

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra ekonomiky



PRODUKT CESTOVNÍHO RUCHU

VE VYBRANÉ DESTINACI –

VYSOČINA

Bakalářská práce

Autor: Veronika Kubalová

Vedoucí BP: Ing. Michaela Antoušková

©2008

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „ Produkt cestovního ruchu ve vybrané destinaci – Vysočina“ zpracovala samostatně. Použitá literatura a další zdroje jsou uvedeny v příloženém seznamu.

V Praze dne 26. 4. 2009

.....

vlastnoruční podpis

Poděkování

Tímto bych chtěla poděkovat Ing. Michaele Antouškové za cenné rady a čas strávený při zpracování této práce.

Produkt cestovního ruchu ve vybrané destinaci -

Vysočina

Souhrn:

Bakalářská práce se zabývá možnostmi rozvoje cestovního ruchu v kraji Vysočina. Nejprve se zaměřuje na rozbor předpokladů rozvoje cestovního ruchu. Především je kladen důraz na přírodní atraktivitu, kulturně historické památky, kulturní zařízení, materiálně-technickou základnu a s ní spojenou dopravu, z čehož plynou silné a slabé stránky kraje. Na základě vyhodnocených dotazníků je sestaven poznávací zájezd, který splňuje požadavky respondentů. Dále získané poznatky jsou využity pro stanovení doporučení, která napomůžou k rozvoji cestovního ruchu kraje.

Klíčová slova:

Vysočina, cestovní ruch, služby, cestovní kancelář, zájezd.

Tourist Product in Chosen Destination - Vysočina

Summary:

The dissertation deals with the possibility of travel movement development in the Vysočina region. It firstly analyses existing conditions for such a development. These are especially local natural and cultural attractions and a current level of material and technical infrastructure. The analysis discovers strong and weak points of the region. On the basis of answer sheets' interpretation the cognitive tour meeting respondents' requirements is assembled then. Obtained data are further exploited to set the recommendation that may help to improve and develop the travel movement in the region.

Key words:

Vysočina Region, tourist trade, services, travel office, tour.

Osnova

1. Úvod	1
2. Cíl a metodika	2
3. Literární rešerše.....	4
3.1. Pojem cestovní ruch	4
3.2. Členění a formy cestovního ruchu	5
3.2.1. Formy cestovního ruchu.....	5
3.2.2. Druhy cestovního ruchu	6
3.3. Předpoklady rozvoje cestovního ruchu	8
3.3.1. Lokalizační předpoklady cestovního ruchu	8
3.3.2. Selektivní předpoklady cestovního ruchu	9
3.3.3. Realizační předpoklady cestovního ruchu	9
3.4. Legislativní úprava cestovního ruchu	10
3.4.1. Pojem zájezd	10
3.4.2. Vznik cestovní kanceláře	11
3.4.3. Hlavní činnosti cestovní kanceláře	12
3.5 Marketing cestovního ruchu.....	12
3.5.1. Trh cestovního ruchu	12
3.5.2. Marketing cestovního ruchu.....	13
3.5.3. Služby cestovního ruchu	13
3.5.4. Marketingový mix služeb.....	14
4. Charakteristika kraje Vysočina	17
4.1. Obecná charakteristika destinace	17
4.2. Předpoklady destinace v oblasti cestovního ruchu	17
4.2.1. Lokalizační předpoklady.....	17
4.2.1.1. Přírodní atraktivity	17
4.2.1.2. Kulturní předpoklady	18
4.2.2. Selektivní předpoklady	19
4.2.2.1. Objektivní předpoklady	19
4.2.2.2. Subjektivní předpoklady	19
4.2.3. Realizační předpoklady.....	20

4.2.3.1. Dopravní předpoklady	20
4.2.3.2. Materiálně-technické předpoklady	20
4.3. Památky UNESCO na Vysočině	21
4.3.1. Poutní kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře	21
4.3.2. Telč.....	21
4.3.3. Třebíč	22
5. SWOT analýza kraje z pohledu cestovního ruchu	23
5.1. Silné stránky.....	23
5.2. Slabé stránky	23
5.3. Příležitosti	23
5.4. Hrozby.....	24
6. Vlastní výzkum kraje.....	25
7. Cestovní kanceláře zaměřené na domácí cestovní ruch.....	28
8. Sestavení poznávacího zájezdu po Vysočině	30
8.1. Časový harmonogram a itinerář trasy	30
8.1.1. Časový harmonogram	30
8.1.2. Itinerář trasy	32
8.2. Místo ubytování	32
8.3. Kalkulace zájezdu	33
8.3.1. Kalkulace nákladů na skupinu	34
8.3.2. Kalkulace přímých nákladů na jednoho účastníka.....	35
8.3.3. Výpočet ceny zájezdu pro jednoho účastníka	35
9. Celkové hodnocení a doporučení.....	36
9.1. Hodnocení	36
9.2. Doporučení.....	36
10. Závěr	38
11. Seznam literatury.....	39
12. Přílohy	41

1. Úvod

Cestovní ruch je významnou složkou světového hospodářství a je do určité míry chápán jako samostatná oblast národního hospodářství. Plní důležitou roli v oblasti spotřeby obyvatel a zastává plno funkcí v jejich životě. Předně se jedná o obnovení pracovních sil, rozvoj osobnosti člověka a zdravotní funkci. Cestovní ruch patří v současné době mezi významný společensko-ekonomický jev. Považuje se za jedno z největších ekonomických odvětví světa spolu s ropným a automobilovým průmyslem. Je největším tvůrcem pracovních míst a zajišťuje devizové příjmy zemí. Stále více lidí ho s oblibou vyhledává pro účel rekreace a poznání. Nemalé přínosy má i pro Českou republiku, kde je hlavním plusem tvorba pracovních míst. Dle Českého statistického úřadu cestovní ruch tvoří zhruba 171 tisíc pracovních míst a související obory představují téměř 59 000 zaměstnanců. V průběhu posledního desetiletí se příliv zahraničních klientů téměř ztrojnásobil. Podle údajů Českého statistického úřadu navštívilo naši republiku v roce 2008 více než 6 miliónu turistů, což má pozitivní vliv na vývoj salda platební bilance. K přílivu turistů bezpochyby přispívají perspektivní oblasti rozvoje cestovního ruchu jako je kulturní, poznávací, lázeňský, kongresový a venkovský cestovní ruch či agroturismus. K propagaci České republiky na světovém trhu přispívá Česká centrála cestovního ruchu, která je podřízena Ministerstvu pro místní rozvoj. Vstup České republiky do Evropské unie má pro cestovní ruch podstatné přínosy. Jednak vznikla příhraniční spolupráce obcí a měst, což se projevuje na fungování euroregionů. Ovšem velkou výhodou pro naši zemi je přístup k finančním zdrojům Evropské unie, což přispívá k rozvoji cestovního ruchu.

2. Cíl a metodika

Cílem této práce je rozbor nabídky služeb cestovního ruchu v kraji Vysočina a zhodnocení předpokladů v rámci cestovního ruchu. Důležitými faktory pro rozvoj jsou zejména materiálně-technická základna, přírodní, historické a kulturní atraktivity, které zabezpečují příliv turistů. Cílem je dále upozornit na přednosti či zápory kraje a doporučit, jak s touto skutečností naložit, aby se návštěvnost kraje stále zvyšovala.

Pro teoretickou část práce byla použita odborná literatura cestovního ruchu. Charakteristika kraje Vysočina byla zpracována na základě údajů z Českého statistického úřadu, konkrétně z Krajských ročenek.

Použitá SWOT analýza byla zpracována na základě charakteristiky kraje Vysočina, která vyhodnotila silné a slabé stránky kraje a jeho příležitosti a hrozby.

Pro výzkum kraje v oblasti cestovního ruchu byl zvolen dotazník, jehož otázky byly zaměřeny na hodnocení kraje. Cílem bylo zjistit, jak hodnotí respondenti kraj jako celek, v čem vidí jeho silné stránky a co naopak v kraji postrádají. Účelem dotazníku též bylo zjistit, za jakým účelem kraj navštěvují, jaké ubytování preferují a kolik jsou ochotni za pobyt utratit.

K sestavení zájezdu byly použity internetové stránky ubytování, kulturních památek a muzeí. Sestavená trasa zájezdu byla vypracovaná z mapy České republiky.

Ubytování v tříhvězdičkovém hotelu OREA Devět skal v Milovech bylo zvoleno na základě dobré polohy, výborných služeb a přijatelné ceně, která vyplývá z dotazníků.

Stravné řidiče a průvodce bylo sestaveno na základě vyhlášky č. 451/2008 Sb. - poskytování cestovních náhrad . Pro uskutečnění zájezdu je využit jeden řidič, který dodržuje dle zákona povinné bezpečnostní přestávky. Kalkulovaný počet

osob byl stanoven na základě počtu míst v autobusu a riziko neobsazenosti 20 % stanoveno na základě pracovních zkušeností v oboru. Taktéž byla stanovena odměna průvodce a přírážka cestovní kanceláře. Jelikož na internetových stránkách kulturně-historických památek nebyly uvedeny ceny za parkovné autobusu, odhadem byla stanovena cena na 50 Kč za jednu hodinu.

3. Literární rešerše

3.1. Pojem cestovní ruch

V současné době patří cestovní ruch mezi významný společensko-ekonomický fenomén. Odborná literatura uvádí mnoho definic cestovního ruchu. Podle Světové organizace cestovního ruchu je definován takto: „ Cestovní ruch je činnost osoby, cestující ve volném čase na přechodnou dobu do místa mimo její trvalé bydliště, a to za jiným účelem, než je vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.“ (Drobná, D., Morávková, E., 2007, str.12) Je předmětem zkoumání několika vědních oborů, jako je např. ekonomie, geografie a sociologie. Ekonomie cestovního ruchu zkoumá aspekty spojené s produkcí a realizací služeb specifického charakteru související s účastí na cestovním ruchu. A v neposlední řadě je významnou součástí národní ekonomiky. Cestovní ruch se dá také charakterizovat jako činnost, při které jsou uspokojovány potřeby lidí. Jedná se zejména o potřebu relaxace, poznávání, kontaktu s lidmi, kulturní vyžití a aktivního odpočinku formou sportu. V praxi se běžně používá pojem průmysl cestovního ruchu, který ovšem není synonymem k pojmu cestovní ruch. Průmyslem se rozumí soubor aktivit soukromého i veřejného sektoru, který produkuje statky a služby určené na uspokojování potřeb turistů včetně jejich marketingových aktivit.

