje netradičních forem CR</b>	dark tourism, gastronomický cestovní ruch, geocaching

<sup>31</sup> „Turistika orientovaná na přírodu, zdraví, města a kulturu“, „Cykloturistika“ (Evropský region Dunaj Vltava), „Pivo a kultura na Dunaji a Vltavě“, „Porta Culturae“, EDU. REGION,

<sup>32</sup> „Vaříme společně/ Cooking Together“, „Výstava Artothèque éphémère“, „Promítání krátkých francouzských filmů v Kouzelném karavanu“, „Prezentace Kraje Vysočina na Velvyslancectví ČR a v Českém centru v Paříži“

<sup>33</sup> „Přírodovědná konference věnovaná 80. výročí založení Užanského národního parku profesorem Aloisem Zlatníkem“, „Podpora činnosti českých krajanských spolků“, „Projekty v hospodářském sektoru,,

<p><b>Národní a nadnárodní spolupráce</b></p>	<p><b>Národní: Pardubický kraj</b> (tvorba hipoturistických stezek),  <b>Jihomoravský kraj</b> (vytvoření produktu zaměřeného na Santiniho architekturu)</p> <p><b>Nadnárodní:</b> rozšíření spolupráce o nové evropské regiony (Region Brusel – hlavní město, Kanton Curych, oblast Furlansko-Julské Benátsko, Region Dolní Sasko, aj.)</p>
---	--

Zdroj: Autorka práce, 2015 (vlastní šetření)

### **Shrnutí**

Poslední kapitola pojednává o současném stavu oblasti cestovního ruchu v Kraji Vysočina, kde uvádí, v jakém ročním období je destinace navštěvována nejčastěji, poukazuje také na vzrůstající návštěvnost regionu. Osmá kapitola také nastiňuje, jaké atraktivity jsou nejnavštěvovanější, a zároveň poukazuje na možný rozvoj některých netradičních forem turismu. Dále se autorka zabývá možnými způsoby rozvoje potenciálu cestovního ruchu v kraji. Na konci kapitoly se nachází tabulka, do které jsou přehledně zpracovány údaje z celého textu.

## ZÁVĚR

Diplomová práce byla zaměřena na cestovní ruch Kraje Vysočina a autorčin cíl se zakládal na analýze nabídky a poptávky v daném regionu a zjištění současného stavu oblasti cestovního ruchu v destinaci. Zároveň se autorka snažila poukázat na perspektivy dalšího rozvoje kraje a vytvořila turistický produkt a naučné stezky. Bylo zjištěno, že kraj disponuje perspektivami pro další rozvoj oblasti cestovního ruchu, nicméně tento potenciál není efektivně využíván.

Analýzou nabídky cestovního ruchu v Kraji Vysočina bylo poukázáno na velký přírodní a kulturně-historický potenciál. Jak již bylo řečeno, v regionu se nachází 3 památky zapsané na Seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO. Žádný jiný kraj v České republice takovou koncentrací těchto památek na svém území nemá. Další průzkum odhalil, že se v destinaci nachází na 124 fortifikačních staveb (hrady, zámky, letohrádky, městská opevnění, tvrze a zříceniny), 55 historických staveb spojených s judaismem (domy, hřbitovy, synagogy), 103 staveb lidové architektury, 123 technických památek (rozhledny, doly, mosty, kamenolomy, kovárny, mlýny, vodní nádrže, a jiné), 20 galerií, 74 muzeí a 3 skanzeny. Velkou předností je podle autorky zachovalá příroda s mnoha unikáty. Na území regionu jsou 2 chráněné krajinné oblasti, 3 národní přírodní památky, 7 národních přírodních rezervací a několik desítek přírodních památek a rezervací. Právě díky zachovalému krajinnému rázu jsou zde velké možnosti k tvorbě a budování naučných stezek a tento trend se zde začíná postupně rozvíjet. Z tohoto důvodu je nesmírně důležité, aby cestovní ruch v kraji měl udržitelný charakter a nedocházelo tak k poškozování životního prostředí.

Na základě analýzy nabídky turismu se ukázalo, že se začínají postupně rozvíjet některé formy cestovního ruchu, jako je především venkovský cestovní ruch a díky rozmanitému terénu do regionu cestuje stále více turistů zaměřených na geocaching. V posledních letech se v destinaci objevují farmy zaměřené na ekologický chov zvířat a výrobu produktů, které lákají potenciální návštěvníky na domácí mléčné a včelí produkty. Daná lokalita je vhodná také pro dark turismus, díky hojnému výskytu židovských hřbitovů a starých šlechtických rodinných hrobek (Hrobka Pallaviciniů,

Lobkowiczů, Haugwitzů, Belcrediů, Schmidtů, a jiné). Na své si tu také přijdou milovníci gastronomie.

Analýza poptávky se zaměřovala především na obsazenost hromadných ubytovacích zařízení a návštěvnost turistických atraktivit v kraji. Tímto rozbohem bylo prokázáno, že v posledních pěti letech návštěvnost hromadných zařízení roste, což je velmi pozitivní zjištění. Pokud porovnáme danou destinaci s ostatními kraji v České republice z hlediska návštěvnosti, nachází se Kraj Vysočina na 12. místě a na 10. místě v rámci průměrné doby pobytu.

Z průzkumu agentury CzechTourism vyplynulo, že Kraj Vysočina je oblíbeným místem především v oblasti domácího cestovního ruchu a je vnímán jako nízkonákladová lokalita. Nejčastěji v destinaci účastníci domácího turismu tráví jeden den bez přenocování, a to především v letních měsících. V zimní sezóně se pak délka pobytu prodlužuje. Analýza ukázala, že využití kapacit stravovacích zařízení v kraji je pod průměrem České republiky. Tato skutečnost by mohla být způsobena nedostatečným množstvím stravovacích zařízení, které by byly schopny návštěvníkům nabídnout nějaký netradiční gastronomický zážitek. Turisté do destinace přijíždějí převážně za poznáváním kulturně-historického a přírodního bohatství, avšak tápají a nemají povědomí o tom, kde by se mohli dobře občerstvit. Z tohoto důvodu by bylo zapotřebí vytvořit vhodnou reklamu, která by doporučovala restaurace s dobrou úrovní nabízených pokrmů. V regionu se navíc nachází velké množství stravovacích zařízení a mnohdy tak nabídka převyšuje poptávku. Nejčastějším důvodem návštěvy destinace je především relaxace a poznání a turisté preferují ubytování v soukromí. Pozitivní je, že výzkum vykázal vysokou loajalitu návštěvníků. V letních měsících se do destinace vrací na 50 % turistů a v zimě je to až 75 %.

Slabou stránkou regionu je podle autorky absence ubytovacích zařízení poskytující vyšší kvalitu služeb. Díky tomu pak destinace přichází o zahraniční klientelu, protože tito turisté vyhledávají především tento typ ubytování a služeb. Dále je potřeba také zvýšit jazykovou vybavenost personálu zařízení působících v oblasti cestovního ruchu. Další problém autorka spatřuje v sezónnosti a v nedostatečné doprovodné infrastruktuře, jako jsou adrenalinová, sportovní, zábavní a relaxační centra (wellness centra, halové lezecké stěny, paintball areály, a podobně).

V posledních letech se však tato situace začíná postupně zlepšovat především díky správnému čerpání státních a evropských dotací, díky kterým dochází k budování a rekonstrukci silnic a cyklostezek, stavějí se sportovní a rekreační centra a investují se finanční prostředky do opravy technického stavu památek. Kraj Vysočina se tak postupně začíná dynamicky rozvíjet.

