



**Využívání turistických informačních center jako indikátor
rozvoje se zaměřením na okres Brno-venkov**
Bakalářská práce

Vedoucí práce:
PhDr. Jiří Nesiba, Ph.D.

Vypracovala:
Veronika Pantůčková

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem práci „Využívání turistických informačních center jako indikátor rozvoje se zaměřením na okres Brno-venkov“ vypracovala samostatně a veškeré použité prameny a informace uvádím v seznamu použité literatury. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů, a v souladu s platnou Směrnicí o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací.

Jsem si vědoma, že se na moji práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendelova univerzita v Brně má právo na uzavření licenční smlouvy a užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona.

Dále se zavazuji, že před sepsáním licenční smlouvy o využití díla jinou osobou (subjektem) si vyžádám písemné stanovisko univerzity, že předmětná licenční smlouva není v rozporu s oprávněnými zájmy univerzity, a zavazuji se uhradit případný příspěvek na úhradu nákladů spojených se vznikem díla, a to až do jejich skutečné výše

V Brně dne 19. května 2017

.....

Poděkování

Ráda bych tímto poděkovala vedoucímu bakalářské práce panu PhDr. Jiřímu Nesibovi, Ph.D. za odborné vedení práce, za připomínky a za jeho ochotu a vstřícnost, kterou mi poskytoval v průběhu zpracování mé bakalářské práce. Dále bych chtěla poděkovat zaměstnancům turistických informačních center za poskytnutí všech požadovaných informací.

Abstrakt

Bakalářská práce je zaměřena na identifikaci, popis a komparaci turistických informačních center v okrese Brno-venkov. Hlavním cílem práce je posouzení využívání konkrétních center jako možného ukazatele rozvoje regionu. V teoretické části jsou uvedeny definice a základní pojmy týkající se cestovního ruchu a jeho přínosu pro region. Dále je vysvětlena úloha informací v turismu a jsou představeny organizace tohoto sektoru. Práce vymezuje pojem turistické informační centrum, jeho funkce, klasifikaci, financování a právní formu. V rámci center je i uveden Dotační program Jihomoravského kraje pro rok 2017, který podporuje jejich činnost, a dále Asociace turistických informačních center, jakožto cechovní instituce a společnost prosazující zájmy center. Práce představí zkoumaný region, okres Brno-venkov, z hlediska přírodního charakteru a místních kulturních památek. Praktická část je orientována na turistické informační centrum v Tišnově, Židlochovicích, Rosicích a Pasohlávkách, kde na základě jejich představení, popisu činností a služeb, návštěvnosti, množství a struktury poskytovaných informací je provedena komparace a následné hodnocení sledovaných center. Na základně zjištěných údajů lze říci, že v rámci posuzovaného kritéria dostupnosti center by, pro zvýšení návštěvnosti, následně větší poptávce po službách centra, a tedy většímu podílu na rozvoji dané oblasti, měla zkoumaná centra zvážit zejména rozšíření jejich otevírací doby. Práce posuzuje i rozvoj v rámci spolupráce s veřejným sektorem (partnerství obcí), který je zkoumán z hlediska poskytovaných služeb center. Za zvýšením návštěvnosti, a tedy větší poptávce po službách centra, může stát i propagace center, kde jsou prezentovány např. mezinárodní cyklistické trasy, které do daného regionu přilákají i obyvatelé z jiných států. Propagace center je prospěšná i v ohledu prezentace celého regionu na veletrzích cestovního ruchu. Díky stanoveným kritériím jsou turistická informační centra posuzována jako jeden z faktorů úspěšného rozvoje regionů.

Klíčová slova

Turistické informační centrum, cestovní ruch, rozvoj regionu, Brno-venkov, Tišnov, Židlochovice, Rosice, Pasohlávky.

Abstract

Bachelor thesis is focused on the identification, description, and comparison of the tourist information centres in the district Brno-venkov. The main goal of this work is to assess the use of specific centres as a possible indicator of the development of the region. In the theoretical part there are listed the definitions and basic concepts relating to tourism and its contribution to the region. Furthermore, it is explained the role of information in tourism and there are presented the organization of this sector. The work defines the concept of a tourist information center, its function, classification, funding and legal form. Within the centers was even given the Subsidy programme of the South Moravian region for the year 2017, which supports their activity, and furthermore, the Association of tourist information centers, as a guild of the institution and the company promoting the interests of the centres. The work will present the explored region, district Brno-venkov, in terms of natural character and the local cultural monuments. The practical part is oriented to tourist information centre in Tišnov, Židlochovice, Rosice and Pasohlávky, where is made comparison, and the subsequent evaluation of the monitored centres on the basis of their performance, the description of activities and services, the attendance, the quantity and structure of the information provided. On the base of observed data it can be said that in the context of the considered criteria the availability of the center would, for the increase in the attendance, the subsequent greater demand for the services of the center, and therefore a greater share in the development of the area, should explored centres consider particular extensions of their opening hours. The work assesses the development in the framework of cooperation with the public sector (partnerships of municipalities), which is studied from the point of view of services provided center. For increasing attendance, and therefore a greater demand for the services of the center, can become even promotion center, where they are presented e.g., the international cycling routes in the region will attract even residents of other states. The promotion center is also beneficial in the matter of the presentation of the whole region at tourism fairs. Thanks to the laid down criteria are tourist information centres judged as one of the factors of successful development of the regions.

Key words

Tourist information centre, tourism, regional development, Brno-venkov, Tišnov, Židlochovice, Rosice, Pasohlávky.

Obsah

Úvod.....	9
1 Metodika a cíl práce.....	10
2 Cestovní ruch	12
2.1 Druhy cestovního ruchu	12
2.2 Vývoj cestovního ruchu v České republice.....	12
2.3 Cestovní ruch a rozvoj regionu	14
2.4 Informace v cestovním ruchu.....	15
2.5 Organizace v cestovním ruchu	16
3 Turistická informační centra	19
3.1 Funkce	20
3.2 Klasifikace.....	21
3.2.1 Klasifikační třídy	22
3.2.2 Proces certifikace	23
3.3 Financování	24
3.4 Právní forma.....	25
3.5 Dotační program Jihomoravského kraje v roce 2017.....	25
3.6 Asociace turistických informačních center	27
3.6.1 Historie.....	27
4 Okres Brno-venkov	30
4.1 Přírodní charakter.....	30
4.2 Kulturní památky	30
5 Komparace TIC v konkrétních obcích okresu Brno-venkov	33
5.1 Turistické informační centrum Tišnov	33
5.1.1 Poskytované služby.....	35
5.1.2 Návštěvnost.....	36
5.1.3 Struktura témat požadavků	39
5.1.4 Propagace.....	40
5.2 Regionální turistické informační centrum Židlochovice.....	41
5.2.1 Poskytované služby.....	42
5.2.2 Návštěvnost.....	43
5.2.3 Struktura témat požadavků	44

5.2.4	Propagace.....	44
5.3	Kulturní informační centrum Rosice.....	45
5.3.1	Poskytované služby.....	46
5.3.2	Návštěvnost.....	49
5.3.3	Struktura témat požadavků	51
5.3.4	Propagace.....	52
5.4	Turistické informační centrum Pasohlávky	52
5.4.1	Poskytované služby.....	54
5.4.2	Návštěvnost.....	55
5.4.3	Struktura témat požadavků	57
5.4.4	Propagace.....	58
5.5	Hodnocení sledovaných center	59
	Závěr	63
	Zdroje.....	66
	Seznam grafů	71
	Seznam obrázků.....	71
	Seznam tabulek.....	71
	Seznam použitých zkratk	72
	Seznam příloh	72
	Přílohy.....	74

Úvod

Udržitelný rozvoj regionů je takový rozvoj, který současným generacím zajišťuje jejich potřeby a zároveň tak neohrožuje naplnění potřeb generací budoucích. Zároveň je regionální rozvoj chápán jako integrace jeho hlavních třech složek, a to ekonomického, sociálního a environmentálního pilíře. Rozvoj má tedy přinášet růst všech těchto tří složek současně bez dominantního postavení a vývoje jednoho z nich.