S problematikou cestovního ruchu je nutné si vymezit, kdo je účastníkem cestovního ruchu.

Turista v mezinárodním cestovním ruchu je osoba, která v jiné zemi stráví alespoň jednu noc, ale nepobývá zde déle než jeden rok.

Turista v domácím cestovním ruchu, který v rámci své zemi cestuje do jiných míst, než je jeho trvalé bydliště a stráví zde alespoň jednu noc, ale nepobývá zde déle než šest měsíců.

Výletníkem v mezinárodním cestovním ruchu je ten, kdo navštíví jinou zemi po dobu 24 hodin a nepřenocuje zde.

Výletník v domácím cestovním ruchu cestuje v rámci zemi svého trvalého bydliště do jiných míst na dobu kratší než 24 hodin a nepřenocuje zde.

[1, 2]

3.2. Členění a formy cestovního ruchu

3.2.1. Formy cestovního ruchu

Formy cestovního ruchu zkoumají motivy účasti lidí na cestovním ruchu. Neboli hovoříme o cestovním ruchu podle motivace účastníka. Jedná se tedy o souhrn vnitřních a vnějších pocitů, které vedou k účasti na cestovním ruchu. Podle tohoto kritéria rozlišujeme několik forem cestovního ruchu.

- Rekreační cestovní ruch je zaměřen na obnovení fyzických sil formou aktivního či pasivního odpočinku spojeného se změnou prostředí.
- Kulturně poznávací cestovní ruch spočívá v poznávání kulturně-historických památek, kulturních zařízení, akcí a kulturní krajiny.
- Sportovně turistický cestovní ruch zahrnuje veškeré aktivity spojené se sportem, ať už se jedná o udržení a posílení kondice člověka nebo o cesty diváků na různá sportovní utkání, jako jsou například olympijské hry.
- Zdravotně orientovaný cestovní ruch se soustředí na léčebné pobyty za účelem zlepšení zdravotního stavu. Nejčastěji se jedná o pobyty v lázních či rekreačních centrech, případně pobyty v příznivém prostředí.
- Přírodní cestovní ruch je zaměřen na pobyty v přírodě, zejména v nenarušených a výjimečných přírodních místech jako jsou národní parky. Zvláštním typem je ekoturismus. Jedná se formu, která nenarušuje přirozené prostředí přírody a snaží se ji chránit.
- Venkovský cestovní ruch napomáhá obnovit vztah lidí k venkovu. Jde především o rekreační pobyty na venkově a s nimi spojené aktivity. Ubytování je zajištěno v soukromí nebo v menších hromadných ubytování.

Další formou této turistiky je agroturistika, která spočívá v pobytu na rodinných farmách, kde se hosté účastí na pracích spojených s hospodářstvím. Ekoagroturistika je též spojena s pobytem na biofarmách, která řeší otázku alternativního zemědělství.

- Kongresový cestovní ruch je založený na zájmu odborníků v určitém oboru se setkávat se svými kolegy a čerpat nové informace na kongresech, přednáškách apod.

Motivů na cestovní ruch je mnoho, mezi další formy lze zařadit například vzdělávací, náboženský, profesní, dobrodružný a nákupní cestovní ruch.

[1]

3.2.2. Druhy cestovního ruchu

Cestovní ruch dle způsobu realizace členíme na několik druhů.

- Z hlediska území, na kterém probíhá, rozdělujeme cestovní ruch na domácí a zahraniční. *Domácí cestovní ruch* zahrnuje cesty obyvatelstva daného státu po jeho území. U *zahraničního cestovního ruchu* dochází k přechodu hranic daného státu jeho obyvateli. Tento typ cestovního ruchu má ovšem dvojí charakter. Výjezdový cestovní ruch, neboli též pasivní, zahrnuje výjezdy občanů daného státu do zahraničí. Naopak příjezdový cestovní ruch, též aktivní, vyjadřuje příjezdy zahraničních turistů do dané země. Posledním druhem zahraničního cestovního ruchu je tranzitní, který představuje průjezdy zemí zahraničních účastníků, aby dosáhli svého cíle. Nejširším pojmem z hlediska území je *mezinárodní cestovní ruch*, který zahrnuje pohyby všech účastníků mezi státy. Tento pojem dále členíme na cestovní ruch světový, který monitoruje veškerý cestovní ruch světa, při kterém dochází k přechodu hranic. A pojem cestovní ruch světa vyjadřuje veškerý cestovní ruch, který je realizován.
- Vliv platební bilance státu sledujeme jak pro *aktivní* cestovní ruch, kde

dochází k přílivu devizových prostředků od zahraničních turistů. Tak pro *pasivní*, kde dochází k odlivu devizových prostředků díky obyvatelům dané země, kteří čerpají prostředky pro nákup v jiné zemi.

- Podle délky pobytu se rozlišuje cestovní ruch na *krátkodobý*, z pravidla se jedná o pobyty do tří přenocování. A na *dlouhodobý*, při kterém se uskutečňují pobyty delší než tři přenocování, doba ovšem nesmí překročit šest měsíců v domácím cestovním ruchu a jeden rok v cestovním ruchu zahraničním.
- Dle způsobu zabezpečení cesty a pobytu rozdělujeme *organizovaný* a *neorganizovaný* cestovní ruch. U organizovaného využívají turisté služeb cestovních kanceláří či agentur. Tedy kupují si předem připravený balík služeb. Kdežto u neorganizovaného podnikají účastníci cesty bez zastoupení cestovních kanceláří a pouze využívají služeb zprostředkovatelů.
- Podle příslušnosti účastníků ke skupině rozlišujeme *individuální* a *skupinový* cestovní ruch. Při individuálním cestuje účastník sám nebo s členy rodiny. Při skupinovém cestují skupiny účastníků, které se znají. Zpravidla se jedná o pracovní kolektivy nebo zájmová sdružení.
- Způsob financování je dalším druhem cestovního ruchu, zde je uplatňováno hledisko z jakých zdrojů jsou vyplaceny výdaje. Při *komerčním* neboli volném cestovním ruchu si veškeré náklady spojené s pobytem hradí účastník sám. Naproti tomu *sociální* neboli vázaný cestovní ruch je z části hrazen organizací či institucí. Z pravidla se jedná o dětské tábory či lázeňské pobyty.
- Dle věku účastníků rozlišujeme cestovní ruch na několik skupin. *Cestovní ruch dětí* se vyznačuje věkem do 15 let bez účasti rodičů a jedná se o akce typu škola v přírodě či letní tábory. *Cestovní ruch mládeže* neboli mladých je charakterizován věkem mezi 15 a 24 lety, kteří nejčastěji jezdí na dovolené se svými přáteli. *Cestovní ruch seniorů* je vyznačován

nadstandardními službami pro účastníky třetího věku. Též nadstandardních služeb využívá další skupina a to *rodiny s dětmi*. Poslední skupinou jsou *lidé mezi 40 a 50 rokem*. Tato skupina je charakterizována dobrým ekonomickým postavením s odrostlými dětmi, což jim umožňuje intenzivní účast na cestovním ruchu.

[6]

3.3. Předpoklady rozvoje cestovního ruchu

Cestovní ruch se v poslední čtvrtině dvacátého století stal nejvýznamnějším ekonomickým, společenským a kulturním jevem. Na cestování a s ním spojených aktivitách se každoročně podílí velká část světové populace. Cestování lidí za odpočinkem, poznáváním, kulturou, sportovním vyžitím či z pracovních a obchodních důvodů se stalo součástí lidského života a současného životního stylu.

Faktory neboli podmínky, které mají vliv na existenci a rozvoj cestovního ruchu a jejich obecné zákonitosti i uplatnění v určitých oblastech a střediscích, se obvykle člení podle P. Mariota do tří skupin. Jedná se o předpoklady lokalizační, selektivní a realizační.

[1]

3.3.1. Lokalizační předpoklady cestovního ruchu

Zaujímají přední místo při lokalizaci aktivit cestovního ruchu do oblastí. Jejich přírodní či společenské hodnoty, které jsou příznivé, určují místo, kde se cestovní ruch může rozvíjet. Významnou složkou přírodních atraktivit je především krajina a klimatické podmínky kraje. Mezi další neodmyslitelné složky patří fauna, flóra, vodstvo, podnebí, nadmořská výška aj. Jejich význam spočívá především v tom, že jsou do jisté míry konstantní a uplatňují se v rozsáhlejších areálech. Svojí ojedinělostí a zvláštností činí oblast cestovního ruchu lákavější.

Společenské podmínky a atraktivita uspokojují poptávku po vzdělání a zábavě. Jejich hodnotu může zvyšovat fakt, že se nacházejí v přitažlivých přírodních oblastech. Většinou ovšem mají doplňkový charakter k jiným formám cestovního ruchu. Tyto podmínky se dělí na kulturně historické památky a kulturní zařízení a akce. Zájem turistů vzbuzují architektonická díla, muzea a galerie, archeologické lokality, technické památky, významné parky i památky lidové architektury. Dále mezi ně řadíme významná místa jako jsou rodiště českých osobností. Za kulturní akce lze považovat řadu divadelních představení, koncertů, festivalů, sportovních utkání, výstav a veletrhů.

[3]

3.3.2. Selektivní předpoklady cestovního ruchu

Vyjadřují způsobilost společnosti účastnit se na cestovním ruchu aktivně i pasivně. Tedy nejen přijímat účastníky cestovního ruchu, ale i stávat se jimi.

Člení se na objektivní a subjektivní.

Objektivní faktory ovlivňují cestovní ruch z hlediska území. Základem je politika světového i místního významu, dále ekonomická a bezpečnostní stabilita, demografické skutečnosti, stav životního prostředí a životní úroveň obyvatel.

Subjektivní faktory lze chápat jako řadu psychologických pohnutek ovlivněných vyspělostí a kulturní úrovní obyvatel, které rozhodují o účasti na cestovním ruchu. Důležitým faktorem je především příslušnost k profesní a sociální skupině. Nemalou roli v rozhodování hraje vliv reklamy a propagace cestovních kanceláří, módnost destinace a dnes je již důležitým předpokladem i znalost jazyků.