Diplomová práce obohatila autorku také o nové poznatky. Rozšířila si celkové povědomí o komplexnosti nabídky poskytovaných služeb v oblasti turismu v Kraji Vysočina, ale také o množství atraktivit a perspektivách možného budoucího rozvoje. Při analýze poptávky zjistila mnohé informace o návštěvnosti dané lokality. Zároveň si mohla získané poznatky během studia ověřit v praxi při vypracovávání praktické části. Diplomovou práci proto považuje autorka za vhodný způsob završení svého studia a zároveň se domnívá, že zpracované téma umožňuje další průzkum v budoucnu.

## SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

### Seznam použitých českých zdrojů

BERÁNEK, J. a kol., 2013. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: MAG CONSULTING s.r.o. ISBN 978-80-86724-46-1.

ČECH, J., 1998. *Malá encyklopedie cestovního ruchu*. Praha: IDEA SERVIS. ISBN 80-85970-19-8.

DUDÁK, V. a Z. PAVELKA., 2012. *Agroturistika v České republice. Dovolená na venkově*. Praha: Novela bohemica. ISBN 978-80-87683-03-3.

FREJOVÁ K. a kol., 2002. *Výlety*. Praha: NLN, s.r.o. ISBN 80-7106-535-8.

HAMARNEH, I., 2014. *Mezinárodní cestovní ruch. Vybrané kapitoly*. Praha: UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO. ISBN 978-80-7452-040-2.

HESKOVÁ, M. a kol., 2011. *Cestovní ruch*. Praha: Fortuna. ISBN 978-80-7373-107-6.

HLADKÁ, J., 1997. *Technika cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-7169-476-2.

HORNER, S. a J. SWARBROOKE., 2003. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-0202-9.

HOUŠKA, P., 2014. *Environmentální aspekty potenciálu území pro cestovní ruch*. Praha: UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO. ISBN 978-80-7452-041-9.

ILINA, E., 2006. *Turistický trh a základy cestovních operátorů*. Praha: Darnika s.r.o. ISBN 80-239-7112-3.



JAKUBÍKOVÁ, D., 2012. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4209-0.

JOHNOVÁ, R., 2008. *Marketing kulturního dědictví a umění*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-2724-0.

KOTÍKOVÁ, H., 2013. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4603-6.

KŘÍŽEK, F. a J. NEUFUS., 2014. *Moderní hotelový management*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4835-1.

ORIEŠKA, J., 2010. *Služby v cestovním ruchu*. Praha: IDEA SERVIS. ISBN 978-80-85970-68-5.

PALATKOVÁ, M. a J. ZICHOVÁ., 2014. *Ekonomika turismu*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3643-3.

PALATKOVÁ, M., 2011. *Marketingový management destinací*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3749-2.

PALATKOVÁ, M., 2006. *Marketingová strategie cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-1014-5.

PALATKOVÁ, M., 2011. *Mezinárodní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3750-8.

PODHORSKÝ, M., 2003. *Kraj Vysočina*. Praha: freytag & berndt. ISBN 80-7316-075-7.

RYGLOVÁ, K., M. BURIAN a I. VAJČNEROVÁ., 2011. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4039-3.

SÁBLÍK, J., 2002. *Českomoravská vrchovina*. Praha: freytag & berndt. ISBN 80-7316-034-X.

SEIFERTOVÁ V. a kol., 2013. *Průvodcovské činnosti*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4807-8.

SYSEL, J. a J. ZURYNEK., 2009. *Management cestovní kanceláře a cestovní agentury*. Praha: UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO. ISBN 978-80-86723-78-5.

URBAN, V., 2010. *Kam na Vysočině*. Brno: Computer Press, a.s. ISBN 978-80-251-2951-7.

VAŠTIKOVÁ, M., 2014. *Marketing služeb – efektivně a moderně*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-5037-8.

### **Seznam použitých zahraničních zdrojů**

GÚČIK, M., 2010. *Cestovní ruch. Úvod do študia. Knižnica cestovného ruchu 15*. Banská Bystrica: Slovak-Swiss Tourism. ISBN 978-80-89090-80-8.

KOTLER, P. and G. ARMSTRONG., 2014. *Principles of Marketing*. 15<sup>th</sup> Edition. Harlow: Pearson Education. ISBN 978-0-13-325541-6.

MIDDLETON, V. and J. R. CLARKE., 2001. *Marketing in Travel and Tourism*. 3<sup>rd</sup> Edition. Oxford: Butterworth Heinemann. ISBN 0-7506-4471-0.

MISRA, S. N., 2008. *Basics of Tourism Management*. New Delhi: EXCEL BOOKS. ISBN 978-81-7446-681-5.

PAGE, S. J., 2011. *Tourism management. An introduction*. 4<sup>th</sup> Edition. New York: Routledge. ISBN 978-0-08-096932-9.

PENDER, L. a R. SHARPLEY., 2005. *The Management of Tourism*. London: SAGE Publications. ISBN 0-7619-4022-7.

### **Seznam použitých internetových zdrojů**

CASTRUM. *Skanzen Zichpil. Otevírací doba*. [online]. © 07. 02. 2015 [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.castrum.cz/skanzen-zichpil/otviraci-doba/>

CZECHSPECIALS. *O nás*. [online]. [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.czechspecials.cz/about-us/>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Cestovní ruch*. [online]. [cit. 2015-02-08]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/cestovni\\_ruch-xj](http://www.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/cestovni_ruch-xj)

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Cestovní ruch v Kraji Vysočina v roce 2013*. [online]. [cit. 2015-02-08]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/xj/redakce.nsf/i/cestovni\\_ruch\\_v\\_kraji\\_vysocina\\_v\\_roce\\_2013](http://www.czso.cz/xj/redakce.nsf/i/cestovni_ruch_v_kraji_vysocina_v_roce_2013)

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Hromadná ubytovací zařízení*. [online]. [cit. 2015-02-08]. Dostupné z: <http://apl.czso.cz/huz/kraj.jsp?k=CZ063>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Charakteristika kraje*. [online]. [cit. 2014-12-15]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/xj/redakce.nsf/i/charakteristika\\_kraje](http://www.czso.cz/xj/redakce.nsf/i/charakteristika_kraje)

DĚDICTVÍ VYSOČINY. *Bílá skála*. [online]. [cit. 2015-03-03]. Dostupné z: [http://www.dedictvivysociny.cz/priroda/zvlaste\\_chranena\\_uzemi-11/prirodni\\_pamatka-39/?id=510](http://www.dedictvivysociny.cz/priroda/zvlaste_chranena_uzemi-11/prirodni_pamatka-39/?id=510)

DĚDICTVÍ VYSOČINY. *Církevní památky*. [online]. [cit. 2015-02-02]. Dostupné z: <http://www.dedictvivysociny.cz/kultura/pamatky-50/cirkevni-3/>

DĚDICTVÍ VYSOČINY. *Černá skála*. [online]. [cit. 2015-03-03]. Dostupné z: [http://www.dedictvivysociny.cz/priroda/zvlaste\\_chranena\\_uzemi-11/prirodni\\_pamatka-39/?id=509](http://www.dedictvivysociny.cz/priroda/zvlaste_chranena_uzemi-11/prirodni_pamatka-39/?id=509)