Ekonomický sektor má tedy v postavení regionů svůj význam. Jednou ze složek tohoto sektoru je i cestovní ruch. Z hlediska národního hospodářství je pak cestovní ruch neboli turismus, složkou terciálního sektoru, tedy sektoru služeb, a přispívá k tvorbě hrubého domácího produktu. Své zastoupení má turismus i v rámci sociální sféry. Nejenom že jako veřejná služba slouží k uspokojování lidských potřeb, ale také je významným z hlediska kvality společenského života daného obyvatelstva. Přispívá ku příkladu k tamní infrastruktuře, a to zejména co se týče občanské vybavenosti, kdy jsou zřizována účelová zařízení ke kulturním akcím nebo instituce sloužící k představení daného regionu a jeho služeb, tedy turistická informační centra.

Jednou z hlavních funkcí turistických informačních center je tedy poskytování informací o daném regionu, kdy je tato služba umožněna nejen turistům tohoto regionu, kteří se díky centrům mohou dovědět např. o místních památkách, kulturních akcích nebo o ubytování v dané oblasti, ale zároveň jsou určena i pro místní obyvatelstvo, kterému je např. umožněno si v centru pronajmout prostory, vložit inzerát do místního zpravodaje nebo za pomoci výlepu plakátů prezentovat svou kulturní akci. Turistická informační centra slouží i jako „propagátor“ tamější oblasti, kdy je region prezentován např. na veletrzích cestovního ruchu nejen u nás, v České republice, ale i v dalších státech.

Úkolem této bakalářské práce je tedy nastínit problematiku na konkrétních centrech ve zkoumané oblasti Brno-venkov, a posoudit, zdali právě ony mohou být jednou ze složek, jenž v rámci jejich činností přispívají k rozvoji regionu. Posuzovanými jsou pak Turistické informační centrum Tišnov, Regionální turistické informační centrum Židlochovice, Kulturní informační centrum Rosice a Turistické informační centrum Pasohlávky.

Motivem pro výběr tématu je autorčina blízkost k tomuto okresu a zároveň zájem o zkoumání rozvoje regionů v rámci turistických informačních center i náklonnost k sektoru, kam centra spadají, tedy k cestovnímu ruchu.

1 Metodika a cíl práce

Bakalářská práce je zaměřena na využívání turistických informačních center v okrese Brno-venkov. Obsah práce představí téma nejprve z teoretického hlediska. Je definován pojem cestovního ruchu v rámci jeho základních druhů členění, práce popíše i vývoj turismu na území České republiky od počátku dvacátého století do současnosti, kde je zmíněn i počátek vývoje turistických informačních center. Kapitola „Cestovní ruch“ dále představí, jakou pozici má tento sektor v rozvoji regionu a jaké postavení zde mají turistická informační centra. Zkoumanou se stává i úloha informací v cestovním ruchu a dále práce představí, jaké jsou organizace v cestovním ruchu – jaký je jejich vliv, jaké jsou jejich činnosti a jak podporují tento sektor. Druhé téma se zaměří na konkrétní organizaci cestovního ruchu, a to vyšetřovaná turistická informační centra. Nejprve je uvedena věcná charakteristika a význam center, dále jakou úlohu zde plní informace a jak je upravena legislativa v rámci center. V kapitole „Turistická informační centra“ jsou vymezeny i hlavní funkce, které TIC plní v rámci propagace daného území, dále je popsána současná klasifikace turistických informačních center dle nejnovějších údajů dostupných z Asociace turistických informačních center – jaké jsou podmínky pro udělení oficiálního certifikátu center a tím i udělení mezinárodního piktogramu „i“. Na základě klasifikace TIC jsou dále uvedeny současné klasifikační třídy a celý proces certifikace center. Jelikož jsou turistická informační centra veřejným subjektem, je zpracováno jejich financování a možnosti právní formy. Význam center je dále posuzován na základě Dotačního programu Jihomoravského kraje v roce 2017, kde je uveden cíl tohoto financování center, požadavky pro jeho udělení a dále kritéria pro čerpání. Všechna certifikovaná centra se sdružují pod zmiňovanou Asociací turistických informačních center, v tomto ohledu je tato organizace představena v rámci jejího významu a historie. Poslední teoretická část se zaměří na zkoumanou lokalitu, a to na okres Brno-venkov. Popsán je jeho přírodní a kulturní charakter. Lokalita je vybrána z jedné strany na základě přístupnosti od bydliště autorky a na straně druhé na základě zájmu dovědět se více o působnosti center na území okresu.

Praktická část mé bakalářské práce se zaměří na konkrétní turistická informační centra v okrese. Vybrána jsou na základě platnosti jejich certifikátu a dále na základě jejich aktivní komunikace. Informace o zkoumaných TIC čerpají zejména z písemné elektronické komunikace s centry a s Českou centrálou cestovního ruchu a dále z jejich osobní návštěvy. Centra se představí v rámci jejich umístění, otevírací doby, dále jsou

vyličený poskytované služby příslušných center a jejich návštěvnost, ta představí její strukturu a potenciál růstu. Bakalářská práce uvede i strukturu témat požadavků na daná centra a zejména pak propagaci center z hlediska reklamy na samotné centrum i na příslušný region. V rámci představení příslušných center je současně provedena i jejich komparace. Poslední součástí této práce je vlastní hodnocení daných center z hlediska jejich specifických činností.

Podkladem pro zpracování práce je porovnání teoretické části s částí praktickou. Hlavním cíle bakalářské práce je tedy identifikovat a posoudit, jak se dotyčná turistická informační centra podílí na rozvoji nejen cestovního ruchu a tím i na rozvoji daného regionu z hlediska propagace a specifických činností konaných v rámci regionu.

2 Cestovní ruch

Vymezení tohoto pojmu je velice různorodé a každý si pod ním představí jinou aktivitu. Někomu přijde na mysl víkend v cizím městě, týden na chalupě, výlet za kulturními památkami či krásná dovolená v tropické zemi na lehátku u moře. Avšak všechny tyto představy mají něco společného, a to je uspokojování lidských potřeb ve volném čase.

Palatková (2014, s. 11) pod pojmem cestovní ruch se rozumí „*činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžní životní prostředí, a to na dobu kratší, než je stanoveno, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě*“.

Jak bylo výše zmíněno, cestovní ruch, taktéž nazýván jako turismus, je provozován ve volném čase, o tom autorka Jakubíková (2012) hovoří jako o jednom z hlavních předpokladů rozvoje pojmu cestovního ruchu. Dalším, základním, předpokladem je svoboda osoby cestovat, dále dostatek finančních prostředků a příznivé politické klima.

2.1 Druhy cestovního ruchu

Beránek (2013) vymezuje cestovní ruch podle místa, kde se zrovna odehrává, na domácí a zahraniční. První typ turismu je realizován rezidenty na území příslušného státu, kdy domácí obyvatelstvo nepřechází hranice této lokality. Druhý typ, zahraniční cestovní ruch, je realizován tehdy, překročí-li dané obyvatelstvo hranice příslušného státu. Tento typ se dále dělí na výjezdový cestovní ruch, tzv. outgoing, kdy rezidenti cestují za hranice státu, a na příjezdový cestovní ruch, tzv. incoming, kdy do daného státu přijíždí nerezidenti. Dále se cestovní ruch dělí na vnitřní, zahrnuje všechny realizovaný cestovní ruch na území daného státu, a národní, který pojímá veškerý turismus rezidentů, tedy jak výjezdový, tak i domácí.

2.2 Vývoj cestovního ruchu v České republice

Začátky cestovního ruchu v České republice rozebírá publikace Vystoupila a kol. (2011). Autorský kolektiv rozřazuje tento vývoj do čtyř období, a to před první světovou válkou, etapa mezi dvěma válkami, dále po druhé světové válce do roku 1989 a poslední čtvrtá etapa je popisována od období Sametové revoluce do roku 2009. Informace v podkapitole jsou tedy převzaty z této publikace.