[1, 3]

3.3.3. Realizační předpoklady cestovního ruchu

Mají dominantní postavení pro konečnou fázi, která umožňuje realizovat požadavky účastníků. Zajišťují dopravu do středisek cestovního ruchu, umožňují

ubytování a s ním spojené služby a nabízejí prostor k rekreaci. Předpoklady členíme na dopravní a materiálně-technické.

Dopravní faktory patří mezi základní podmínky. Zde není pouze rozhodovacím faktorem dostupnost dopravního spojení, ale také hustota, kvalita a bezpečnost dopravní sítě. Mezi negativní vlivy patří především automobilová doprava, která přispívá k zhoršení životního prostředí v nejnavštěvovanějších oblastech cestovního ruchu, čímž snižuje jejich atraktivitu. Materiálně-technické předpoklady zahrnují veškerá ubytovací, stravovací, zábavní, kulturní, sportovní, informační a další potřebná zařízení jako je záchranná služba, lékárna a směnárna sloužící nejen pro uspokojení základních potřeb účastníků.

[3]

3.4. Legislativní úprava cestovního ruchu

3.4.1. Pojem zájezd

Zájezdem se rozumí předem stanovená kombinace alespoň dvou služeb cestovního ruchu nejméně na dobu dvaceti čtyř hodin nebo zahrnuje nocleh a je-li prodávána nebo nabízena k prodeji za souhrnnou cenu. Do zájezdu lze zahrnout dopravu, ubytování a jiné služby cestovního ruchu, jež nejsou doplňkem již dvou zmíněných služeb a tvoří významnou část zájezdu.

Pouze cestovní kanceláře mají oprávnění prodávat zájezd jako svůj produkt.

Produkty cestovních kanceláří se mohou lišit v mnoha směrech. Některé kanceláře nabízejí své zájezdy složené pouze z produktů tuzemských destinací či pouze z produktů zahraničních destinací. Jiné zase nabízejí podrobně naplánované zájezdy, kde je již vše v ceně, další kanceláře dávají přednost volnějším zájezdům, například si klient objedná pouze ubytování bez dopravy. Velmi hojně jsou zastoupeny cestovní kanceláře, které mají specifické typy zájezdů (např. lyžařské, extrémní sporty) a nebo se specializují na zájezdy

do určité země. Naproti tomu jsou cestovní kanceláře, které nabízejí široké portfolio produktů do více destinací světa.

[1, 5, 8]

„Cestovní kancelář je povinna sjednat pojištění, na základě něhož vzniká zákazníkovi pojištěnému cestovní kanceláří právo na plnění v případech, kdy cestovní kancelář z důvodu svého úpadku

- a) neposkytne zákazníkovi dopravu z místa pobytu v zahraničí do České republiky, pokud je tato doprava součástí zájezdu,
- b) nevrátí zákazníkovi zaplacenou zálohu nebo cenu zájezdu v případě, že se zájezd neuskutečnil, nebo
- c) nevrátí zákazníkovi rozdíl mezi zaplacenou cenou zájezdu a cenou částečně poskytnutého zájezdu v případě, že se zájezd uskutečnil pouze z části.“ (Sbírnka zákonů č. 159/1999, str. 3057)

3.4.2. Vznik cestovní kanceláře

K žádosti o koncesi na provozování cestovní kanceláře vydává stanovisko Ministerstvo pro místní rozvoj. Žadatel musí jednak splňovat všeobecné podmínky provozování živnosti stanovené živnostenským zákonem a zvláštní podmínky provozování živnosti, čímž se rozumí vzdělání a praxe v daném oboru. Dále ke své žádosti předkládá smlouvu s pojišťovnou, podnikatelský záměr včetně údajů o svém podnikání, prohlášení, že během posledních pěti let nedošlo k odebrání živnostenského oprávnění k provozování cestovní kanceláře či agentury a prohlášení o datu zahájení činnosti.

[1, 8]

3.4.3. Hlavní činnosti cestovní kanceláře

Provozování cestovní kanceláře je živností koncesovanou. Hlavním úkolem je organizování a prodej zájezdů pod svým jménem. V případě dohody s jinými cestovními kancelářemi, zprostředkovává a prodává zájezdy jiných cestovních kanceláří pod jejich jménem.

[1]

3.5 Marketing cestovního ruchu

3.5.1. Trh cestovního ruchu

Trh je oblastní ekonomiky a lze ho charakterizovat jako vzájemné působení nabídky a poptávky po zboží a službách cestovního ruchu v určitém místě. Představuje konkrétní vztahy mezi subjekty. Prodávající na trhu nabízejí buď své služby přímo, tím rozumíme podniky ubytovacích a stravovacích služeb, nebo zprostředkovaně pomocí cestovních kanceláří. Kupující jsou účastníci na cestovním ruchu, kteří v rámci účasti spokojují své potřeby. Neodmyslitelnou součástí trhu je stát, který pomocí právních norem reguluje jeho činnost. Objekty cestovního ruchu dělíme na zboží a služby. Zboží má spíše charakter doplňkový, jedná se převážně o prodej map, knižních průvodců a upomínkových předmětů. Objektem se rozumí i volné statky, které představují krajinu, moře či léčivé prameny apod. Výše uvedené objekty vstupují na trh jednotlivě nebo v ucelených komplexech jako zájezd. Důležitým faktorem trhu je též cena, která je výsledkem vzájemného působení nabídky a poptávky s podstatným konkurenčním vlivem.

Z prostorového hlediska lze trh dělit na místní, regionální, národní, mezinárodní a světový. Z časového hlediska je pak členěn na celoroční, sezónní, mimosezonní apod. Trh cestovního ruchu má specifické rysy. Hlavním je vysoká míra

závislosti na přírodních a kulturně historických památkách, jelikož jsou tyto atraktivity místně vázány, musí se spotřebitel přemístit do místa jejich výskytu. Dalším rysem je, že služby cestovního ruchu mají pomíjivý charakter a nelze je skladovat. Dále je oblast cestovního ruchu spojena s využíváním volného času, proto účastník nevyhledává pouze služby, ale především zážitky. A v neposlední řadě má vysokou míru sezónnosti a podstatně více ho ovlivňují mimoekonomické faktory jako počasí či přírodní katastrofy.

[6, 1]

3.5.2. Marketing cestovního ruchu

Marketing je v dnešní době velmi frekventovaným pojmem v oblasti podnikání. Je to filozofie zaměřená na poznání, ovlivnění a maximální upokojení potřeb zákazníků. Pokud se tato filozofie podniku podaří, bude vykazovat vyšší zisky, získá výhodnější postavení na trhu a tím dosáhne svých vytyčených cílů.

Při využití marketingu v cestovním ruchu, musí být brána v potaz specifika jeho trhu. Abychom zákazníky ovlivnili co nejúspěšněji, je nutné provést segmentaci trhu. Tedy poznat potencionální skupinu účastníků na cestovním ruchu. Segmentaci lze provádět z hlediska věku, pohlaví, příjmů, dle motivů na účasti apod. Jak již bylo řečeno hlavním cílem marketingu je maximálně spokojený zákazník. Ten nachází požadovaný produkt na správném místě ve správný čas. Neméně důležitým faktorem je kvalita poskytovaných služeb. Proto služby cestovního ruchu především vyžadují spolehlivost, příjemné a vhodné prostředí, dostupnost, pružnost a vstřícné chování pracovníků.

[1]

3.5.3. Služby cestovního ruchu

Vedle obecných vlastností služeb mají služby cestovního ruchu další specifické rysy. Jsou výsledkem činnosti několika odvětví, která spolupracují

na zabezpečení účasti klientů na cestovním ruchu. Především jsou službami osobními a jejich hlavním specifickým je, že poskytování, realizace a spotřeba je místně a časově propojena. Tyto služby jsou zpravidla poskytovány kompletně, tzn. že tvoří výsledný produkt. Jsou kopírovatelné, tedy více cestovních kanceláří může napodobovat trasu zájezdu. Služby cestovního ruchu jsou zastupitelné, např. lze vyměnit leteckou dopravu za autobusovou a naopak. Služby lze rozdělit na hlavní, vedlejší, doplňkové a infrastrukturní.

Mezi hlavní řadíme dopravu, ubytování a stravování. Vedlejší služby se týkají pasových a celních kontrol, průvodců, tlumočnicků a programů pro volný čas. Doplňkové služby řeší otázky propagace, reklamy, půjčoven, směnárny a zdravotních zařízení.

Do infrastrukturních služeb spadá dopravní a obchodní síť, opravářství a servis.

[1, 2, 7]

3.5.4. Marketingový mix služeb

K dosažení cíle marketingu se využívá kombinace mnoha nástrojů, které jsou označovány jako marketingový mix neboli „5P“ tedy produkt, cena, místo, propagace a lidé. V cestovním ruchu se kromě těchto aplikují ještě rozšířené nástroje na „8P“ tedy doplněné o spolupráci, balíček služeb a programování.

Produkt (výrobek, služba) cestovního ruchu má především nehmotný charakter. Je specifický jednorázovou spotřebou a má zvláštnost, že nelze vyzkoušet předem.

Při marketingovém působení na zákazníka musí pracovníci cestovní kanceláře věnovat pozornost atraktivitě zájezdu, novinkám v nabídce, včasnému uvedení zájezdu na trh a sledovat životní cyklus produktu.

Cena je velmi účinným marketingovým nástrojem při působení na zákazníky. „Volba efektivní cenové strategie je důležitá pro vnímání hodnoty a kvality služeb zákazníkem“ (Hesková, M., 2006, str. 133) Jinými slovy by neměla být nepřiměřeně nízká, neboť v zákaznících vzbuzuje pochybnosti o kvalitě služeb.

Pro cílový okruh zákazníků má být přijatelná. Velká část cestovních kanceláří má dobře propracovaný systém slev. Jedná se například o skupinové, mimosezonní, věkové slevy či slevy za předčasný nákup. V neposlední řadě musí cena pokrýt náklady cestovních kanceláří včetně rizika neobsazenosti zájezdu.