DĚDICTVÍ VYSOČINY. *Devět skal*. [online]. [cit. 2015-03-03]. Dostupné z: [http://www.dedictvivysociny.cz/priroda/zvlaste\\_chranena\\_uzemi-11/prirodni\\_pamatka-39/?id=521](http://www.dedictvivysociny.cz/priroda/zvlaste_chranena_uzemi-11/prirodni_pamatka-39/?id=521)

DĚDICTVÍ VYSOČINY. *Drátenická skála*. [online]. [cit. 2015-03-03]. Dostupné z: [http://www.dedictvivysociny.cz/priroda/zvlaste\\_chranena\\_uzemi-11/prirodni\\_pamatka-39/?id=520](http://www.dedictvivysociny.cz/priroda/zvlaste_chranena_uzemi-11/prirodni_pamatka-39/?id=520)

DĚDICTVÍ VYSOČINY. *Fortifikační památky*. [online]. [cit. 2015-02-02]. Dostupné z: <http://www.dedictvivysociny.cz/kultura/pamatky-50/fortifikacni-10/?offset=60#anchor>

DĚDICTVÍ VYSOČINY. *Chráněná krajinná oblast*. [online]. [cit. 2015-02-02]. Dostupné z: [http://www.dedictvivysociny.cz/priroda/zvlaste\\_chranena\\_uzemi-11/chranena\\_krajinna\\_oblast-36/](http://www.dedictvivysociny.cz/priroda/zvlaste_chranena_uzemi-11/chranena_krajinna_oblast-36/)

DĚDICTVÍ VYSOČINY. *Kutiště – pozůstatky dolování, Jihlava*. [online]. [cit. 2015-02-03]. Dostupné z: <http://www.dedictvivysociny.cz/kultura/pamatky-50/technicke-2/?id=591>

DĚDICTVÍ VYSOČINY. *Lisovská skála*. [online]. [cit. 2015-03-03]. Dostupné z: [http://www.dedictvivysociny.cz/priroda/zvlaste\\_chranena\\_uzemi-11/prirodni\\_pamatka-39/?id=519](http://www.dedictvivysociny.cz/priroda/zvlaste_chranena_uzemi-11/prirodni_pamatka-39/?id=519)

DĚDICTVÍ VYSOČINY. *Malinská skála*. [online]. [cit. 2015-03-03]. Dostupné z: [http://www.dedictvivysociny.cz/priroda/zvlaste\\_chranena\\_uzemi-11/prirodni\\_pamatka-39/?id=502](http://www.dedictvivysociny.cz/priroda/zvlaste_chranena_uzemi-11/prirodni_pamatka-39/?id=502)

DĚDICTVÍ VYSOČINY. *Národní přírodní památka*. [online]. [cit. 2015-02-02]. Dostupné z: [http://www.dedictvivysociny.cz/priroda/zvlaste\\_chranena\\_uzemi-11/narodni\\_prirodni\\_pamatka-37/](http://www.dedictvivysociny.cz/priroda/zvlaste_chranena_uzemi-11/narodni_prirodni_pamatka-37/)

DĚDICTVÍ VYSOČINY. *Národní přírodní rezervace*. [online]. [cit. 2015-02-02]. Dostupné z: [http://www.dedictvivysociny.cz/priroda/zvlaste\\_chranena\\_uzemi-11/narodni\\_prirodni\\_rezervace-38/](http://www.dedictvivysociny.cz/priroda/zvlaste_chranena_uzemi-11/narodni_prirodni_rezervace-38/)

DĚDICTVÍ VYSOČINY. *Podzemí, Jihlava*. [online]. [cit. 2015-02-03]. Dostupné z: <http://www.dedictvivysociny.cz/kultura/pamatky-50/technicke-2/?id=590>

DĚDICTVÍ VYSOČINY. *Podzemí, Světlá nad Sázavou*. [online]. [cit. 2015-02-03]. Dostupné z: <http://www.dedictvivysociny.cz/kultura/pamatky-50/technicke-2/?id=1136>

DĚDICTVÍ VYSOČINY. *Podzemí, Telč*. [online]. [cit. 2015-02-03]. Dostupné z: <http://www.dedictvivysociny.cz/kultura/pamatky-50/technicke-2/?id=2878>

DĚDICTVÍ VYSOČINY. *Štola, Příbrav*. [online]. [cit. 2015-02-03]. Dostupné z: <http://www.dedictvivysociny.cz/kultura/pamatky-50/technicke-2/?id=1134>

DĚDICTVÍ VYSOČINY. *Štola zv. Pekelská, Stříbrné Hory*. [online]. [cit. 2015-02-03]. Dostupné z: <http://www.dedictvivysociny.cz/kultura/pamatky-50/technicke-2/?id=789>

DĚDICTVÍ VYSOČINY. *Švařec – Cumberk, polymetalické historické ložisko*. [online]. [cit. 2015-02-03]. Dostupné z: [http://www.dedictvivysociny.cz/priroda/prirodni\\_zajimavosti\\_a\\_unikaty-21/?id=1622](http://www.dedictvivysociny.cz/priroda/prirodni_zajimavosti_a_unikaty-21/?id=1622)

DĚDICTVÍ VYSOČINY. *Zvláště chráněná území*. [online]. [cit. 2015-02-02]. Dostupné z: [http://www.dedictvivysociny.cz/priroda/zvlaste\\_chranena\\_uzemi-11/](http://www.dedictvivysociny.cz/priroda/zvlaste_chranena_uzemi-11/)

FOLKLÓRNÍ KALEIDOSKOP. *Lidová jídla Vysočiny*. [online]. [cit. 2015-02-03]. Dostupné z: <http://vysocina.fkaleidoskop.cz/gastronomie>

HRAD KÁMEN. *Otevírací doba. Vstupné*. [online]. [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: [http://www.hradkamen.cz/otev\\_doba.html](http://www.hradkamen.cz/otev_doba.html)

HRAD ROŠTEJN. *Návštěvní doba a vstupné*. [online]. [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.hrad-rostejn.cz/index.php/dulezite/nocky>

IDNES. *Jihlavská zoo překročila rekord. O více než sedm tisíc návštěvníků*. [online]. © 2. 1. 2014 [cit. 2015-02-09]. Dostupné z: [http://jihlava.idnes.cz/jihlavska-zoo-ma-za-rok-2013-rekord-v-navstevnosti-fug-/jihlava-zpravy.aspx?c=A140102\\_121132\\_jihlava-zpravy\\_mkk](http://jihlava.idnes.cz/jihlavska-zoo-ma-za-rok-2013-rekord-v-navstevnosti-fug-/jihlava-zpravy.aspx?c=A140102_121132_jihlava-zpravy_mkk)

KARASÍN. *Rozhledna Karasín*. [online]. [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.karasin.cz/rozhledna-karasin/>

KUDY Z NUDY. *Aktivity. Letní sporty*. [online]. © 2015 [cit. 2015-02-03]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Kam-pojedete/Vysocina.aspx#>

KUDY Z NUDY. *Gastronomické akce*. [online]. © 2015 [cit. 2015-02-03]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Kalendar-akci/Gastronomicke-akce.aspx?filter=1&region=13&date=2015-02-03>

KUDY Z NUDY. *Hrad Ledec nad Sázavou – perla Posázaví*. [online]. © 27. 01. 2015 [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Hrad-Ledec-nad-Sazavou.aspx>

KUDY Z NUDY. *Lanový park Joy na Vysočině*. [online]. © 2015 [cit. 2015-02-03]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Lanovy-park-na-Vysocine.aspx#5>