Začátek českého turismu se datuje k počátku Klubu českých turistů v roce 1888, který vznikl v tehdejší Rakousku-Uhersku jako myšlenka posily národního cestovního ruchu a jeho propagace za hranicemi, dále jako forma posílení styků se slovanskými zeměmi a zejména pak pořádal výlety, přednášky, vydával vlastní časopis a turistické průvodce a mapy, aby utužil zájem o cestování. Klub českých turistů se zasloužil rovněž o budování ubytovacích zařízení, kam patřily v té době hlavně chaty, noclehárny a útulny a přičinil se i o vytváření dalších infrastruktur pro cestování jako je značení turistických cest a tras. Co se organizační struktury spolku týče, mezi lety 1888 a 1918 rozšířil svou působnost o území Moravy a Slezska. Díky tehdejšímu politickému uskupení měl ovšem Klub omezenou činnost z důvodu šíření slovanské národní myšlenky, tím větší význam mělo vydávání vlastního časopisu od roku 1889 s názvem „Časopis turistů“, který zároveň patří, s nynějším názvem „Turista“, mezi nejstarší časopisy o cestovním ruchu v Evropě.

Druhé období vývoje cestovního ruchu je zařazeno do roku 1918, kdy vzniklo samostatné Československo, až 1948, kdy nastoupila k moci komunistická strana. Tak zvané období První republiky bylo pro cestovní ruch velice příznivé, rostl zájem obyvatelstva o cestování. Na toto tehdejší národní uskupení, které trvalo do roku 1938, měl vliv především rozvojový program již výše zmíněné největší tehdejší organizace v turismu, Klubu československých turistů, zkráceně KČST. Mezi hlavní cíle tohoto programu patřilo značkování, stavba turistických cest a stezek, ubytování v chatách, krasová bádání a zpřístupňování jeskyň, budování různých rekreačních zařízení, zdokonalování dopravní infrastruktury, vydávání průvodců, map a časopisů, podpora cestování mládeže, péče, ochrana a udržování památek, jež jsou významné pro cestovní ruch. Významnou etapou byly roky 1921 až 1937, kdy Československo patřilo mezi nejnavštěvovanější země Evropy a zaujímalo tak osmé místo. Avšak i přes to domácí cestovní ruch značně převyšoval, z údajů z roku 1937 tehdejší republiku navštívilo necelých čtyři miliony turistů.

S nástupem komunistické diktatury února 1948 se zcela zásadně změnila okolnost spojená s rozvojem turismu. Počátečním problémem bylo vycestování do ciziny, kde bylo omezeno cestování za hranice „západních“ zemí, povolen byl pouze výjezd do zemí socialistických. Další negativní záležitostí byly znárodnovací dekrety, které odebíraly ze soukromého vlastnictví podnikatelské subjekty, jako jsou hotely, lázeňská a zábavní zařízení a také restaurace. V těchto souvislostech byl zrušen nejvýznamnější činitel turismu u nás a tím byl Klub československých turistů, včetně

znárodnění rozsáhlé infrastruktury. Ke konci padesátých let je cestovní ruch označován jako tak zvaný „vázaný“ cestovní ruch a rekreace, který existoval pod záštitou podnikové a výběrové rekreace Revolučního odborového hnutí, kdy sedmdesátá a osmdesátá léta byla vrcholem rozvoje podnikové rekreace díky výstavbám víceúčelových objektů. Tento druh tehdejší dovolené měl v domácím cestovním ruchu velký význam a postupně zvyšoval svůj podíl na ubytovací kapacitě celého sektoru cestovního ruchu.

Poslední etapou rozvoje cestovního ruchu na našem území se stává období Sametové revoluce, tedy pád komunismu, do roku 2009. Bylo snahou navrátit negativní dopady minulého režimu. Roku 1991 se díky zákonu o „malé“ privatizaci časem navrátily znárodněné infrastruktury cestovního ruchu do rukou původních majitelů. Patřila tam menší ubytovací, pohostinská a restaurační zařízení. Proces malé privatizace trval až do roku 2006. Od roku 1993 do roku 2000 trvala „velká“ privatizace, která navracela hotely, lázeňská zařízení, vybrané sportovně-rekreační zařízení nebo cestovní kanceláře. Další změna se týkala otevření hranic, se kterým byl spojen i aktivní zahraniční cestovní ruch. Nejvíce zásadním se stal zvrát v řízení a rozvoji cestovního ruchu, vznikaly nové nástroje a nositelé politiky cestovního ruchu, mezi které patří státní a krajské politiky, koncepce a programy rozvoje těchto správ, organizace a činnost turistických regionů a oblastí, znovuzakládání turistických spolků a organizací na národní, regionální a lokální úrovni, ale také moderní výuka cestovního ruchu na vysokých a středních školách nebo podpory rozvoje turismu z fondů Evropské unie. Největší rozmach je i ve sféře cestovních kanceláří, jež se oproti minulému režimu zvětšily z jedenácti družstevních na, dle údajů Českého statistického úřadu, sedm set, ovšem 10 až 15 % cestovních kanceláří vlastní významní touroperátoři. Tuto tendenci zaznamenávají i informace pro turisty, hlavně turistická informační centra.

2.3 Cestovní ruch a rozvoj regionu

Cestovní ruch má v regionu vysoké postavení, pomáhá ho propagovat a rozvíjet v různých oblastech. Kotíková (2013, s. 11) pak uvádí, že *„dopady rozvoje cestovního ruchu jsou všeobecně známé..., na cestovní ruch se pohlíží jako na jakýsi všelék, který může vyřešit problémy rozvoje každého regionu. Téměř ve všech strategických rozvojových dokumentech na různých úrovních se hovoří o potřebě rozvíjet cestovní ruch a o potřebě podporovat jeho rozvoj“*.

Štěpánovský (2008) píše o třech oblastech přínosu cestovního ruchu pro region. První je oblast ochrany životního prostředí, kam turismus přispívá z hlediska využití získaných výtěžků ze vstupného národních parků, jeskyň, štol apod. nebo z vybraných daní a poplatků, např. poplatků za rybářský a lovecký lístek, lázeňské poplatky, pronájem rekreačních zařízení, přispívá k financování ochrany přírody. V první oblasti se cestovní ruch pozitivně podílí na rozvoji regionu vlivem přírodních zajímavostí nebo přírodních zdrojů pro cestovní ruch je vytvoření národních parků, přírodních rezervací a podobně nebo se podílí na regulaci počtu návštěvníků v chráněných územích.

Druhou oblastí pozitivního působení turismu pro region je sociálně-kulturní sféra. Zde se klady projevují z hlediska vytváření pracovních míst a dále podpora sociálního rozvoje přerozdělením příjmů, tím může omezovat chudobu a povzbuzuje tím tak komunitu v daném regionu. Díky vybudovaným zařízením pro návštěvníky daného regionu se zvyšuje životní standard daného obyvatelstva, které tyto instituce také využívá. Za pomoci záchrany kulturních tradic, místní historie a tradičních řemesel přispívá cestovní ruch k upoutání tamějšího obyvatelstva k ochraně těchto hodnot a posiluje tím tak jejich pocit hrdosti.

Poslední oblastí s pozitivním vlivem cestovního ruchu je ekonomika regionu. Díky příjezdovému cestovnímu ruchu přispívá turismus ke zlepšení platební bilance, jak bylo výše zmíněno, přispívá ke zvýšení zaměstnanosti, podporuje malé a střední podnikání nebo povzbuzuje investice do místní infrastruktury, např. do vodovodů, kanalizací, elektrifikace nebo telekomunikace.

2.4 Informace v cestovním ruchu

Informace patří k základním parametrům cestovního ruchu, odvádí se od nich rozhodnutí, jenž spotřebitelé cestovního ruchu v rámci různých produktů provádějí.

Informace mají tyto čtyři základní vlastnosti: nemateriálnost, vysvětlována nehmotností povahou informace, pomíjivost, která se vztahuje k platnosti informace v daném časovém okamžiku, proměnlivost, související se zdroji získaných informací, a citlivost, jež reflektuje tendenci informace ke změnám, vyvolaným díky extrémním vlivům (Vystoupil a Šauer, 2006).