Místo neboli prodejní cesta řeší otázku, jak se produkt dostane k zákazníkovi. Tuto otázku řeší z hlediska efektivnosti, stability a dostupnosti. Prodej zájezdu lze uskutečnit přímo v cestovní kanceláři, pomocí cestovní agentury nebo pomocí internetu a faxových objednávek.

Propagace se používá pro podporu prodeje a styku se zákazníky. Hlavním cílem propagace je informovat potenciální zákazníky a přesvědčit je k nákupu. Propagace musí být účinná a efektivní. Mezi významné složky propagace patří reklama. Nejznámější formy reklamy jsou bannery na webových stránkách, inzeráty v tisku, plakáty a katalogy. Nákladnější reklamy se objevují v televizi a v rozhlasu formou spotů. Další složkou je podpora prodeje, která se formou her, loterií a dárkových poukazů snaží přesvědčit o výhodnosti nákupu. Vztahy s veřejností neboli public relations působí na potenciální zákazníky s cílem připomenout existenci podniku a nabídku svých produktů. Hlavními prostředky jsou prezentace produktů, organizace akcí pro veřejnost a styk s tiskem formou rozhovorů.

Lidé jsou nenahraditelnou složkou cestovního ruchu. „Bez profesionálně zdatného personálu nelze službu na trhu úspěšně realizovat.“ (Hesková, M., 2006, str. 134)

Z toho vyplývají požadavky na pracovníka v cestovním ruchu. Hlavními podmínkami jsou kvalifikace, samostatnost, jazyková vybavenost, společenské vystupování a umění jednat s lidmi.

Spolupráce je důležitá proto, že produkt neboli zájezd vzniká součinností několika lidí, ale zákazník jej hodnotí jako celek. Horizontální kooperace představuje spolupráci na stejné úrovni, například mezi poskytovatelem

ubytovacího a stravovacího zařízení. Vertikální kooperace funguje na principu odběratele a dodavatele. Příkladem této spolupráce je franchising.

Balíček služeb vytváří soubor vzájemně se doplňujících služeb zohledňujících individuální přání zákazníka. Příkladem jsou rodinné dovolené, lodní zájezdy a zájezdy vysokohorské turistiky.

Programování úzce souvisí s tvorbou balíku služeb. Cílem je u zákazníků vyvolat zájem o mimosezonní období. Dále vytvořit obsahovou náplň doplňkových služeb a zvýšit tak přitažlivost produktů.

[1, 2]

4. Charakteristika kraje Vysočina

4.1. Obecná charakteristika destinace

Kraj Vysočina se nachází ve středu České republiky, rozkládá se na podstatné části Českomoravské vrchoviny a leží mezi dvěma historickými zeměmi. Svou rozlohou 6 924,6 Km² se řadí mezi kraje na páté místo, nachází se zde 704 obcí a počet obyvatel je 513 677. Kraj zaujímá centrální polohu nejen v rámci České republiky, ale i střední Evropy. Z tohoto důvodu vedou přes území důležité mezinárodní komunikace, zejména dálnice D1 či železniční trať. Území kraje tvoří pahorkatiny a vrchoviny. Pouze Žďárské vrchy na severovýchodě a Javořická vrchovina na jihozápadě mají charakter vrchoviny. Metropolí kraje je Jihlava, která se nachází na obou stranách bývalé zemské hranice mezi Čechami a Moravou. Výhoda Vysočiny spočívá v životním prostředí, díky kterému se jako první z krajů stala členem organizace zdravých měst a regionů.

4.2. Předpoklady destinace v oblasti cestovního ruchu

4.2.1. Lokalizační předpoklady

4.2.1.1. Přírodní atraktivita

Kraj se nachází ve středu České republiky a rozkládá se na podstatné části Českomoravské vrchoviny, která patří mezi oblasti s nejzachovalejší přírodou. Charakter vrchoviny mají již zmíněné Žďárské vrchy a Jihlavské vrchy, které náleží Javořické vrchovině. Nejvyšším vrcholem je Javořice s 837 metry. Ostatní části Vysočiny mají plošinový ráz. Vysočinu tvoří kulturní krajina, v níž se nachází množství lesů, hájků, polí, luk a pastvin. Kraj je pramennou oblastí několika českých a moravských řek. Jmenovitě jsou to řeky Sázava, Doubrava, Želivka, Nežárka, Jihlava, Svratka, Oslava a Dyje. Jednotlivé potoky jsou

přehrazeny rybníky, které plní nejen rekreační funkci. Kraj leží v klimaticky mírném pásu a díky hornatému rázu krajiny mívá počasí proměnlivý charakter. Průměrná roční teplota je odvislá od nadmořské výšky, pohybuje se mezi 4 a 8 °C. Průměrný roční úhrn srážek je 550 až 580 mm. Mírně chladné léto bývá ve vyšších polohách a počet dní se sněhovou pokrývkou kolísá mezi 50 a 90 dny. Krajina nabízí velké množství jehličnatých lesů a ojediněle se vyskytují bukové porosty. Mezi zástupce flóry patří např. mléčivec alpský či dřípátka horská. V oblastech lesů lze vidět jelena, srnce, černou zvěř, lišku, kunu, rejska horského nebo hraboše mokřadního. Roku 1970 byla vyhlášena Chráněná krajinná oblast Žďárské vrchy a roku 1991 Chráněná krajinná oblast Železné hory. Dále byly zřízeny 4 národní přírodní rezervace, jmenovitě NPR Ransko, NPR Špičák, NPR Zhejral a NPR Mohelenská hadcová step.

4.2.1.2. Kulturní předpoklady

Hlavními turistickými cíli jsou kulturní památky UNESCO. Mezi tyto skvosty patří Žďár nad Sázavou s kostelem sv. Jana Nepomuského na Zelené Hoře, který je ojedinělým uměleckým dílem ve stylu barokní gotiky. Dále Telč se svým historickým jádrem a Třebíč s unikátní bazilikou sv. Prokopa a židovským městem. Vyhledávané jsou též lidové stavby a s nimi spojená lidová tvořivost. Nejznámějším skanzenem je Veselý Kopec, který se nachází na rozhraní Žďárských vrchů a Železných hor. Skanzen není unikátní jen stavbami a technickými památkami, ale především svými kulturními akcemi. Každoročně se zde konají jarmarky, posvícení, naučné programy a jiné. Bez povšimnutí by neměly zůstat též Kraslice s památníkem Bible Kralické, Třešť se sbírkou betlémů či hrad Pernštejn. Vysočina nabízí pestré kulturní vyžití, důkazem toho je 44 stálých kin, 599 veřejných knihoven, 71 galerií, 7 divadel, 30 přírodních amfiteátrů a 52 muzeí. Za zmínku stojí Muzeum K.H. Borovského v Havlíčkově Brodě, Muzeum knihy ve Žďáře nad Sázavou, Muzeum Vysočiny v Jihlavě

či Muzeum rekordů a kuriozit v Pelhřimově. Každoroční sportovní akcí je Závod Zlatá lyže Českomoravské vrchoviny pořádaná Novým Městem na Moravě. Mezi další významné sportovní akce řadíme Zlatou podkovu, automobilové závody Horácká rallye, Rallye Vysočina a Autokros v Humpolci.

4.2.2. Selektivní předpoklady

4.2.2.1. Objektivní předpoklady

Kraj Vysočina se skládá z Havlíčkobrodská, Žďárska, Třebíčska, Jihlavska a Pelhřimovska a nachází se zde 704 obcí. Počet obyvatel je 513 677, z toho 254 552 mužů a 259 125 žen. Průměrný věk 40 let je pátý nejnižší v České Republice.

Na 1 km² připadne 76 obyvatel. Počet ekonomicky aktivních obyvatel dosahuje 260 400, z toho je pouze 12 100 ekonomicky neaktivních. Míra nezaměstnanosti tedy činí 4,6 %.

Mezi pozitiva kraje patří nízká míra úmrtnosti kojenců či nízká kriminalita obyvatelstva. Trestné činy se pohybují okolo 9 612 za rok, z toho 4 655 je objasněných. Zdravotní stav obyvatelstva je velmi dobrý, lidé z tohoto území patří k nejzdravějším občanům republiky. Vysočina se řadí mezi nejčistší kraje země, což dokládá 124 chráněných území, devět přírodních parků a desítky přírodních rezervací. Území dosahuje 30,1 % lesnatosti, jedná se především o lesy nezasazené emisemi.

4.2.2.2. Subjektivní předpoklady

Co se týče vzdělanosti kraje má 79 100 občanů dosažené základní vzdělání, 186 300 středoškolské bez maturity, 132 300 vzdělání s maturitou a 38 800 vysokoškolské vzdělání. V kraji se nachází 277 mateřských škol, 268 základních škol, 72 středních škol, 13 vyšších odborných škol a 2 školy vysoké.

Nejvíce obyvatel pracuje jako řemeslníci a kvalifikovaní výrobci , dále jsou to techničtí, zdravotničtí a pedagogičtí pracovníci a pracovníci jako obsluha strojů a zařízení.

V kraji se za rok 2007 uskutečnilo 2 580 sňatků a 1 252 rozvodů.

4.2.3. Realizační předpoklady

4.2.3.1. Dopravní předpoklady

Přes území vede důležitá mezinárodní železniční trať Berlín – Praha – Vídeň a dálnice D1.

Délka silnic a dálnic je v kraji 5 090 km, z toho je 93 km dálnic, 421 km silnic 1. třídy, 1 630 km silnic 2. třídy a 946 km silnic 3. třídy. V rámci kraje lze využít 27 914 autobusových spojů, z toho 22 204 připadá na pracovní dny.

Ve větších městech je hojně využívána městská hromadná doprava, která disponuje 13 919 autobusy a 8 154 trolejbusy.

Veřejná autobusová doprava v rámci kraje přepraví zhruba 19 085 cestujících ročně.

Provozní délka železničních tratí dosahuje 650 km. České dráhy poskytují v rámci kraje 8 664 spojů, z nichž 3 510 připadá na pracovní dny. Železniční doprava přepraví zhruba 3 413 cestujících ročně.