KUDY Z NUDY. *Ledová stěna Víř*. [online]. © 2015 [cit. 2015-02-03]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/aktivity-a-akce/aktivity/ledova-stena-vir.aspx>

KUDY Z NUDY. *Pivovarská naučná stezka v Jihlavě*. [online]. © 2015 [cit. 2015-02-03]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Pivovarska-naucna-stezka-v-Jihlave.aspx>

KUDY Z NUDY. *Rozhledna Babylon na Zeleném kopci*. [online]. [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Rozhledna-Babylon-na-Zelenem-kopci.aspx>

KUDY Z NUDY. *Swing Jump Dalešice – Kienova houpačka*. [online]. © 2015 [cit. 2015-02-03]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Swing-Jump-Dalesice---Kienova-houpcka.aspx>

MĚSTO KAMENICE NAD LIPOU. *Zámek*. [online]. [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.kamenicenl.cz/zamek/d-77788>

MĚSTO TŘEBÍČ. *Památky UNESCO*. [online]. [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.mesto-trebic.cz/>

MICHALŮV STATEK. *Kontakt a otevírací doba*. [online]. © 2015 [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.michaluvstatek.cz/clanky/kontakt.html>

MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ. *Národní program podpory cestovního ruchu (2010 – 2015)*. [online]. [cit. 2014-12-15]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Programy-Dotace/Narodni-program-podpory-cestovniho-ruchu-%282010-2011>

MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ. *Programovací období 2007 – 2013 (Pro využití fondů EU)*. [online]. [cit. 2014-12-15]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Programy-Dotace/Programovaci-obdobi-2007-2013>

NÁRODNÍ PAMÁTKOVÝ ÚSTAV. *Obliba památek na Vysočině roste*. [online]. [cit. 2015-02-09]. Dostupné z: <http://www.npu.cz/pro-odborniky/narodni-pamatkovy-ustav/tiskove-zpravy/news/15564-obliba-pamatek-na-vysocine-roste/>

NOVÉ MĚSTO NA MORAVĚ. *Plastiky Michala Olšiaka*. [online]. [cit. 2015-02-15]. Dostupné z: <http://www.nmmn.eu/atrakce-pro-deti/plastiky-michala-olsiaka>

OBEC SAZAVA. *Turistika – rozhledna*. [online]. [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.obecsazava.cz/tur01.htm>

PENZION PEGAS. *Lanový park*. [online]. [cit. 2015-02-03]. Dostupné z: <http://www.penzionpegas.cz/lanovy-park/>

PIVNÍ TURISTIKA. *Kraj Vysočina*. [online]. [cit. 2015-02-03]. Dostupné z: <http://www.pivnituristika.cz/pivovary/vysocina/>

POUTNÍ KOSTEL SV. JANA NEPOMUCKÉHO ŽDÁR NAD SÁZAVOU. *Prohlídkové trasy. Vstupné. Návštěvní doba*. [online]. © 02. 02. 2015 [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.zelena-hora.eu/>

PRÁZDNINY NA VENKOVĚ. *BIOFARMA DoRA s.r.o.* [online]. [cit. 2015-02-04]. Dostupné z: <http://www.prazdninynavenkove.cz/s/82/>



PRÁZDNINY NA VENKOVĚ. *Včelí farma Nosek*. [online]. [cit. 2015-02-04]. Dostupné z: <http://www.prazdninynavenkove.cz/s/18/>

PROFITANDEM. *Tandemové seskoky*. [online]. [cit. 2015-02-03]. Dostupné z: <http://www.profitandem.cz/tandemove-seskoky/>

REGION VYSOČINA. *Skanzeny*. [online]. [cit. 2015-02-02]. Dostupné z: <http://www.region-vysocina.cz/skanzeny>

REGION VYSOČINA. *Soubor lidové architektury Křižánky*. [online]. [cit. 2015-03-03]. Dostupné z: <http://www.region-vysocina.cz/soubor-lidove-architektury-krizanky-cx1195>

REGION VYSOČINA. *Vesnická památková rezervace Krátká*. [online]. [cit. 2015-03-03]. Dostupné z: <http://www.region-vysocina.cz/vesnicka-pamatkova-rezervace-kratka-cx1115>

REGIONÁLNÍ OPERAČNÍ PROGRAM JIHOVÝCHOD. *Oblasti dotace ROP Jihovýchod*. [online]. [cit. 2015-02-24]. Dostupné z: <http://www.jihovychod.cz/prozadatele/oblasti-dotace>

STRUKTURÁLNÍ FONDY. *Programy pro programové období 2014-2020*. [online]. [cit. 2014-12-15]. Dostupné z: <https://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/2014-2020/Operacni-programy>

UNIE ČESKÝCH A SLOVENSKÝCH ZOOLOGICKÝCH ZAHRAD. *Rekordní návštěvnost v ZOO Jihlava*. [online]. [cit. 2015-02-09]. Dostupné z: <http://www.zoo.cz/rekordni-navstevnost-v-zoo-jihlava>

ZÁKONY ONLINE. *Zákon o místních poplatcích (zákon č. 565/1990 Sb.)*. [online]. [cit. 2015-01-02]. Dostupné z: <http://zakony-online.cz/?s158&q158=all>

ZÁMEK BRTNICE. *Turistická sezóna 2014*. [online]. [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.zamek-brtnice.eu/inpage/turisticka-sezona-2014/>

ZÁMEK JAROMĚŘICE NAD ROKYTNOU. *Provozní doba. Vstupné*. [online]. © 14. 01. 2015 [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.zamek-jaromerice.cz/>

ZÁMEK TELČ. *Návštěvní doba Prohlídkové trasy. Vstupné*. [online]. © 04. 12. 2014 [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.zamek-telc.eu/>

ZÁMEK ŽĎÁR NAD SÁZAVOU. *Otevírací doba*. [online]. [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.zamekzdar.cz/183-okruhy,-vstupne,-oteviraci-doba.aspx?sid=50&lid=184>

### **Seznam použitých ostatních zdrojů**

CZECHTOURISM. *Výzkum zaměřený na domácí cestovní ruch. Souhrnná zpráva 2010 – 2014*. [online]. 2014, [cit. 2015-02-10]. Dostupné z: [http://www.czechtourism.cz/getmedia/25fdb6e6-742a-471a-958e-d874511a0c6a/12\\_01\\_15\\_zaverecna\\_zprava\\_2010\\_2014.pdf.aspx](http://www.czechtourism.cz/getmedia/25fdb6e6-742a-471a-958e-d874511a0c6a/12_01_15_zaverecna_zprava_2010_2014.pdf.aspx)

KHS VYSOČINA. *Informace pro veřejnost v oblasti kontroly potravinového práva v provozovnách stravovacích služeb*. [online]. [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.khsjih.cz/soubory/HV/hv-informace-o-kontrolach-2013.pdf>

KP PROJEKT S.R.O. *Strategie rozvoje cykloturistiky a cyklodopravy v Kraji Vysočina*. [online]. 2014, [cit. 2015-02-08]. Dostupné z: [http://www.kr-vysocina.cz/VismoOnline\\_ActionScripts/File.ashx?id\\_org=450008&id\\_dokumenty=4062125](http://www.kr-vysocina.cz/VismoOnline_ActionScripts/File.ashx?id_org=450008&id_dokumenty=4062125)