O informačních tocích v cestovním ruchu píší dále autoři jako o dvou probíhajících úrovních. Do první úrovně jsou zařazeni poskytovatelé informací v cestovním ruchu,

mezi které patří cestovní kanceláře, poskytovatelé ubytování, dopravci, turistická informační centra, zástupci státní správy a samosprávy, destinační management a další. Druhá úroveň je pak tedy směřována k příjemcům poskytovaných služeb, tedy informací, která je spojením mezi poskytovateli a příjemci. Celý tento proces je nazván primárním informačním tokem. Sekundární, zpětný, informační tok autoři vysvětlují jako zpětná vazba od příjemců k poskytovatelům informací, která právě poskytovatelům říká, jak byly podané informace kvalitní, jestli byly podány v dostatečném množství nebo jestli byly dány ve vhodné formě.

2.5 Organizace v cestovním ruchu

Na rozvoj cestovního ruchu v České republice mají vliv určité organizace, které v průběhu času měnily svou strukturu. Spadají pod daná ministerstva, která jejich činnost podporují pomocí programů a strategií na rozvoj cestovního ruchu, podkapitola bude pojímat o daných aktérech, zúčastňujících se tohoto procesu.

Linderová (2013) píše, že v dnešní době mají vliv na cestovní ruch v České republice tyto orgány:

- a) Poslanecká sněmovna parlamentu, jehož složkami jsou v první řadě Podvýbor pro cestovní ruch a krizové regiony, zřízen hospodářským výborem, a dále Podvýbor pro prezentaci České republiky, zřízen výborem zahraničním. Složky poslanecké sněmovny nemají regulační pravomoc, ovšem prezentují pracovní, konzultační a poradní orgány, věnující se otázkám cestovního ruchu v rámci právní sféry.
- b) Senát, pod který spadá Výbor pro hospodářství, zemědělství a dopravu, Ústavně-právní výbor a Výbor pro evropskou integraci. V senátu se pojednává komplexněji o problematice cestovního ruchu.
- c) Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, jež je metodickým střediskem pro řízení cestovního ruchu a od roku 1996 cestovní ruch i spravuje. Součástí ministerstva je Sekce Cestovní ruch a má čtyři odbory, Odbor evropské územní spolupráce, Odbor rozvoje a strategie regionální politiky, Odbor veřejných dražeb a Odbor cestovního ruchu. Ministerstvu pro místní rozvoj přísluší řešení otázek spojených s mezinárodní spoluprací v oblasti cestovního ruchu, vedením agendy spojenou s členstvím ve Světové organizace cestovního ruchu, dále se podílí na

vytváření právních stanovení, připravuje materiály koncepčního charakteru a podporuje rozvoj cestovního ruchu v regionech.

Mezi hlavní činnosti Ministerstva pro místní rozvoj patří vytváření dané legislativy ovlivňující cestovní ruch, tvorba a realizace programů, jež jsou zaměřeny na rozvoj cestovního ruchu, kontrola působení dalších orgánů působících v cestovním ruchu, dosahování a rozvrhování finančních prostředků pro rozvoj cestovního ruchu a dále analýza a sledování statistických údajů u cestovním ruchu.

- d) Česká centrála cestovního ruchu, dále jen „CzechTourism“, je příspěvkovou organizací a byla zřízena Ministerstvem pro místní rozvoj roku 1993. Jejím účelem je propagovat stát jako lákavou destinaci pro zahraniční i domácí trh. Oficiální název Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism se požívá od roku 2003. Centrála má za hranicemi našeho státu celkem dvacet šest zastoupení, mezi některé země patří ku příkladu Čína, Francie, Itálie, Polsko, Japonsko, Mexiko nebo země Beneluxu, zde dochází k propagaci naší země. Součástí propagace České republiky jsou různé akce, jako jsou veletrhy, workshopy, výstavy, filmové festivaly určené pro cestovní ruch a dále centrála vydává různé prospekty, katalogy, CD nebo DVD, které rozšiřují povědomí o České republice.

Součástí činnosti CzechTourism je zpracovávání analýz v regionech, organizace průzkumů příjezdového cestovního ruchu dle informací z Českého statistického úřadu, které poskytují data Satelitnímu účtu cestovního ruchu a rovněž se podílí na zřízení národního informačního portálu cestovního ruchu.

- e) Regionální orgány státní správy, jimiž jsou krajské, městské a obecní úřady. Tyto instituce se většinou zabývají propagací dané lokality, plánováním a rozpočtem. Co se krajských úřadů týče, ovlivňují cestovní ruch pomocí odborů, často odbor cestovního ruchu a kultury, které připravují koncepce a strategie rozvoje cestovního ruchu na území konkrétního kraje.
- f) Regionální občanská sdružení vznikající spojením několika měst, obcí nebo podnikatelských subjektů apod., jejichž cílem je podporovat cestovní ruch v dané oblasti. Tyto orgány mohou působit ve třech vymezených oblastech, kam patří profesní oblast, přísluší sem např. Klub českých turistů, Svaz měst a obcí, Svaz podnikatelů ve venkovské turistice a agroturistice, Sdružení lázeňských míst České republiky nebo Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska. Dále regionální občanská sdružení smí působit v daném regionu České republiky, sem

zařadíme např. Region Vysočina, Sdružení Český ráj, Sdružení obcí a měst Orlice nebo Greenways na Jižní Moravě. Poslední vymezeným územím je nadnárodní region, např. Euroregion Šumava, Euroregion Silesia, Euroregion Labe nebo Euroregion NISA a další. Všechna sdružení si kladou za úkol získat prostředky z fondů Evropské unie a posílit své produkty cestovního ruchu.

- g) Informační centra.
- h) Profesionální organizace a zájmová sdružení, která se starají o zvyšování kvality nabízených služeb v oboru a podporují zájmy svých členů a pravidelně jim podávají informace o novinkách v oboru. Tyto orgány se dělí mezi čtyři kategorie, první z nich je sdružení podniků, kam bychom zařadili např. Svaz obchodu a cestovního ruchu České republiky, Asociaci hotelů a restaurací České republiky, Asociaci českých cestovních kancelářů a agentur nebo Asociaci turistických informačních center. Druhou kategorií jsou profesní sdružení, sem patří např. Asociace kuchařů a cukrářů České republiky, Asociace průvodců České republiky nebo Sdružení průvodců České republiky. Předposlední kategorií jsou dopravní podniky, kterým je např. Autoklub České republiky, Autoklub Bohemia Assistance, Společenství autodopravců Čech a Moravy nebo Svaz provozovatelů lanovek a vleků. Poslední, čtvrtou, kategorií jsou ostatní sdružení, patří sem např. Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska nebo Agentura pro regionální rozvoj.

3 Turistická informační centra

Turistické informační centrum, zkráceně TIC, má povahu veřejné služby, vznikající díky společenské poptávce, za pomoci státní správy a samosprávy, jako složka informačního systému cestovního ruchu. Jejich zřizovatelem jsou nejčastěji obce, ale může jím být i město, region či turistická oblast (Konečný, 2013). Podle Seifertové a kolektivu (2013) je TIC veřejně přístupné a viditelně označené účelové zařízení, které umožňuje přístup k objektivním a ověřeným informacím o turistických destinacích, službách cestovního ruchu nebo rekreační a kulturní nabídce v oblasti svého působení. Je-li pojem TIC vymezen z hlediska propagace daného regionu, pak Palatková (2011, s. 176) píše, že *„představují nejen významnou část informačního systému destinace, ale páteř celého vnitřního systému marketingového řízení destinace“*. Jeden z hlavních významů TIC je tedy „dělat reklamu“ danému regionu a představovat turistické atraktivity v příslušné lokalitě.

Jak bylo zmíněno v kapitole o vývoji turismu v ČR, TIC jsou poměrně mladým článkem cestovního ruchu, který se začal rozvíjet v devadesátých letech minulého století s pádem komunismu a následným otevřením hranic.