4.2.3.2. Materiálně-technické předpoklady

Kraj nabízí 358 hromadnými ubytovacími zařízeními, které celkem disponují s 6 622 pokoji a průměrná cena za ubytování činí 276 Kč. Dle kategorie je na území 165 hotelů, ovšem ani jeden není pětihvězdičkový a pouze 7 hotelů se může pochlubit čtyřmi hvězdičkami. Vysočina je ovšem velmi bohatá na kempy a chatové osady. Kempů zde nalezneme 30 a osad až 61. Největší část ubytování ovšem zahrnují ostatní zařazení jinde nespecifikována, kterých se v kraji nalézá

až 102. Nejvíce ubytovacích kapacit připadá na Žďársko, které disponuje 126 zařízeními. A nejméně na Havlíčkobrodsko, kde ubytovací zařízení klesají až na 48, zato je zde nejvíce prostoru pro stany a karavany. Během roku 2007 navštívilo hromadná ubytovací zařízení celkem 418 701 hostů, z toho bylo 63 059 nerezidentů. Průměrná doba pobytu se pohybuje okolo 3,7dnů a využitelnost pokojů dosahuje 30 %. V roce 2007 navštívilo Vysočinu 264 900 Čechů, průměrný počet přenocování činil 9,7 dnů a jejich průměrné výdaje na tuto delší cestu činily 2 795 Kč. V rámci kratší cesty navštívilo tento kraj 663 900 Čechů, průměrný počet přenocování činil 1,8 dne a průměrné výdaje se pohybovaly okolo 878 Kč.

Ke sportovní účelům slouží 100 koupališť a bazénů, z toho je 15 krytých. Neodmyslitelnou součástí jsou hřiště, tělocvičny, stadiony, 3 golfové hřiště, 16 ski areálů a nespočetně běžeckých tras.

4.3. Památky UNESCO na Vysočině

4.3.1. Poutní kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře

Kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře byl postaven na počátku 18. století. Jedná se o výjimečné dílo barokní gotiky, jehož architektonickou zvláštnost dokazuje půdorys pěticípé hvězdy. Nejen architektura, ale i legenda o Janu z Nepomuku a jeho mlčenlivosti dodává místu ojedinělý historický zážitek.

Vypracováno na základě zdroje: 17

4.3.2. Telč

Město Telč bylo zapsáno na seznam UNESCO díky historickému centru, které je obklopeno branami a rybníky. Významnou chloubu města ztělesňuje renesanční zámecký komplex, kterému náleží zahrada s parkem.

Vypracováno na základě zdroje: 18

4.3.3. Třebíč

Třebíčská židovská čtvrť je historickým dokladem o soužití křesťanů s židy. V této unikátní čtvrti se nachází 120 obytných domů a židovský hřbitov s obřadní síní. Významnou stavbou je Bazilika sv. Prokopa a její krypta s původní výdřevou stropu.

Vypracováno na základě zdroje: 19

5. SWOT analýza kraje z pohledu cestovního ruchu

5.1. Silné stránky

- čisté životní prostředí a zchovalá příroda
- nízká nezaměstnanost
- nízká kriminalita obyvatelstva
- přes území vede mezinárodní komunikace (dálnice D1, železniční koridor)
- dobrá informovanost o kraji na webu
- historické památky včetně památek UNESCO
- tradiční a lidová tvořivost
- hustá síť turistických tras a cyklotras
- vysoká četnost muzeí a galerií

5.2. Slabé stránky

- nedostačující autobusové a vlakové spoje v rámci regionu
- malá zaměstnanost ve službách
- nedostatečná informovanost o kulturních akcích v kraji
- špatný stav některých kulturních památek
- slabá reklama a propagace cestovního ruchu v kraji
- nízká znalost problematiky informačních a komunikačních technologií ve veřejné správě

5.3. Příležitosti

- lepší využití potencialu dálnice D1
- zlepšení vzdělanostní struktury
- rozvoj služeb cestovního ruchu
- zvýšení informovanosti návštěvníků o kulturních akcích kraje

- rozvoj venkovské turistiky a agroturistiky
- rozvoj lyžařské turistiky
- vytvoření pracovních míst v cestovním ruchu

5.4. Hrozby

- růst automobilové dopravy a její špatný vliv na životní prostředí
- odchod mladých a kvalifikovaných obyvatel
- zánik tradiční lidové dovednosti
- zánik kulturní hodnoty památek při nedostačující péči
- absence zajímavých turistických programů
- nedostatek financí na údržbu kulturních památek

6. Vlastní výzkum kraje

Hodnocení kraje sestavené na základě dotazníků provedených v kraji Vysočina.

Na dotazník reagovalo celkem 160 respondentů, z toho 55 % žen a 45 % mužů.

Nejčastěji odpovídala věková skupina 20-35 let, jak je patrné z grafu č.1.

Velká většina respondentů navštěvuje kraj několikrát do roka, pouze 14 % ho navštěvuje jednou ročně a pro 12 % dotazovaných to byla první návštěva Vysočiny. Průměrná doba pobytu je 18 dní. Takto vysokého počtu je dosaženo díky respondentům, kteří na Vysočině navštěvují své příbuzné či vlastní chaty a v průměru zde stráví 30 až 50 dní v roce. Graf č.2 udává nejčastější důvody návštěvy Vysočiny. Třicet sedm procent dotazovaných navštěvuje kraj z důvodů odpočinku. Je tomu beze sporu díky zachovalé přírodě, jež je hojně využívána i pro sportovní vyžití. Jak je již patrné, velmi pozitivně byly hodnoceny přírodní krásy kraje, což potvrzuje graf č.3.

Sportovní vyžití nezajímá pouze 8 % dotazovaných, 49 % hodnotí vyžití jako vynikající a na 43 % dotazovaných působí dostatečně. Ovšem kulturní spektrum Vysočiny nepatří mezi silné stránky, pouze 3 % návštěvníků považují kulturní vyžití za vynikající, 61 % za dostačující, dokonce 30 % za nedostačující a 6 % tato problematika nezajímá. Historické památky hodnotí turisté kladně, z nichž 53 % považuje památky za vynikající.

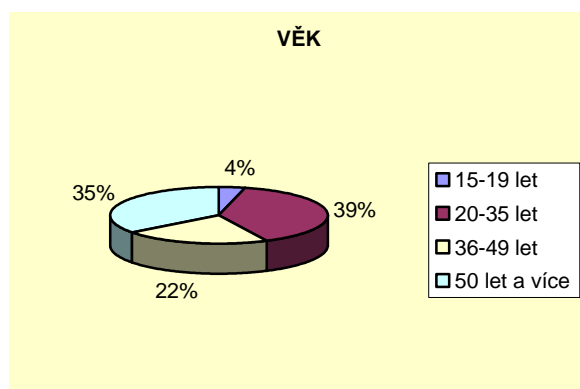
Jak poukazuje graf č. 4. nejnavštěvovanějším ubytováním je hotel a penzion.

Za víkendový pobyt v těchto zařízeních jsou hosté ochotni vydat v průměru 1 500 Kč. Z toho 42 % návštěvníků shledává ubytovací služby na vynikající úrovni. S ubytovacími službami souvisejí též služby stravovací, 41 % dotazovaných se stravuje v restauracích a 36 % přímo v ubytovacím zařízení, z nichž 43 % hodnotí stravovací služby jako vynikající.

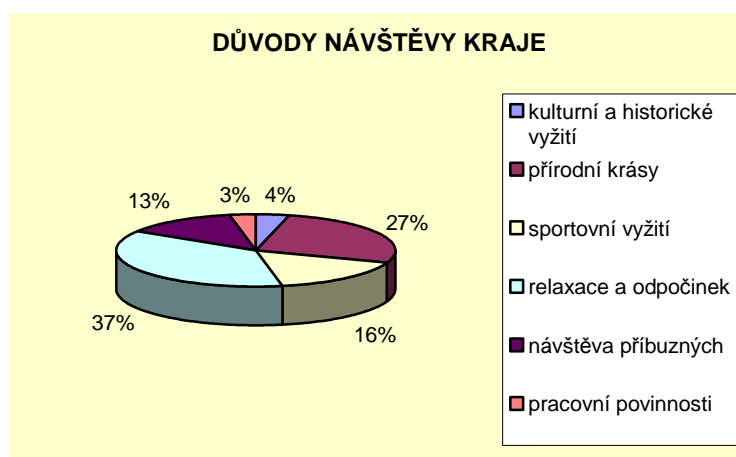
Závěrem lze říct, že nejsilnější stránkou Vysočiny je bezesporu nádherná příroda, která je nejčastějším důvodem návštěvy. Mnohé dotázané v kraji zaujaly kulturní památky UNESCO, za kterými se cíleně vypravily.

Naopak turisté nejvíce postrádají kulturní akce. Především v menších městech chybí taneční zábavy pro mladé, kulturní akce pro děti či sportovní centra. Zhruba 40 % dotazovaných poukazuje na nedostatečné vlakové a autobusové spoje zejména o svátcích a o víkendu, kdy nejvíce lidí míří na Vysočinu za relaxací, sportem či za rodinou. Celkově hodnotili návštěvníci kraj jako dobrý, k čemuž mimo jiné přispěli velmi dobré služby stravovacích a ubytovacích zařízení.