KRAJSKÁ SPRÁVA ČESKÉHO STATISTICKÉHO ÚŘADU V JIHLAVĚ. *Kapacita hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu podle krajů v roce 2013*. [online]. 2014, [cit. 2015-02-08]. Dostupné z: [http://m.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/A1004EFCB6/\\$File/1416105.xlsx](http://m.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/A1004EFCB6/$File/1416105.xlsx)

KRAJSKÁ SPRÁVA ČESKÉHO STATISTICKÉHO ÚŘADU V JIHLAVĚ. *Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu podle krajů v roce 2013*. [online]. 2014, [cit. 2015-02-08]. Dostupné z: [http://m.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/A1004EFDED/\\$File/1416107.xlsx](http://m.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/A1004EFDED/$File/1416107.xlsx)

KRAJSKÁ SPRÁVA ČESKÉHO STATISTICKÉHO ÚŘADU V JIHLAVĚ. *Statistická ročenka Kraje Vysočina 2014*. [online]. 2014, [cit. 2015-02-08]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/A20022D50A/\\$File/33009514.pdf](http://www.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/A20022D50A/$File/33009514.pdf)

NIPOS. *Návštěvnost muzeí a galerií v krajích ČR 2013*. [online]. 2013, [cit. 2015-02-08]. Dostupné z: [http://www.nipos-mk.cz/wp-content/uploads/2013/05/Navstevnost\\_MUZEJA\\_2013.pdf](http://www.nipos-mk.cz/wp-content/uploads/2013/05/Navstevnost_MUZEJA_2013.pdf)

NIPOS. *Návštěvnost muzeí a galerií v krajích ČR 2012*. [online]. 2012, [cit. 2015-02-08]. Dostupné z: [http://www.nipos-mk.cz/wp-content/uploads/2013/05/navstevnost\\_muzei\\_2012.pdf](http://www.nipos-mk.cz/wp-content/uploads/2013/05/navstevnost_muzei_2012.pdf)

NIPOS. *Návštěvnost muzeí a galerií v krajích ČR 2011*. [online]. 2011, [cit. 2015-02-08]. Dostupné z: <http://www.nipos-mk.cz/wp-content/uploads/2009/03/Navstevnost-muzea-pamatniky-a-galerie-2011.pdf>

NIPOS. *Návštěvnost památek v krajích ČR 2013*. [online]. 2013, [cit. 2015-02-08]. Dostupné z: [http://www.nipos-mk.cz/wp-content/uploads/2013/05/Navstevnost\\_PAMATKY\\_2013.pdf](http://www.nipos-mk.cz/wp-content/uploads/2013/05/Navstevnost_PAMATKY_2013.pdf)

NIPOS. *Návštěvnost památek v krajích ČR 2012*. [online]. 2012, [cit. 2015-02-08]. Dostupné z: [http://www.nipos-mk.cz/wp-content/uploads/2013/05/navstevnost\\_pamatek\\_2012.pdf](http://www.nipos-mk.cz/wp-content/uploads/2013/05/navstevnost_pamatek_2012.pdf)

NIPOS. *Návštěvnost památek v krajích ČR 2011*. [online]. 2011, [cit. 2015-02-08]. Dostupné z: <http://www.nipos-mk.cz/wp-content/uploads/2009/03/Navstevnost-pamatky-20111.pdf>

NIPOS. *Návštěvnost památek v krajích ČR 2010*. [online]. 2010, [cit. 2015-02-08]. Dostupné z: <http://www.nipos-mk.cz/wp-content/uploads/2009/03/Navstevnost-pamatky-2010.pdf>

NIPOS. *Návštěvnost památek v krajích ČR 2009*. [online]. 2009, [cit. 2015-02-08]. Dostupné z: [http://www.nipos-mk.cz/wp-content/uploads/2009/03/Pam%C3%A1tky\\_kraje\\_20091.pdf](http://www.nipos-mk.cz/wp-content/uploads/2009/03/Pam%C3%A1tky_kraje_20091.pdf)

OBOR REGIONÁLNÍHO ROZVOJE KRAJSKÉHO ÚŘADU KRAJE VYSOČINA. *Strategie kraje Vysočina 2020*. [online]. 2012, [cit. 2015-02-08]. Dostupné z: [http://www.kr-urady.cz/VismoOnline\\_ActionScripts/File.ashx?id\\_org=450008&id\\_dokumenty=4052133](http://www.kr-urady.cz/VismoOnline_ActionScripts/File.ashx?id_org=450008&id_dokumenty=4052133)

# SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ A TABULEK

## Seznam obrázků

Obrázek 1: Počet nerezidentů v HUZ Kraje Vysočina v roce 2013 .....	66
Obrázek 2: Mapa „Santiniho naučné stezky“ .....	102
Obrázek 3: Mapa naučné stezky „Za skalami Kraje Vysočina“ .....	107

## Seznam tabulek

Tabulka 1: Druhy poplatků a jejich výše .....	27
Tabulka 2: Návštěvnost památek UNESCO na Vysočině .....	43
Tabulka 3: Turistické informace o Poutním kostelu sv. Jana Nepomuckého.....	44
Tabulka 4: Turistické informace o Státním zámku Telč.....	44
Tabulka 5: Turistické informace o památkách UNESCO v Třebíči.....	45
Tabulka 6: Turistické informace o hradech v Kraji Vysočina.....	46
Tabulka 7: Turistické informace o vybraných zámcích.....	48
Tabulka 8: Turistické informace o Zámku ve Žďáře nad Sázavou .....	49
Tabulka 9: Turistické informace o vybraných skanzenech .....	50
Tabulka 10: Turistické informace o vybraných rozhlednách .....	53
Tabulka 11: Vývoj počtu HUZ a lůžek v Kraji Vysočina za jednotlivé roky .....	59
Tabulka 12: Mezikrajové srovnání počtu HZU, pokojů a lůžek v roce 2013.....	60
Tabulka 13: Kapacita hromadných ubytovacích zařízení Kraj Vysočina.....	61
Tabulka 14: Počet poskytovatelů stravovacích služeb podle jednotlivých druhů .....	62
Tabulka 15: Počet provozoven zařízení podle okresů .....	63
Tabulka 16: Vývoj počtu hostů a přenocování v Kraji Vysočina za jednotlivé roky .....	65
Tabulka 17: Mezikrajová návštěvnost a průměrný doba pobytu (2013) .....	66
Tabulka 18: Nejnavštěvovanější památky v Kraji Vysočina podle NPÚ.....	68
Tabulka 19: Nejnavštěvovanější muzea a galerie na Vysočině.....	69
Tabulka 20: Profil návštěvníka Kraje Vysočina .....	72
Tabulka 21: Sochy Michala Olšiaka v Kraji Vysočina.....	75

Tabulka 22 Přehled jednotlivých tras .....	84
Tabulka 23 Santiniho naučná stezka.....	95
Tabulka 24: Naučná stezka Za skalami Kraje Vysočina .....	106
Tabulka 25: Souhrn informací současného stavu a perspektiv dalšího rozvoje .....	115

## SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A - Trasa 1 .....	I
Příloha B - Pěší verze Trasa 2 .....	II
Příloha C - Cyklistická verze Trasa 2 .....	III
Příloha D - Lyžařská verze Trasa 2 .....	IV
Příloha E - Pěší verze Trasa 3 .....	V
Příloha F - Cyklistická verze Trasa 3 .....	VI
Příloha G - Trasa 4 .....	VII
Příloha H - Trasa 5 .....	VIII
Příloha I - Trasa 6 .....	IX
Příloha J - Leták produktu Po stopách soch Michala Olšiaka .....	X