Velký význam v centrech mají informace z hlediska turistické infrastruktury nebo nabídky atraktivit dané lokality, můžeme je rozdělit na informace uvnitř a vně regionu. První dělení informací je poskytováno těm návštěvníkům, kteří se již v dané lokalitě nachází. Mezi základní cíle informací uvnitř regionu patří představení, propagace turistické nabídky místních lokalit, atraktivit a dalších možností trávení volného času, které jsou zpřístupňovány formou průvodců, map, katalogů nebo naváděcích informačních systému a podobně. Druhé rozdělení se zaměřuje na poskytování informací o turistické nabídce dané lokality v konkurenčním prostředí s jinými regiony. Klade si za cíl získat potenciální návštěvníky a přesvědčit je, že právě do této lokality by měli přijet. Patří sem tištěné a elektronické materiály, internetové stránky, prezentace regionu na veletrzích cestovního ruchu a další.

Vzhledem k České republice, se zde nachází vcelku hustá síť turistických informačních center, která se pohybuje kolem hodnoty nad pět set subjektů. Nejvíce TIC je pochopitelně ve více turisticky zajímavých destinacích, u nás to jsou ku příkladu Krkonoše, Beskydy, Jizerské hory, Šumava a další. Kvantita se ovšem nerovná kvalitě,

ta je rozlišována pomocí různých certifikátů, které poskytuje Asociace turistických informačních center, zkráceně A.T.I.C., nebo agentura CzechTourism, která je jako jediná poskytovatelem nejznámějšího značení TIC, loga malého tiskacího „i“ (Obr. č. 1). Místní legislativa zatím neupravuje postavení, fungování a charakteristiku TIC, jejich činnost se řídí zákonem o svobodném přístupu k informacím, zákon č. 106/1999 Sb., a zákonem o živnostenském podnikání, zákon č. 455/1991 Sb., který upravuje prodej drobných předmětů, např. suvenýry, mapy, turistické známky. Částečně se k místním TIC vztahuje i autorský zákon, zákon č. 121/2000 Sb., který se vztahuje k tvorbě databází a vlastních produktů (Galvasová a kol., 2008).

Zmíněný piktogram turistických informačních center by měl být uveden i na navigačních ukazatelích dané lokality. Tyto směrovky by dle Kostkové, Němčanského a Torčíkové (2009) měly být viditelně umístěny již na příjezdových komunikacích. Orientace návštěvníků k TIC v dané lokalitě, nebo místo blízke objektu centra, by měla být opatřena za pomoci městského informačního systému, pomocí něhož jsou návštěvníci naváděni k příslušným cílům. Součástí tohoto systému je tedy i značení TIC.



Obrázek č. 1 - Logo značení TIC
Zdroj: Asociace turistických informačních center [online]

3.1 Funkce

TIC jsou důležitou součástí cestovního ruchu a dle Kuchaře a kolektivu (2005) plní tyto tři funkce:

1. Turistické informační centrum je tak zvanou databankou pro cestovní ruch, jenž obsahuje informace týkající se turistiky, kultury, oblasti jejich působení, ubytování, stravování, dopravy, programů kulturních a sportovních, obchodních sítí a dalších informací související s danou oblastí. Tyto údaje centra shromažďují, zpracovávají a průběžně ověřují, aby poskytovala aktuální, objektivní a komplexní přehled o možnostech v cestovním ruchu.

2. TIC umožňuje veřejnosti přístup k nasbíraným informacím pomocí dostupných způsobů verbálních a telefonických, které jsou zprostředkované tiskovinami a technickými nástroji. Forma kontaktu s veřejností a její rozsah je zvolena samotným centrem dle individuálních podmínek. Nepřetržitý přístup k informacím během celého roku centra zajišťují prostřednictvím vlastních internetových stránek, které průběžně aktualizují.
3. Turistická informační centra mohou nabízet i další služby, které souvisí s cestovním ruchem, za předpokladu neporušení platných právních předpisů a nenarušení komplexnosti, objektivity a kvality poskytovaných informací.

S pomocí uvedených funkcí můžeme říci, že TIC jsou významnou součástí propagace nejen obcí a měst, ale i regionů, krajů nebo i celého státu. Jejich nejpodstatnější role v cestovním ruchu je bezplatné umožňování veřejnosti přístupu k informacím.

3.2 Klasifikace

Roku 2012 A.T.I.C. spolu s Českou centrálou cestovního ruchu, CzechTourism, a s podporou Ministerstva pro místní rozvoj České republiky zkompletovaly systém, který jasně popisuje problematiku klasifikace TIC, Jednotnou klasifikaci turistických informačních center České republiky. Klasifikace si klade za cíl odstranit rozdíly formou dvou největších a existujících schémat na území České republiky a tvorbu technického standardu a metodiky, kterou je možno užít v systémech a modelech managementu kvality, kterými jsou ISO, Model Excellence EFQM nebo Český systém kvality služeb a podobně.

A.T.I.C. definuje systém, ve kterém stanovuje standardy činností a rozsahu služeb turistických informačních center, tento systém je doplněn o požadavky centrály CzechTourism. Náplní Asociace je v tomto ohledu kontrola nad jednotlivými turistickými centry a podávání námětů pro jejich začlenění do daných klasifikačních tříd. CzechTourism pak uskutečňuje v rámci systému bonusů ku příkladu Mystery shopping pro certifikovaná TIC. Po splnění daných požadavků obdrží TIC jednotný certifikát, který má platnost dvou let a jenž uděluje pětičlenná komise. Tento dokument pak dokládá, že dané turistické informační centrum splňuje standardy služeb nebo se stává prostředkem k dotacím na podporu činnosti v rámci jednotlivých krajů (MMR, A.T.I.C. ČR a CzechTourism, 2013).

Jak bylo výše zmíněno, k certifikaci potřebuje TIC splnit dané základní požadavky. V dokumentu A.T.I.C. o jednotné klasifikaci je uvedeno celkem devatenáct minimálních standardů služeb. Autor Sysel (2008) pak uvádí, že chce-li daný subjekt zažádat o jednotné značení, může tak učinit za předpokladu, že po dobu jednoho roku provozoval centrum nepřetržitě a dále, zdali ho doporučil příslušný krajský úřad. Sysel dále zmiňuje některá další kritéria, která žadatel musí splňovat. Jsou jimi např. shromažďování informací tvořící databázi cestovního ruchu na daném území a následné jejich doplňování a aktualizace, poskytování těchto informací široké veřejnosti všemi dostupnými formami (telefonicky, ústně, písemně, elektronicky), připojení k internetu a s ním související technické vybavení (počítač, kopírka, tiskárna), vlastní webové stránky nebo je prezentováno na stránkách zřizovatele, požadavky na otevírací dobu TIC v turistické sezóně a mimo tuto sezónu, TIC musí být lokalizováno na veřejně přístupném místě, pracovník v centru umí poskytnout informace alespoň v jednom světovém jazyce a je-li zde zaměstnáno tři a více osob (včetně brigádníků), pak musí tento personál být schopný podat informace ve dvou světových jazycích. Předposledním kritériem je evidence návštěvnosti centra a posledním, není-li v názvu centra označení „turistické“ musí být jasně prezentováno, že dané TIC je poskytovatelem turistických informací.

3.2.1 Klasifikační třídy

Klasifikační třídy TIC jsou rozděleny do tří skupin, třída A, třída B a třída C. Rozdělení do těchto skupin je uskutečňováno na základě splnění daných standardů.

Turistická informační centra v třídě A, působnost po celém území České republiky, splňují určité minimální standardy, musí mít otevřeno po celý rok každý den s výjimkou Štědrého dne, 24. 12., Prvního svátku Vánočního, 25. 12., a na Nový rok, 1. 1. a zároveň musí mít otevřeno šedesát hodin týdně, dále TIC, které poskytuje informace nejméně ve dvou světových jazycích, kde je požadavek na znalost těchto dvou jazyků, umožnění veřejnosti přístupu na internet, zajištění průvodcovských služeb, zprostředkování ubytování – například mít k dispozici rezervační systém, pracovníci centra mají minimálně středoškolské vzdělání a nejméně jeden pracovník musí mít vzdělání či pětiletou praxi v oboru cestovního ruchu, nejméně dva pracovníci se účastní vzdělávacích programů A.T.I.C., CzechTourism nebo jiného, který se týká cestovního ruchu a další.