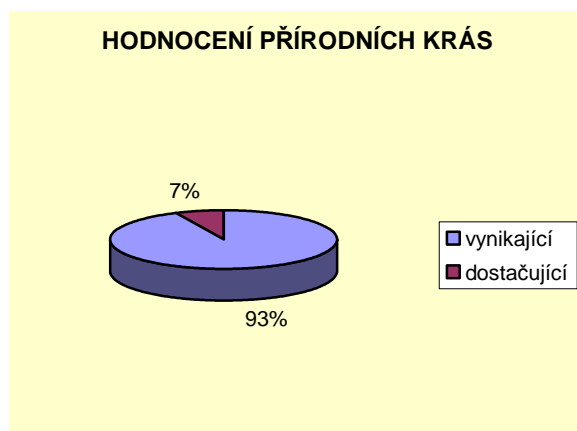
Graf č.1



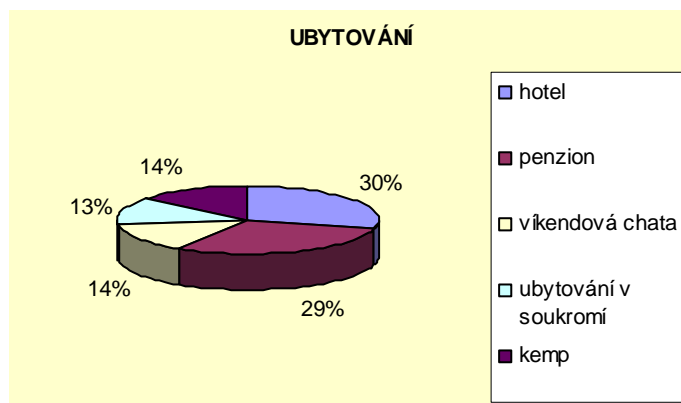
Graf č.2



Graf č.3



Graf č.4



7. Cestovní kanceláře zaměřené na domácí cestovní ruch

Asociace cestovních kanceláří registruje 34 cestovních kanceláří věnující se mimo jiné problematice domácího cestovního ruchu. Jmenovitě lze uvést cestovní kanceláře Autoturist, ČD Travel, Natour, Eso Travel, ČAS Znojmo, Vítkovice Tour, Alexandria, CK ČSAD Havířov a jiné.

Cestovní kanceláře České kormidlo a ATIS a.s. nejsou členy asociace, ale zauímají významné místo na trhu díky své rozsáhlé nabídce.

Mezi specialisty neodmyslitelně patří *cestovní kancelář Čedok*, která na Českomoravské vrchovině nabízí pět ubytovacích kapacit. Příkladem lze uvést:

- Tříhvězdičkový hotel Žákova hora nacházející se v Herálci, jež poskytuje pouze snídaně a základní cena pobytu na sedm nocí je 3 560 Kč.
- Tříhvězdičkový penzion Mlejn sídlící v Kundraticích u Křižanova nabízí ubytování bez stravy a pobyt na sedm nocí zde stojí od 1 780 Kč.
- Tříhvězdičkový hotel Devět skal ležící přímo na břehu Milovského rybníka v centru CHKO Žďárské vrchy nabízí mimo jiné i plnou penzi a základní cena za noc činí zhruba 705 Kč.

Dalším specialistou na Českou republiku je *cestovní kancelář ATIS a.s.*, která má ve své nabídce deset ubytovacích kapacit na Vysočině. Jako příklad lze uvést:

- Tříhvězdičkový rodinný hotel Pangela nacházející se v centru Třebíče nabízí minimální délku pobytu dva dny, v ceně u bytování je zahrnuta snídaně formou bufetu a základní cena činí 1 180 Kč.
- Čtyřhvězdičkový hotel Bystré se sídlem nedaleko města Poličky nabízí minimálně dvoudenní ubytování se snídaní za základní cenu 1 120 Kč.
- Nedaleko Kamenice nad Lipou stojí téměř na samotě chata Kučera, ubytování je možno pouze na sedm dní a pronájem chaty stojí 7 790 Kč.

Cestovní kancelář FIRO-tour a.s. ve svém katalogu inzeruje dvě ubytovací kapacity v kraji Vysočina.

- Tříhvězdičkový penzion Starý dvůr ležící nedaleko Žďáru nad Sázavou, poskytující jak českou tak mezinárodní kuchyni a základní cena za ubytování činí 630 Kč.
- Tříhvězdičkové středisko BVV Zubří nabízí ubytování s polopenzí a cena za jednu noc se pohybuje od 300 do 400 Kč.

8. Sestavení poznávacího zájezdu po Vysočině

Na základě získaných informací z dotazníků je sestaven zájezd, který splňuje požadavky respondentů.

Jedná se o 3 denní hvězdicový poznávací zájezd.

Cena zájezdu zahrnuje ubytování, polopenzi, dopravu, služby průvodce a vstupné.

Termín zájezdu 10. - 12.7.2009.

Zájezdový autobus vyjíždí z Prahy a místem pobytu je obec Milovy.

8.1. Časový harmonogram a itinerář trasy

8.1.1. Časový harmonogram

pátek 10.7.09	8:00	odjezd z Prahy
	10:55	příjezd do místa ubytování – obec Milovy
	11:00	ubytování, osobní volno
	13:00	odjezd do Žďáru nad Sázavou
	13:30	prohlídka Národního muzea knihy a Poutního kostela sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře (výklad zajištěn)
	15:35	individuální prohlídka města
	17:15	odjezd
	17:50	příjezd do místa ubytování
	19:00	večeře
	20:00	seznámení s programem na následující den plus kulturní večer s hudbou

sobota 11.7.09 7:30 - 9:00 snídane
9:30 odjezd do Třebíče
11:00 prohlídka židovské čtvrti
13:00 individuální prohlídka města
13:45 odjezd do Telče
14:30 prohlídka historického jádra Telče
15:45 prohlídka zámku – renesanční sály
(výklad zajištěn)
16:30 odjezd
18:50 příjezd do místa ubytování
19:00 večeře
20:00 seznámení s programem na následující den
plus kulturní večer s kouzelníkem

neděle 12.7.09 7:30 - 9:00 snídane
10:00 odjezd do Pelhřimova
11:30 samostatná prohlídka města
14:00 Muzeum rekordů a kuriozit (výklad zajištěn)
15:30 Muzeum Vysočiny (výklad zajištěn)
16:40 odjezd
18:35 příjezd do Prahy

8.1.2. Itinerář trasy

DATUM	KM	PRŮBĚŽNÉ KM	MĚSTO	DOBA PLÁNOVANÁ		KOMU NIKA CE	POZN.	čekací ¼ hod
				PŘÍJ.	ODJ.			
10.7.09	0	0	<u>PRAHA</u>		8:00	D1		2
	102	102	Humpolec		9:42	34		
	21	123	Havlíčkův Brod		10:03	34		
	32	155	Hlinsko		10:35	34		
	12	167	Svratka		10:47	343		
	6	173	<u>MILOVY</u>	10:53	13:00	354	ubytování	8
	4,5	177,5	Sněžné		13:05	354		
	18	195,5	ŽÁDÁR n. SÁZ.	13:23	17:15	353	prohlídka	15
	18	213,5	Sněžné		17:33	353		
	4,5	218	<u>MILOVY</u>	17:38		354	nocleh	1
11.7.09	0	0	<u>MILOVY</u>		9:30			14
	16	16	Nové město na Moravě		9:46	354		
	28,5	44,5	Velké Meziříčí		10:15	354,602		
	24,5	69	TŘEBÍČ	10:41	13:45	360	prohlídka	12
	32,5	101,5	TELČ	14:18	16:30	23	prohlídka	10
	27	128,5	Jihlava		16:57	406,602		
	40,5	169	Nové město na Moravě		17:38	353,19		
	16	185	<u>MILOVY</u>	17:54		354	nocleh	
12.7.09	0	0	<u>MILOVY</u>		10:00			16
	18	18	Hlinsko		10:18	343		
	31,5	49,5	Havlíčkův Brod		10:50	34		
	19	68,5	Humpolec		11:09	34		
	16,5	85	PELHŘIMOV	11:26	16:40	34	prohlídka	21
	16,5	101,5	Humpolec		16:57	34		
	97,5	199	<u>PRAHA</u>	18:35		D1		

8.2. Místo ubytování

Místem ubytování je tříhvězdičkový hotel OREA Devět skal přímo u Milovského rybníku v srdci CHKO Žďárské vrchy. Hotel disponuje 115 pokoji, nabízí dvoulůžkové, třílůžkové či apartmány. Pokoje disponují barevným televizorem, rádiem, telefonem a balkónem. V místní restauraci bude čerpána polopenze a k večerní zábavě poslouží i místní bar. Hotel nabízí v rámci ubytování bazén zdarma. Mezi další služby patří masáže, sauna, minigolf, tělocvična, posilovna, tenisový kurt, kulečník, stolní tenis atd.

Cena ubytování pro jednu osobu v tomto termínu za dvě noci činí 1.024,60 Kč.

Cena polopenze činí 180 Kč, z toho 60 Kč snídaně a 120 Kč večeře.

8.3. Kalkulace zájezdu

K uskutečnění zájezdu je potřeba jeden řidič autobusu a jedna průvodkyně cestovní kanceláře.

Náhrady stravného při tuzemských pracovních cestách jsou sestaveny dle předpisu č. 451/2008 Sb.

Kalkulovaný počet účastníků zájezdu je 44 a riziko neobsazenosti činí 20 %.

Odměna průvodce činí 700 Kč za den, s tím že průvodci náleží odměna za 2 dny na přípravu.

Cena čekací čtvrt hodiny autobusu je stanovena na 15 Kč dopravcem a doba pro uplatnění čekacích čtvrt hodin je stanovena mezi 6:00 až 18:00.

Cena za jeden ujetý kilometr dle dopravce činí 25 Kč, dopravce do kalkulace zahrnuje případné objížďky 5 %.

Parkovné za hodinu stání autobusu kalkulují přibližně na 50 Kč.

Přirážka cestovní kanceláře činí 5 %.