## Příloha A - Trasa 1



Zdroj: MAPY. *Plánování trasy*. [online]. [cit. 2015-03-03]. Dostupné z:  
<http://www.mapy.cz/zakladni?planovani-trasy&x=15.9428254&y=49.5770333&z=10>

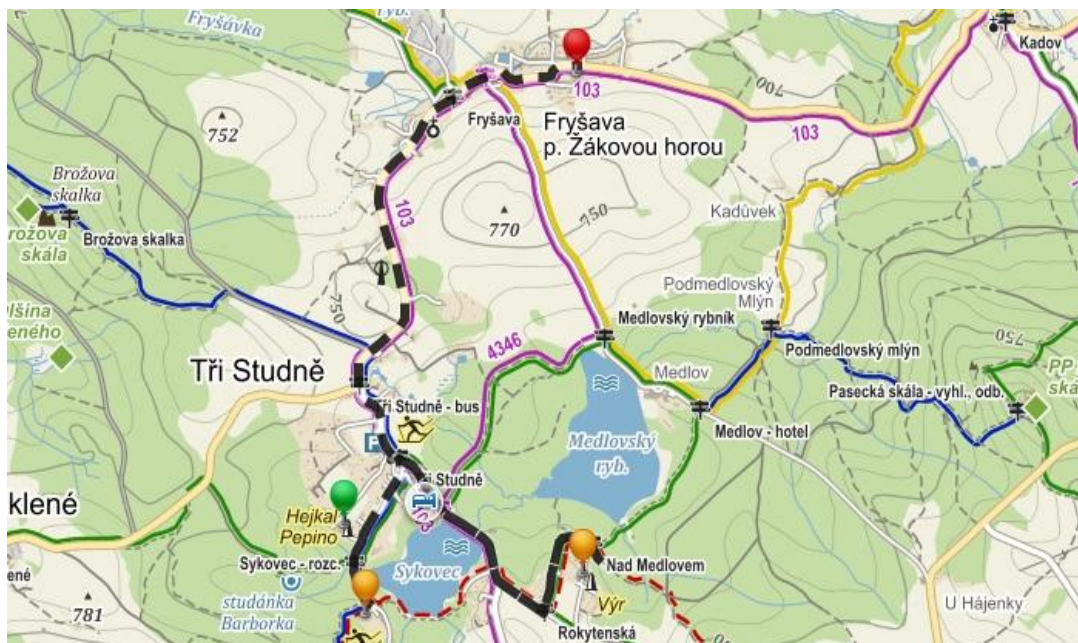


## Příloha B - Pěší verze Trasa 2



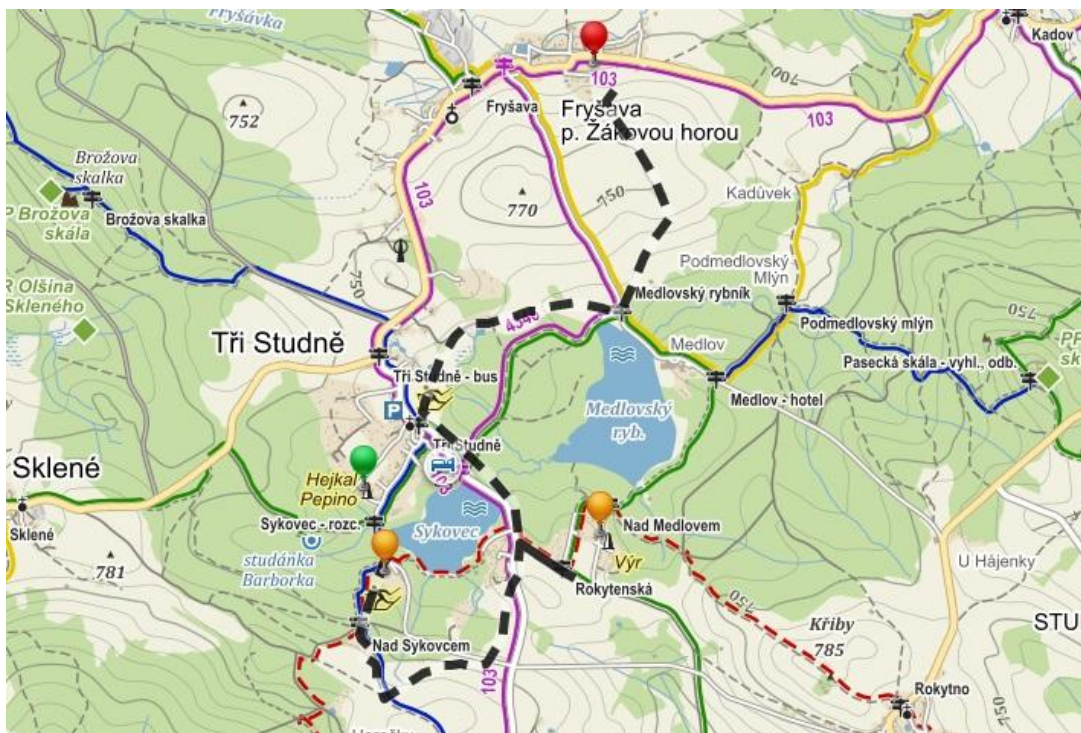
Zdroj: MAPY. *Plánování trasy*. [online]. [cit. 2015-03-03]. Dostupné z:  
<http://www.mapy.cz/zakladni?planovani-trasy&x=15.9428254&y=49.5770333&z=10>

## Příloha C - Cyklistická verze Trasa 2



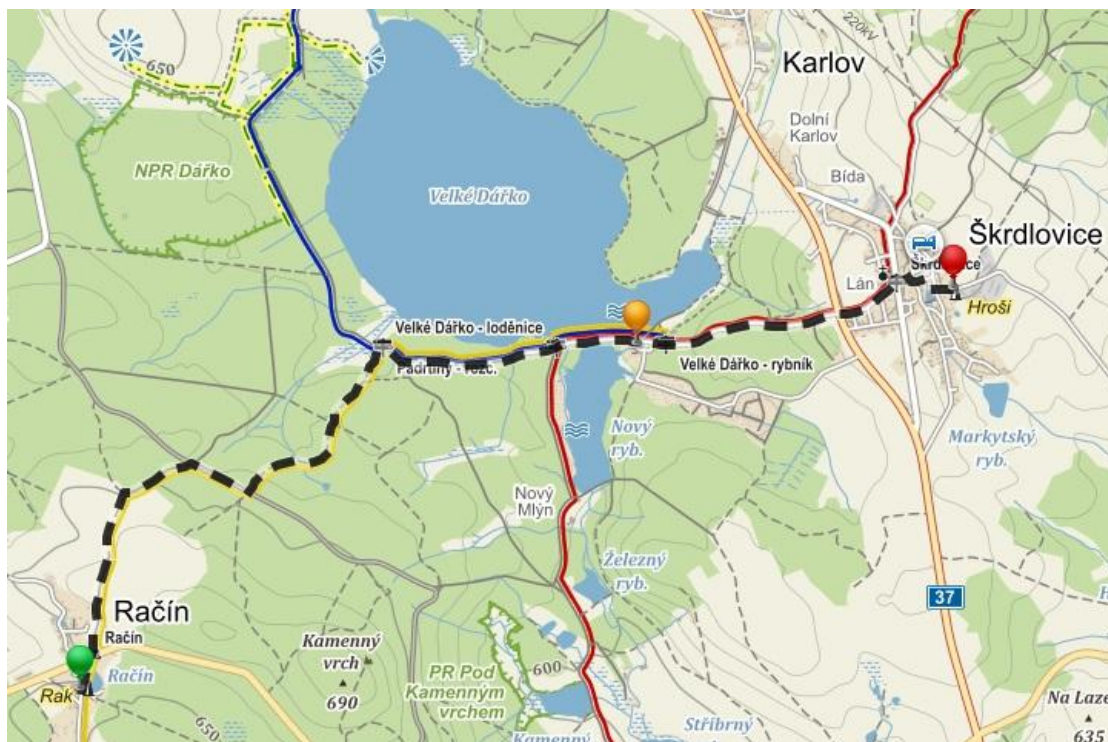
Zdroj: MAPY. *Plánování trasy*. [online]. [cit. 2015-03-03]. Dostupné z:  
<http://www.mapy.cz/zakladni?planovani-trasy&x=15.9428254&y=49.5770333&z=10>