Centra ve třídě B, působnost na regionální úrovni, rovněž musí splňovat minimální standardy služeb, otevřeno mají však již jen pět dní v týdnu a čtyřicet hodin týdně, ovšem

v turistické sezóně tato TIC mají otevřeno šest dní v týdnu a alespoň čtyřicet pět hodin týdně, také musí poskytovat informace minimálně ve dvou světových jazycích, avšak jeden z nich může být na úrovni pasivní znalosti, pracovníci centra mají nejméně středoškolské vzdělání a při nejmenším jeden pracovník se alespoň jednou do roka účastní vzdělávacího programu A.T.I.C., CzechTourism nebo jiného, který se týká cestovního ruchu a další.

TIC ve třídě C, působnost na místní úrovni, mají pouze tři požadavky, a to splnění minimálních standardů služeb, otevřeno musí mít sezónně nebo celoročně, a to pět dní týdně a alespoň třicet hodin v týdnu a posledním je poskytování informací nejméně v jednom světovém jazyce (MMR, A.T.I.C ČR a CzechTourism, 2013)

3.2.2 Proces certifikace

Plnění standardů pro certifikátů kontrolují členové rady A.T.I.C. v kraji, za který byli ustaveni do funkce, a následně tato rada pak udělí nebo neudělí certifikát, kde je uvedena kategorie daného centra. Členové pak jednou ročně kontrolují činnost centra, kde jsou hodnoceny výsledky kontroly z hlediska návrhů na případné zvýšení či snížení o kategorii nebo dokonce návrhy na vyloučení z profesní organizace. Proces certifikace má pak dvoustupňovou formu a probíhá v souladu se stanovami organizace, první fází je přijetí přihlášky za dané centrum a následuje ho fáze ověření technického protokolu, kde jsou definovány standardy rozsahu služeb. Proces pokračuje kontrolou členem Rady A.T.I.C a následným provedením zápisu z kontroly a doporučením k přijetí, ukončen je vlastním přijetím za člena Rady A.T.I.C. Celý proces musí být dokonán do šesti měsíců od přijetí přihlášky.

V procesu certifikace turistických informačních center se vedou záznamy o celkem dvaceti údajích, patří mezi ně např. název, datum vzniku, adresa sídla či provozovny a kontaktní osoba centra, označení centra, kterým je zmíněné logo „i“ a certifikát, provozní doba centra, plnění minimálního standardu služeb, plnění klasifikace centra, personální obsazení, existence naváděcího systému, technické vybavení centra, bezbariérový přístup. Prvních sedmnáct údajů (ze zmíněných dvaceti) patří mezi povinné a jsou rozhodující pro proces certifikace, zbylé body jsou doplňující pro případ komunikace a spolupráce mezi jednotlivými centry na daném území.

V procesu se zpracovává jednak samostatný formulář, jenž je řazen mezi standardní protokoly realizace a plnění dle ISO pro A.T.I.C. a dále se samostatně

vypracovává závěrečný protokol, který obsahuje zjištěné nedostatky při vykonané kontrole, podklady a lhůty pro nápravná opatření, či oznámení, že dané centrum splňuje všechny parametry. Lhůta pro nápravná opatření je dána třemi měsíci, jestliže do té doby nebudou zlepšeny, pak se proces certifikace ruší a může k němu opět dojít nejdříve za šest měsíců od uvedení (Matouš, 2011).

3.3 Financování

Z důvodu povahy TIC jakožto poskytovatele veřejných služeb, spadala metodika financování pod usnesení vlády České republiky z roku 2003, kdy Ministerstvo vnitra schválilo dokument týkající se analýzy veřejných služeb. Jelikož podoba listiny nezahrnovala komplexně poskytování těchto služeb na daném území, náleží metodika pod příslušná ministerstva. V současné době existuje tendence se snahou o vytvoření schématu, kde stát, reprezentován ústředními správními orgány, je představitelem systémových podmínek pro zajišťování veřejných služeb, kam patří legislativa a k ní závislá metodická činnost, monitoring kvality a dostupnosti služeb, kontrola, mechanismus tvorby vlastních finančních prostředků územní samosprávy a podobně. Dalším účastníkem tohoto schématu jsou pak územní samosprávy, kterými jsou obce a kraje, jež odpovídají za doručování veřejných služeb na jejich území podle vlastních podmínek tak, aby místní podmínky byly využity optimálně, tedy i optimálně financovány.

Financování TIC, jakožto veřejné služby se odehrává prostřednictvím:

- státního rozpočtu, kde je veřejná služba garantována nebo přímo udělována státem pomocí státních fondů a dalších organizací zřízených ministerstev nebo státními úřady a kde jsou finanční prostředky udělovány pro zabezpečování služeb nebo do oblasti investic prostřednictvím programového financování,
- rozpočtu územních samosprávních celků, zde jsou finance čerpány z vlastních, rozpočtové určení daní, nebo cizích zdrojů, dotace získané ze státního rozpočtu,
- finanční účasti uživatele služby, kdy některé služby jsou daným způsobem zpoplatněny i v případě turistických informačních center, i když je obvykle poskytování služeb center zaručeno bezplatným informačním servisem, zde se uživatel plně nebo zčásti podílí na úhradě nákladů potřebných pro obstarání daných služeb,

- sponzorování, zde sponzoři poskytnou konkrétní finanční obnos potřebný např. pro provoz centra či zajištění propagačních a reklamních materiálů,
- zahraničních prostředků, ku příkladu strukturálních fondů Evropské unie,
- grantů, které mají v České republice podobu dotací regionálního charakteru, kde každý kraj má jedno grantové schéma, které může zužítkovat pro financování veřejných služeb, tedy i turistických informačních center. Metoda takového financování je zařazena v programu SROP, Společném regionálním operačním programu, pod prioritou 4 Rozvoj cestovního ruchu a opatřením 4.1 Služby pro cestovní ruch, kde je účelem sestavení Národního informačního a rezervačního systému a propojení informačních sítí turistických informačních center (Kunc, 2005).

3.4 Právní forma

Podle Poláčka (2013) je situace ohledně právní formy turistickým informačních center největším problémem, jelikož legislativa pravidel zřizování informačních středisek je nedořešená. Jak bylo uvedeno, hlavní náplní činnosti center je forma bezplatného poskytování informací jakožto veřejné služby. V tomto ohledu autor uvádí, že i vlastní činnost center by měla být ve veřejném zájmu. Provozovat TIC lze v právní formě příspěvkové organizace státní správy nebo samosprávy, rozpočtové organizace státní správy nebo samosprávy, zájmového sdružení právnických osob, obecně prospěšné společnosti, nadace, fondu nebo občanského sdružení, společnosti s ručením omezeným, akciové společnosti, veřejné obchodní společnosti, družstva a provozu fyzické osoby.

3.5 Dotační program Jihomoravského kraje v roce 2017

Jihomoravský kraj vyhlásil pro rok 2017 dotační program s názvem Podpora zkvalitnění služeb turistických informačních center v Jihomoravském kraji v roce 2017, který vychází ze Strategie rozvoje Jihomoravského kraje 2020 a je v souladu s vizí, cílem a opatřením Programu rozvoje Jihomoravského kraje 2014–2017 a s Programem rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje pro roky 2014–2020. Jsou zde popsány cíle tohoto programu, okruh způsobilých žadatelů, pravidla pro poskytnutí podpory, pravidla pro předkládání žádostí o dotace, kritéria hodnocení žádostí o dotace, administrace žádostí o dotace a následné postupy, ostatní ustanovení a dále doložka podle

§ 23 zákona č. 129/2000 Sb., o krajích (krajské zřízení), ve znění pozdějších předpisů, kde je dotační program schválen Radou Jihomoravského kraje ke dni 12. ledna 2017 na její sedmé schůzi usnesením č. 374/17/R7. Celková výše dotace byla v hodnotě dvou milionů korun českých a je zaměřena na podporu projektů zaměřených na zkvalitnění služeb poskytovaných TIC. Všechny aktivity programu jsou nastaveny tak, aby neměli negativní vliv na životní prostředí. Součástí dokumentu dotačního programu jsou vzory žádostí o finanční podporu, čestné prohlášení žadatele o poskytnutí dotace, smlouva o poskytnutí dotace z rozpočtu Jihomoravského kraje, smlouva o finančním vypořádání dotace a smlouva rozsahu služeb poskytovaných turistickými informačními centry. Dotační program pro TIC si klade za cíl:

- zintenzivnit oboustrannou spolupráci a komunikaci mezi TIC a Jihomoravským krajem v oblasti cestovního ruchu,
- zkvalitnění přístupu k informacím o možnostech cestovního ruchu, jež Jihomoravský kraj nabízí,
- shromažďování a následná publikace informací o zajímavých lokalitách, atrakcích, službách, produktech, programech a akcích cestovního ruchu na internetových stránkách daného turistického informačního centra, popřípadě na stránkách zřizovatele nebo na portále cestovního ruchu Jihomoravského kraje (www.jizni-morava.cz) a na cyklistickém portále (www.cyklo-jizni-morava.cz),
- podpora činnosti a rozvoje sítě TIC v kraji a další zvyšování úrovně nabízených služeb u turistických informačních center v Jihomoravském kraji,
- zdokonalení poskytovaných služeb, hlavně pak rozšíření otevírací doby center v letní turistické sezóně.

Žadatelem dotačního programu může být fyzická nebo právnická osoba s právní osobností, která spravuje nebo nejdéle v den podání žádosti o dotaci spustí činnost turistického informačního centra na území Jihomoravského kraje, která je v souladu s podmínkami určenými tímto programem nebo je zřizovatelem takového centra. Nemá-li centrum právní povahu, smí být žadatelem o dotaci jedině jejich provozovatel nebo zřizovatel. Uchazeči o dotaci musí splňovat buď podmínku držení platného certifikátu Jednotné klasifikace TIC České republiky, jež byl vydán Českou centrálou cestovního ruchu a A.T.I.C. ČR nebo musí být čekatelem na vystavení tohoto certifikátu.

Dotaci lze čerpat na výdaje, jež vznikly v období od 1. května 2017 do 31. prosince 2017, pokud není uvedeno jinak, dále výdaje související se zajištěním otevření TIC v letní

turistické sezóně od 1. května 2017 do 20. listopadu 2017 a výdaje za certifikační poplatky uhrazený za jednotný certifikát vynaložené v období od 1. ledna 2017 do 31. prosince 2017. Lhůta pro podání žádosti je stanovena od 14. do 28. února 2017 do 16:00 hod a rozhodnutí o žádosti musí být vydáno do 30. června 2017 (Podpora zkvalitnění služeb TIC v JMK, 2017).

Odůvodnění pro existenci tohoto dotačního programu je skutečnost, že TIC jsou důležitou součástí cestovního ruchu, kde se shlukují návštěvníci a turisté, tím musí centra neustále vylepšovat nabídku svých služeb, aby uspokojila různorodou poptávku.

3.6 Asociace turistických informačních center

Tato organizace, se zkratkou A.T.I.C. ČR, je cechovní institucí pro turistická informační centra. Asociace je svazkem samostatným, dobrovolným a je osamocena vůči vládě, zastupitelským orgánům, politickým stranám, podnikatelským subjektům i organizacím. Účelem působnosti A.T.I.C. je stát se středem informačních sítí, jež jsou v cestovním ruchu České republiky, a sloužit tak k oboustrannému toku informací a požadavků hostů, obyvatel měst, obcí a podnikatelských subjektů, dalším cílem Asociace je navyšování vzdělanosti a odbornosti svých členů, monitorování, sumarizování a přenášení zkušeností mezi členy. Asociace turistických informačních center České republiky se snaží prosazovat zájmy svých členů i na mezinárodní úrovni. Pro rozvoj cestovního ruchu a zkvalitnění nabízených služeb v dané oblasti spolupracuje asociace s orgány státní a místní správy, má pod záštitou řešení Koncepce rozvoje cestovního ruchu v jednotlivých obcích, městech a regionech a dále uděluje metodickou podporu řešitelům a realizátorům projektů Koncepce rozvoje cestovního ruchu v dané oblasti (Schneider, 2008).

3.6.1 Historie

Pro založení asociace, kdy se jmenovala ještě Asociace turistických informačních středisek České republiky a která vznikla dne 9. listopadu 1994, bylo inspirací oznámení projektu zvaného NIRES (Národní informační a rezervační systém turistiky), jenž se konalo v prosinci roku 1993 pod záštitou Ministerstva hospodářství. Asociace měla velký zájem tento projekt uskutečnit, a tak na svém prvním jednání, dne 12. prosince 1994, byla radou schválena globální strategie a program získání grantu a divize pro získání grantů.

NIRES nakonec nebyl uskutečněn, ovšem podklady získané během jeho uvedení byly zdrojem informací pro zformování RIS – regionálního informačního systému.

Prvním z cílů A.T.I.S. se stala snaha o centrum celorepublikové informační sítě v rámci cestovního ruchu, tím chtěla asociace podpořit informovanost zahraničních i domácích turistů, obyvatel měst, obcí a podnikatelských subjektů. Tohoto cíle chtěla organizace dosáhnout pomocí zajímavého, ekonomicky únosného, přehledného a efektivního software, který by byl pro všechna TIC. Jako další si A.T.I.S kladla za cíl, aby se dostala do povědomí turistických informačních středisek, republikových institucí, organizací a dalších subjektů, které jsou zaměřeny na cestovní ruch. Mezi ostatní cíle patřilo iniciovat legislativní úpravy zákonů, vyhlášek a norem pro rozvoj cestovního ruchu, vytvořit systém monitorování a sběru dat dle kategorizace informačních středisek, provádět školení pracovníků informačních středisek, vydávat informační věstníky apod. Všechna úsilí o naplňování stanovených cílů nebyla uskutečněna a tím se asociace dostala do situací, kdy docházelo k rozladění členů, vznikaly komplikované smluvní spory s málo přehlednou finanční situací. Výše zmíněné cíle asociace nemohly být prakticky zrealizovány, jelikož byly nekvantitativní a také díky nedostatku zaměstnanců a financí. Kvůli těmto a dalším nedostatkům došlo v letech 1998 a 1999 ke strnutí nárůstu členské základy a někteří členové asociaci i opustili. V letech 1995 až 1996 vedla asociace spor týkající se ochranné známky A.T.I.S. s A.T.I.S. Bruntál, která se stala důvodem úpravy názvu na dnešní – Asociace turistických informačních center České republiky, A.T.I.C. ČR.

Po zmatecích, jež v asociaci dříve nastávaly, se A.T.I.C. zaměřila více na TIC a v roce 2002 dostal každý kraj v České republice jednoho zástupce do rady a přibývalo členů, jenž chtěli asociaci pomoci. V letech 1998 a 1999 začala asociace vydávat tištěný Zpravodaj, který byl pro vysoké náklady v této formě ukončen, je od roku 2006 vydáván pouze v elektronickém formátu a je rozeslán do TIC. Roku 1999 byla publikována první tištěná mapka České republiky, kde byly označeny členské TIC.

V roce 2003 Česká centrála cestovního ruchu zřizuje počáteční pravidla požadavků pro TIC, aby byla odlišena od těch center, která zneužívají symbolu zeleného „i“ jako „lákadla na turisty“ a téhož roku vychází Adresář informačních center A.T.I.C., který byl k dispozici prostřednictvím TIC. Mezi další publikace brožura Abeceda turistického informačního centra, vydaná roku 2005. Ve stejném roce došlo k rozhodnutí certifikace činnosti A.T.I.C. dle normy ISO, která byla uskutečněna roku 2006 s osvědčením ISO 9001:2001 a trvá až do současnosti. Mezi lety 2006 a 2008 asociace pro své členy

uskutečnila projekt na vzdělávání pracovníků TIC, který byl financován z Evropského sociálního fondu, a výsledkem tohoto projektu bylo zveřejnění skript s názvem Informační centrum – provoz a služby v kontextu EU. Od roku 2011 přistoupila asociace k aktualizaci kategorizací TIC na tři skupiny, již zmiňované – A, B, C, do té doby existovala i skupina D, která byla s agenturou CzechTourism představena v dubnu roku 2013 pod názvem Jednotná klasifikace turistických informačních center České republiky, a dále docházelo k pravidelným kontrolám TIC. Roku 2012 asociace sjednotila svůj vizuální styl, viz Obr. č. 2 (Matouš, 2014).