Ceny za vstupy:

- Muzeum knihy ve Žďáru nad Sázavou – základní: 50 Kč, snížené: 25 Kč
- Poutní kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře – základní: 60 Kč, snížené: 40 Kč
- Bazilika sv. Prokopa – základní: 40 Kč, snížené: 20 Kč
- Židovská čtvrť – Okruh II – základní: 100 Kč, snížené: 50 Kč
- Zámek Telč – Renesanční sály – základní: 100 Kč, snížené: 60 Kč
- Muzeum rekordů a kuriozit – základní: 40 Kč, snížené: 20 Kč
- Muzeum Vysočiny – základní: 30 Kč, snížené: snížené: 15 Kč
- **Celkem základní vstupné: 420 Kč**
- **Celkem snížené vstupné: 230 Kč**

8.3.1. Kalkulace nákladů na skupinu

NÁKLADY NA DOPRAVU

Suma km za jednotlivé dny: 602 km

Objížďky - 5 % z 602 km: 30,1 km

Celkem: 632,1 km

$632,1 \text{ km} \times 25 \text{ Kč} = 15\,802,5 \text{ Kč}$

Celkem čekací 1/4hodiny: $99 \times 15 \text{ Kč} = 1\,485 \text{ Kč}$

Parkovné dle itineráře trasy: Žďár nad Sázavou: 200 Kč

Třebíč: 150 Kč

Telč: 112,5 Kč

Pelhřimov: 262,5 Kč

Celkem za parkovné: 725 Kč

Ubytování řidiče: DPH 9% - $1.024,60 \text{ Kč} / 109 = 9,4 \text{ Kč} \times 100 = 940 \text{ Kč}$

Stravné řidiče: $101 \text{ Kč} + 158 \text{ Kč} + 158 \text{ Kč} = 417 \text{ Kč}$

pátek: 12 -18 hod 92 – 110 Kč

sobota: nad 18 hod 144 – 172 Kč

neděle: nad 18 hod 144 – 172 Kč

(výpočet: $92 + 110 / 2$)

Celkem náklady na dopravu bez DPH: 19 369,5 Kč

Celkem náklady na dopravu s DPH: 23 049,7 Kč (DPH 19 %)

NÁKLADY NA PRŮVODCE

Odměna průvodce: $5 \text{ dní} \times 700 \text{ Kč} = 3\,500 \text{ Kč}$

Ubytování: 940 Kč

Stravné: $101 \text{ Kč} + 158 \text{ Kč} + 158 \text{ Kč} = 417 \text{ Kč}$

Celkem náklady na průvodce bez DPH: 4 857 Kč

Celkem náklady na průvodce: 5 779,8 Kč (DPH 19 %)

Náklady na skupinu celkem: 28 829,5 Kč

NÁKLADY NA JEDNU OSOBU PŘI 20 % RIZIKU NEOBSAZENÍ

Náklady celkem: 28 829,5 Kč

44 osob x 0,2 = 8,8 = 9 osob

Minimální počet účastníků na zájezdu je 35.

28 829,5 Kč / 35 = **823,7 Kč**

8.3.2. Kalkulace přímých nákladů na jednoho účastníka

Ubytování: 1 024,60 Kč

Stravování: snídaně 2 x 60 Kč = 120 Kč

večeře 2 x 120 Kč = 240 Kč

Vstupné: 420 Kč

Celkem: **1 804,6 Kč**

8.3.3. Výpočet ceny zájezdu pro jednoho účastníka

Náklady na skupinu: 823,7 Kč

Náklady na 1 osobu: 1 804,6 Kč

Mezisoučet: 2 628,3 Kč

Přirážka CK 5 %: 131,4 Kč

Celkem: 2 759,7 Kč po zaokrouhlení 2 760 Kč.

Cena zájezdu dítěte, studenta či seniora se liší pouze v cenách za vstupy.

Náklady na jednu osobu při 20 % riziku neobsazení: 823,7 Kč

Kalkulace přímých nákladů na jednoho účastníka: 1 614,6 Kč.

Mezisoučet: 2 438,3 Kč

Přirážka CK 5 %: 121,9 Kč

Celkem: 2 560,2 Kč po zaokrouhlení 2 560 Kč.

9. Celkové hodnocení a doporučení

9.1. Hodnocení

Kraj Vysočina má velmi dobré podmínky pro rozvoj cestovního ruchu. Jeho silnou stránkou jsou přírodní atraktivity a s nimi spojeno čisté životní prostředí. Tím se stává kraj atraktivní pro tuzemskou dovolenou, kterou lze strávit nejen pasivní, ale i aktivní formou díky členitému terénu. Území Vysočiny je ideální pro všechny roční období, v létě se dá využít k pěším túrám či vyjíždkám na kole a v zimě potěší mnoho běžkařů a milovníků zimních sportů. Kraj se může pyšnit třemi památkami UNESCO, které se nacházejí ve Žďáru nad Sázavou, Třebíči a Telči. Oproti tomu zaostávají kulturní akce a to především v menších městech, která jsou turisty nejvíce vyhledávána pro rekreaci a obnovu duševních sil. Vysočina nabízí velmi pestré ubytovací a stravovací služby. V kraji nalezneme všechny druhy ubytování, vybere si zde méně náročná i náročná klientela. Jediný druh ubytování, který kraj postrádá je pětihvězdičkový hotel, což neshledávám jako nedostatek. Ovšem další slabou stránkou kraje jsou málo frekventované dopravní spoje do menších měst a vesnic o svátcích a víkendu, což návštěvníkům značně komplikuje cestování po kraji.

Jak již vyplynulo z dotazníků převážná většina respondentů navštěvuje Vysočinu pro její přírodní krásy a shledávají kraj na dobré úrovni, což je pro rozvoj cestovního ruchu velmi důležité.

9.2. Doporučení

Kraj by měl klást větší důraz na obnovu a opravu infrastruktury. Největší problém České republiky stále přetrvává v kvalitě komunikací a značení silnic nižších tříd. V tomto kraji by se určitě mělo pracovat na rozšíření dopravních spojů do méně dostupných míst především o svátcích a o víkendu. Dále je zapotřebí kvalifikovaného personálu bez jazykové bariéry předně v ubytovacích

a stravovacích službách. Dalším problémem je propagace kraje samotného, především památek zařazených do programu UNESCO. Pracovníci cestovního ruchu by měly více peněz věnovat do propagace na internetových stránkách a nebát se nabídnout své služby renovovaným cestovním kancelářím. Poskytovatelé služeb cestovního ruchu by měli držet krok s dobou tím, že budou sledovat současné trendy a flexibilně se jim přizpůsobovat. Současný trend agroturistiky a wellnes pobytů by mohl být pro podnikatele další příležitostí rozvoje.

Kraj Vysočina má turistům co nabídnout, jen je nutné sjednat v oblastech slabých stránek nápravu, efektivně pracovat se zdroji a učinit intenzivní propagaci, která je pro kraj velmi důležitá.

10. Závěr

Závěrem lze říct, že kraj Vysočina má velký potenciál, aby si svou návštěvnost udržel a do budoucna navýšil. Silným předpokladem pro rozvoj jsou přírodní krásy, ale i neméně cenné kulturní památky UNESCO, na jejichž propagaci je nutné zapracovat. Pro rozvoj cestovního ruchu a s ním spojené přilákání nové klientely bude zapotřebí sledovat nové trendy, zvyšovat kvalitu svých služeb a zaměstnávat kvalitní personál nejen po jazykové stránce. Proto je potřeba čerpat nejen finanční podpory z fondů Evropské unie, ale též ze strany státu či kraje. Cestovní ruch je důležitou složkou národní ekonomiky, a proto bychom ho neměli zanedbávat, ba naopak přispívat k jeho intenzivnímu rozvoji.

11. Seznam literatury

1. DROBNÁ, D., MORÁVKOVÁ, E.: *Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost*, 1. vydání – dotisk, Praha: Fortuna, 2007. ISBN 80-7168-901-7
2. HESKOVÁ, M.: *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*, 1. vydání, Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3
3. HRALA, V.: *Geografie cestovního ruchu*, 1. vydání, Vysoká škola ekonomická v Praze, 1994. ISBN 80-7079-173-X
4. HUDEČKOVÁ, H., KUČEROVÁ, E., KRÍŽ, L.: *Metodologie sociologického výzkumu pro nesociology*, 1. vydání, Reprografické studio PEF ČZU v Praze, 2001. ISBN 80-213-0791-9
5. Horner, S., Swarbrooke, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*, Grada Publishing, a.s., 2003. ISBN 80-247-0202-9
6. MALÁ, V.: *Cestovní ruch (Vybrané kapitoly)*, Vysoká škola ekonomická v Praze, 1999. ISBN 80-7079-443-7
7. JANOTKA, K.: *Venkovská turistika a agroturistika*, soukromá publikace, 1999
8. Zákon č. 159/1999 o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu
9. http://www.kr-vysocina.cz/vismo5/dokumenty2.asp?id_org=450008&id=4000086&p1=1205 - Vítejte na Vysočině, 28.2.2009
10. http://www.kr-vysocina.cz/vismo5/dokumenty2.asp?id_org=450008&id=4000088&p1=1207 - Přednosti kraje Vysočina, 28.2.2009
11. <http://www.czso.cz/xj/edicniplan.nsf/kapitola/13-6301-08-2008-02> - Rozloha území ČR, počet obyvatel, hustota obyvatelstva na 1 km² a počet obcí k 31. 12. 2007, 1.3.2009
12. <http://www.czso.cz/xj/edicniplan.nsf/kapitola/13-6301-08-2008-05> - Ekonomická aktivita obyvatel (VŠPS), Vzdělání populace (VŠPS), Nezaměstnaní, obecná míra nezaměstnanosti a míra ekonomické aktivity

podle krajů v roce 2007 (VŠPS), Zaměstnanci a jejich průměrné hrubé měsíční mzdy podle krajů v roce 2007, Zaměstnaní v NH podle klasifikace zaměstnání KZAM a postavení v zaměstnání (VŠPS), 1.3.2009

13. <http://www.czso.cz/xj/edicniplan.nsf/kapitola/13-6301-08-2008-11> - Trestné činy podle krajů v roce 2007, 1.3.2009
14. <http://www.czso.cz/xj/edicniplan.nsf/kapitola/13-6301-08-2008-10> - Školy podle typu, Kulturní a sportovní zařízení podle krajů v roce 2006, 1.3.2009
15. <http://www.czso.cz/xj/edicniplan.nsf/kapitola/13-6301-08-2008-03> - Základní demografické údaje, 1.3.2009
16. <http://www.czso.cz/xj/edicniplan.nsf/kapitola/13-6301-08-2008-09> - Vybrané ukazatele dopravy, Kapacity hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu podle turistických oblastí k 31. 12. 2007, Hromadná ubytovací zařízení cestovního ruchu podle kategorie a podle turistických oblastí k 31. 12. 2007, Kapacity hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu podle okresů k 31. 12. 2007, Výkony hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu podle krajů v roce 2007, Tuzemské delší cesty českých občanů podle místa pobytu v roce 2007, Tuzemské kratší cesty českých občanů podle místa pobytu v roce 2007, 1.3.2009
17. <http://www.zdarns.cz/o-meste/zelena-hora.asp> - Zelená hora, 8.3.2009
18. <http://www.unesco-czech.cz/telc/predstaveni/> - Historické centrum, 8.3.2009
19. <http://www.unesco-czech.cz/trebic/predstaveni/> - Bazilika sv. Prokopa a židovská čtvrť, 8.3.2009

12. Přílohy

Příloha č.1 DOTAZNÍK PRO TURISTICKOU DESTINACI VYSOČINA

Vážený respondente,

dovoluji si Vás požádat o vyplnění dotazníku. Tento dotazník je zcela anonymní a veškeré údaje, které vyplníte, budou použity pouze pro účely bakalářské práce.