## Příloha D - Lyžařská verze Trasa 2



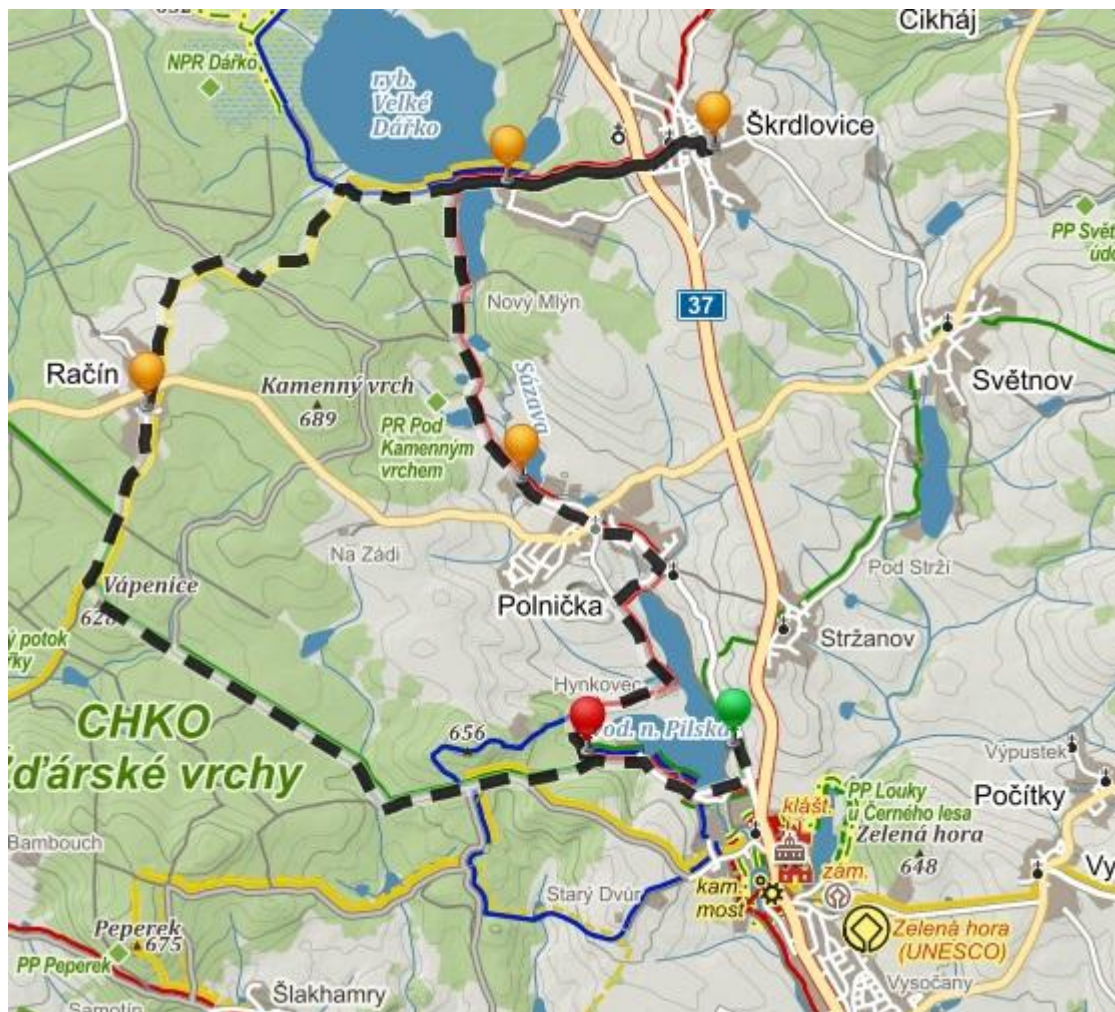
Zdroj: MAPY. *Plánování trasy*. [online]. [cit. 2015-03-03]. Dostupné z:  
<http://www.mapy.cz/zakladni?planovani-trasy&x=15.9428254&y=49.5770333&z=10>

### Příloha E - Pěší verze Trasa 3



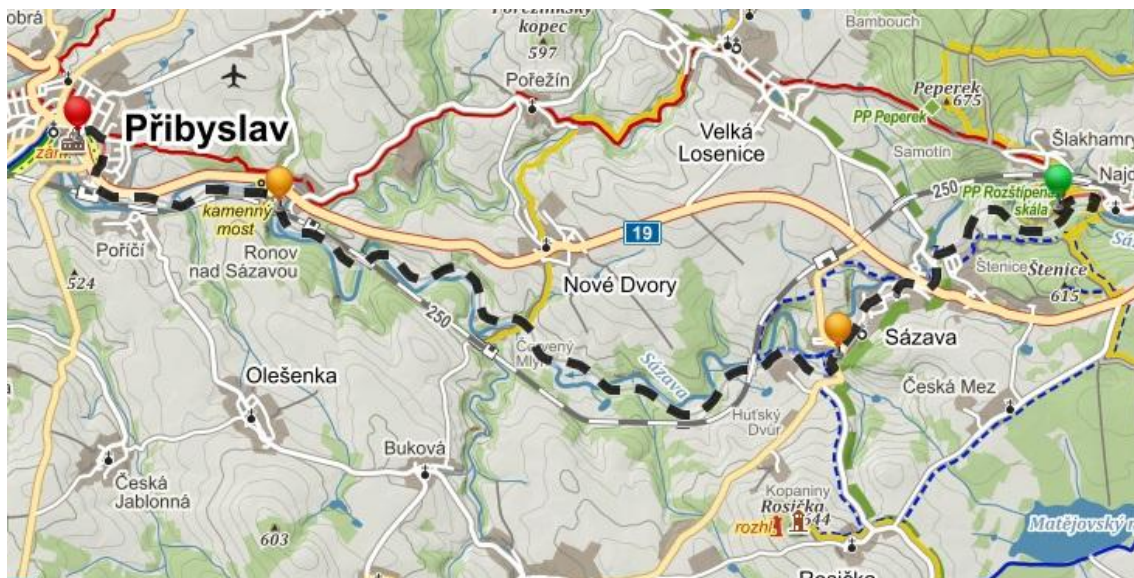
Zdroj: MAPY. *Plánování trasy*. [online]. [cit. 2015-03-03]. Dostupné z:  
<http://www.mapy.cz/zakladni?planovani-trasy&x=15.9428254&y=49.5770333&z=10>

## Příloha F - Cyklistická verze Trasa 3



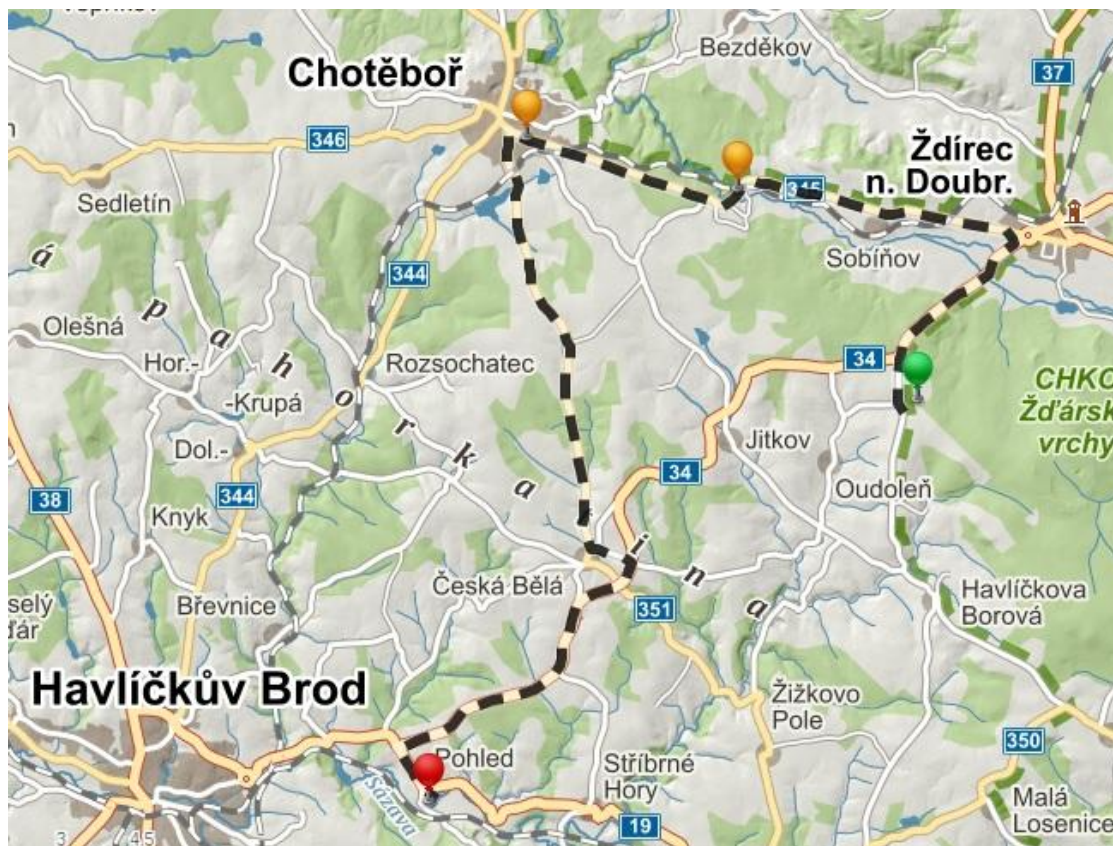
Zdroj: MAPY. *Plánování trasy*. [online]. [cit. 2015-03-03]. Dostupné z:  
<http://www.mapy.cz/zakladni?planovani-trasy&x=15.9428254&y=49.5770333&z=10>

## Příloha G - Trasa 4



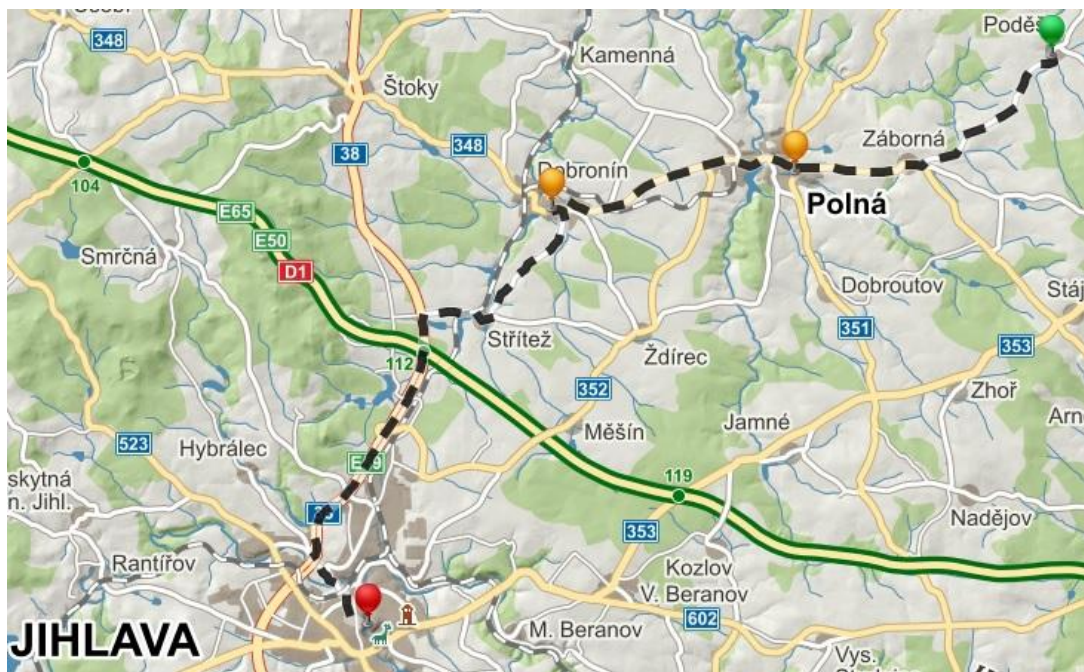
Zdroj: MAPY. *Plánování trasy*. [online]. [cit. 2015-03-03]. Dostupné z:  
<http://www.mapy.cz/zakladni?planovani-trasy&x=15.9428254&y=49.5770333&z=10>

## Příloha H - Trasa 5



Zdroj: MAPY. *Plánování trasy*. [online]. [cit. 2015-03-03]. Dostupné z:  
<http://www.mapy.cz/zakladni?planovani-trasy&x=15.9428254&y=49.5770333&z=10>

## Příloha I - Trasa 6



Zdroj: MAPY. *Plánování trasy*. [online]. [cit. 2015-03-03]. Dostupné z:  
<http://www.mapy.cz/zakladni?planovani-trasy&x=15.9428254&y=49.5770333&z=10>



**Příloha J - Leták produktu Po stopách soch Michala Olšiaka**

**Objevte kouzlo Kraje Vysočina a přijďte poznávat  
netradiční sochy zasazené do krásné přírody  
Českomoravské vrchoviny v rámci projektu  
Po stopách soch Michala Olšiaka.**



**Více informací na: [www.projekt-olsiak.cz](http://www.projekt-olsiak.cz)**

Zdroj: Autorka práce, 2015 (vlastní šetření)

## **BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE**

**Jméno autora:** Nikola Křížková

**Obor:** Management cestovního ruchu

**Forma studia:** Prezenční

**Název práce:** Cestovní ruch kraje Vysočina

**Rok:** 2015

**Počet stran textu bez příloh:** 109

**Celkový počet stran příloh:** 10

**Počet titulů české literatury a pramenů:** 26

**Počet titulů zahraniční literatury a pramenů:** 6

**Počet internetových zdrojů:** 63

**Vedoucí práce:** Ing. Jaroslava Kočová