V dotazníku můžete zakroužkovat více odpovědí!

1. Pohlaví

- a) žena b) muž

2. Věk

- a) 15-19 b) 20-35 c) 36-49 d) 50+

3. Jak často navštěvujete kraj Vysočina?

- a) jsem tu prvně b) jednou ročně c) několikrát do roka

4. Kolik dní v regionu trávíte?

.....

5. Kolik jste ochotni vynaložit za víkendový pobyt na Vysočině pro jednu osobu?

.....

6. Z jakých důvodů kraj navštěvujete?

- a) kulturní a historické vyžití b) přírodní krásy c) sportovní vyžití
d) relaxace a odpočinek e) návštěva příbuzných
f) jiné.....

7. Jak se Vám jeví kulturní vyžití v kraji?

- a) vynikající b) dostačující c) nedostačující d) naprosto nevyhovující

V případě jiné odpovědi než a), odpověď prosím zdůvodněte:

.....

.....

8. Jak hodnotíte historické památky v kraji?

- a) vynikající b) dostačující c) nedostačující d) naprosto nevyhovující

V případě jiné odpovědi než a), odpověď prosím zdůvodněte:

.....

.....

9. Jak se hodnotíte přírodní krásy kraje?

- a) vynikající b) dostačující c) nedostačující d) naprosto nevyhovující

V případě jiné odpovědi než a), odpověď prosím zdůvodněte:

.....
.....
10. Jak se Vám jeví sportovní vyžití v kraji?

- a) vynikající b) dostačující c) nedostačující d) naprosto nevyhovující

V případě jiné odpovědi než a), odpověď prosím zdůvodněte:

.....
.....

11. Jaké ubytování v kraji preferujete?

- a) hotel b) penzion c) víkendová chata d) ubytování v soukromí e) kemp
f) jiné.....

12. Jak hodnotíte ubytovací služby v kraji?

- a) vynikající b) dostačující c) nedostačující d) naprosto nevyhovující

V případě jiné odpovědi než a), odpověď prosím zdůvodněte:

.....
.....

13. Jakým způsobem se v kraji stravujete?

- a) vlastní strava b) stravování v ubytovacím zařízení c) restaurace a jiná stravovací zařízení
d) jiné.....

14. Jak hodnotíte stravovací služby v kraji?

- a) vynikající b) dostačující c) nedostačující d) naprosto nevyhovující

V případě jiné odpovědi než a), odpověď prosím zdůvodněte:

.....
.....

15. Co v kraji Vysočina postrádáte?

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

16. Co Vás v kraji Vysočina nejvíc zaujalo?

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

17. Jak celkově hodnotíte kraj Vysočina?

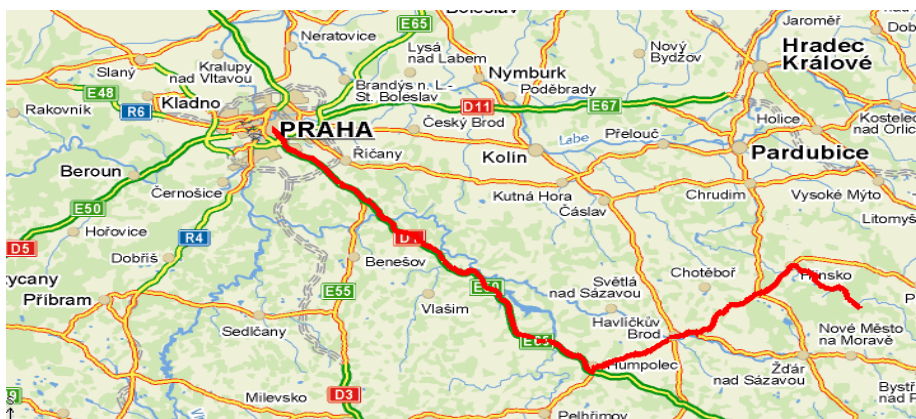
- a) vynikající b) dobrý c) průměrný d) podprůměrný e) nevyhovující

Děkuji za spolupráci!

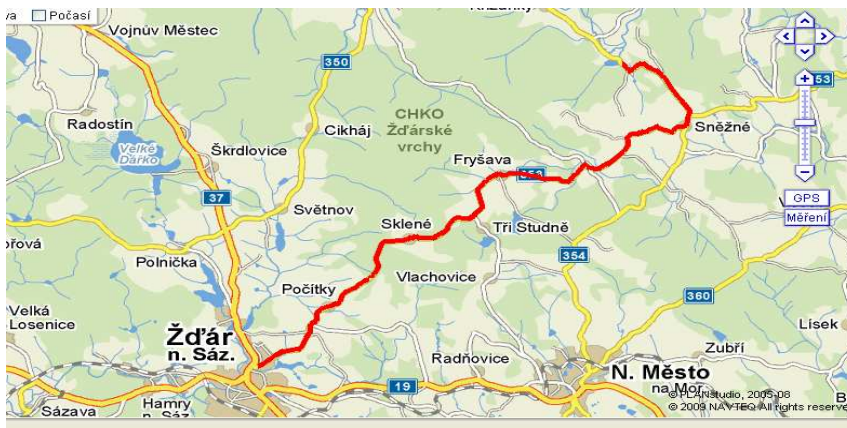
Příloha č. 2

MAPA TRASY ZÁJEZDU

1. DEN: PRAHA – MILOVY



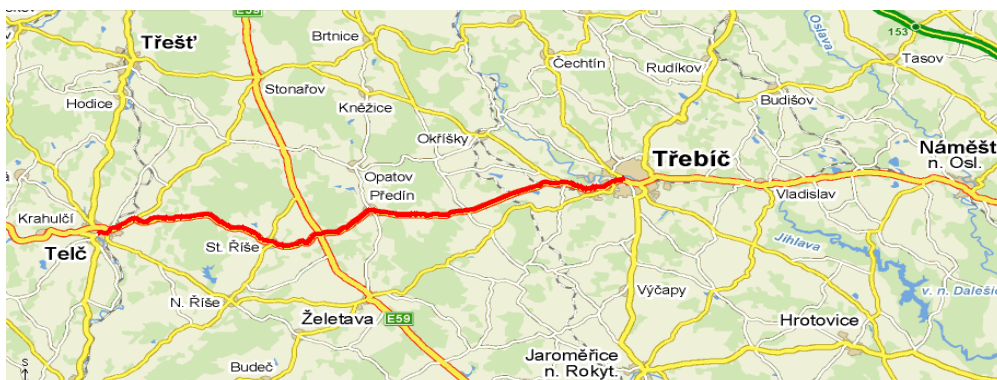
1. DEN: MILOVY – ŽĎÁR NAD SÁZAVOU - MILOVY



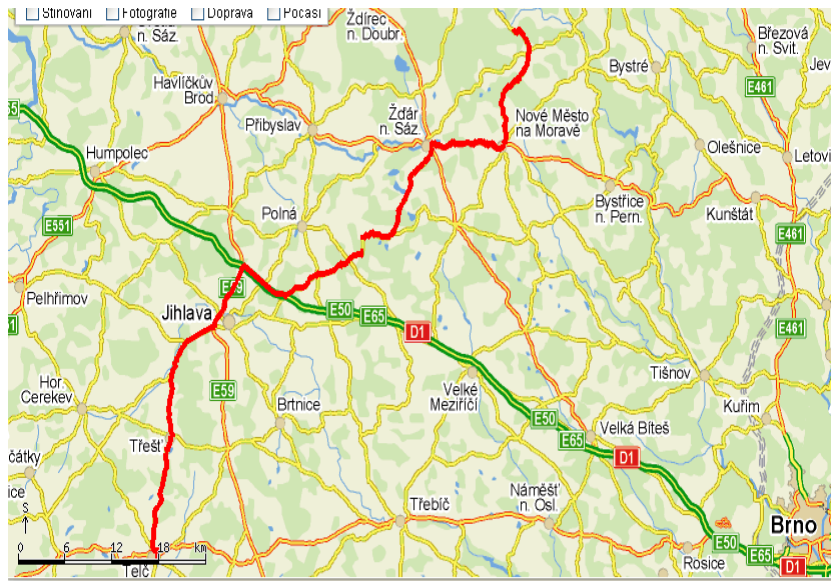
2. DEN: MILOVY – TŘEBÍČ



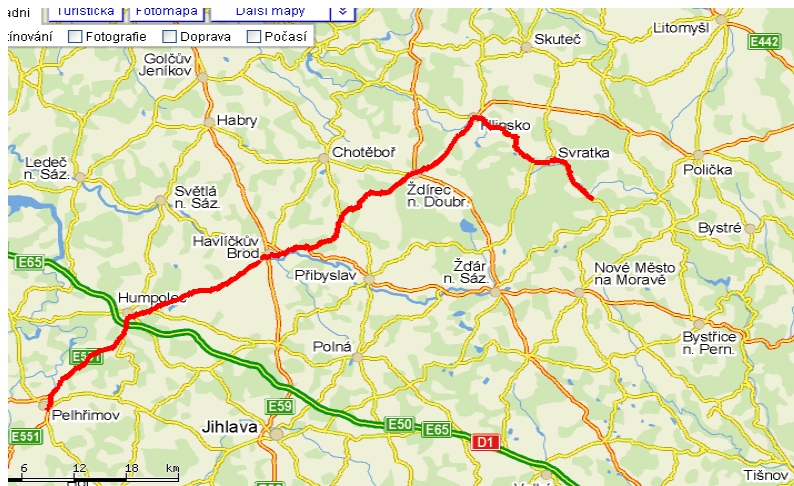
2. DEN: TŘEBÍČ - TELČ



2. DEN: TELČ - MILOVY



3. DEN: MILOVY – PEHLŘIMOV



3. DEN: PELHŘIMOV - PRAHA