Obrázek č. 2 - Logo Asociace turistických informačních center
Zdroj: Zpravodaj A.T.I.C. ČR

4 Okres Brno-venkov

Okres Brno-venkov leží v Jihomoravském kraji a obklopuje krajské město a okres Brno-město. Obcemi s rozšířenou působností jsou Ivančice, Kuřim, Pohořelice, Rosice, Šlapanice, Tišnov a Židlochovice. Mezi sousední okresy patří severozápadně Žďár nad Sázavou, na severu Blansko, východně Vyškov, na jihovýchodě sousedí s Břeclaví, na jihozápadě se Znojmem a na západě s Třebíčí (Český statistický úřad, 2013).

4.1 Přírodní charakter

Krajina tohoto okresu je velice rozmanitá. Na severovýchodě leží Drahanská vrchovina a část Moravského krasu, na severozápadě Boskovická brázda a Bobravská vrchovina, která je součástí Českomoravské vrchoviny. V okrese se nachází úrodné nížiny s nízkými kopci, jež jsou porostlé vinnou révou a soustřeďují se u Dyjsko-svrateckého úvalu, Rajhradské a Pratecké pahorkatiny (Machová, 2000).

Nejnižším místem je oblast Přisnotice a Unkovice s nadmořskou výškou okolo 180 m, které se nacházejí na jihu okresu, a nejvyššími body přesahujícími 550 m. n. m. je oblast Tišnovsko, Deblín, Zbraslav a Babí lom. Průměrná nadmořská výška v okrese se pohybuje od 250 do 450 m. n. m.

Klima je v okrese ovlivněno dešťovým stínem Českomoravské vrchoviny, jež způsobuje sušší území a na jihu je ovlivněno teplými vysušnými větry. Průměrné roční srážky se pohybují kolem 491 mm.

Okresem severně protékají řeky Svratka a Svitava, dalším důležitým tokem je řeka Jihlava, kde se u Ivančic slévají řeky Rokytná a Oslava.

Nachází se zde několik přírodních parků, mezi které patří např. Bobrava, Lysicko, Svratecká hornatina nebo Výhon, a padesát maloplošných chráněných území, kde za nejvýraznější se považuje jižní část Chráněné krajinné oblasti Moravský kras – jeskyně Švédův stůl, Pekárna a Ochozská (Český statistický úřad, 2013).

4.2 Kulturní památky

Jak již bylo zmíněno, součástí okresu je město Ivančice, to vzniklo ve třináctém století díky křižovatce obchodních cest. Historii v tomto ORP můžeme pozorovat např. na částečně dochovaných hradbách, náměstí, kde vyniká gotický chrám Nanebevzetí Panny

Marie, další architektonickou památkou je Dům pánů z Lipé ze sedmnáctého století nebo renesanční radnice. V Ivančicích najdeme i židovskou synagogu a hřbitov. Díky své historii a kulturnímu dědictví bylo ORP prohlášeno za městskou památkovou zónu.

Dalším správním obvodem v okrese je město Rosice, kde se první zmínky o jeho existenci datují k roku 1259. Díky rodu Žerotínů, kteří město získali roku 1562, byl přestavěn dříve gotický hrad na renesanční zámek s arkádovým nádvořím. Zámek je velkou dominantou Rosic, mezi další památky patří farní kostel svatého Martina z dvanáctého století, empírová radnice na náměstí města nebo kamenný pranýř ze sedmnáctého století a Ráhnův dům postaven v novorenesančním stylu z konce minulého století.

Součástí okresu je i obec Dolní Kounice, spadající pod ORP Ivančice, kde nalezneme také významné kulturní památky. Je uveden ženský premonstrátský, řád založený řeholními kanovníky v Prémontré, klášter Rosa coeli, postavený ke konci dvanáctého století, který byl v průběhu let mnohokrát zdevastovaný a vypálený. Nyní je tento boží stánek jen zříceninou, které dominuje kostel Panny Marie. Nad kostelem se nachází zámek, který byl zpočátku středověký hrad, ten měl sloužit k ochraně právě zmíněného kláštera. Stejně tak jako v Ivančicích, se i v Dolních Kounicích nachází židovská synagoga a hřbitov.

Jednou z dalších kulturních památek v okrese je další ženský klášter Vallis S. Mariae v obci Oslavany, spadající rovněž pod ORP Ivančice, zřízený k počátku třináctého století, který byl na konci století šestnáctého přebudován na renesanční zámek a jehož součástí byl i gotický kostel Panny Marie z roku 1228, který měl povahu zámecké kaple. Mezi další pozůstatky z historických pamětihodností patří kostel svatého Petra a Pavla z druhé poloviny dvanáctého století, postaven v románském stylu v obci Řeznovice, rovněž ORP Ivančice, který je řazen k největším dochovaným románským památkám na území České republiky. Další románskou stavbou je kostel svatého Kříže v obci Nebovidy, ORP Šlapanice. Okres je plný krásných zámků, některé už byly zmíněny, další se nacházejí v Kupařovicích, Hrubšicích, Troubsku nebo Prsticích.

Součástí území okresu jsou i památky spojené s technikou, jako je na příklad těžní věž z roku 1782 ve Zbýšově nebo viadukt v Ivančicích z roku 1870.

ORP Šlapanice a Židlochovice patří k nejpoutavějším lokalitám, jejichž území bylo obydleno už v době kamenné. Dokládají například zemědělské usedlosti, které dosvědčují lidové stavitelství – barokní kovárna v Těšanech, nebo barokně upravený gotický kostel Nanebevzetí Panny Marie. V Židlochovicích po sobě zanechal rod zmiňovaných Žerotínů

zámek z roku 1592, který se stal později oblíbeným letním sídlem našeho prvního prezidenta, Tomáše Garriguea Masaryka. V obci Rajhrad, jež je součástí ORP Židlochovice, mohou turisté navštívit rozlehlý objekt benediktínského kláštera. Na území správních obvodů jsou další dva zámky, jeden se nachází v Těšanech a druhý v Sokolnicích. K nejatraktivnějším lákadlům okresu Brno-venkov patří stopy po napoleonské válce, kterými jsou návrší Žuráň, spadající pod obec Podolí, pahorek Santon s kaplí Panny Marie Sněžné u obce Tvarožná a zejména secesní Mohyla Míru, spadající pod obec Práce, jež je prvním mírovým památníkem v Evropě. V ORP Šlapanice, obec Vranov, najdou turisté klášter s kostelem Narození Panny Marie, jehož zakladatelem je rod Liechtensteinů.

Obce s rozšířenou působností Kuřim a Tišnov nabízí rovněž různé atraktivity. Kuřim, o níž jsou první zmínky ze začátku třináctého století a jejíž osídlení se vztahuje také jako u předchozích ORP k době kamenné, má na svém území zámek z roku 1592 nebo ojedinělou barokní kapličku svatého Jana Nepomuckého, do které přitéká voda potrubím z borového dřeva. První zmínky o Tišnovu se datují k roku 1233, kde dominantou náměstí tohoto města je novorenesanční radnice. Zajímavým místem je i středověký klášter z roku 1233, který zřídila královna Konstancie, vdova Přemysla Otakara I., a nacházející v obci Předklášteří, nedaleko Tišnova.

Na území okresu najdeme i středověké hrady – hradisko Bučín v okolí Tetčic, hrad Levnov v Ketkovicích nebo hrad Vildenberk v Pozořicích (Machová, 2000).

5 Komparace TIC v konkrétních obcích okresu Brno-venkov

Praktické část bakalářské práce identifikuje a hodnotí konkrétní TIC ve zkoumaném okrese. Celkem se jich na tomto území nachází sedm, avšak ne všechna mají platný certifikát – jsou jimi, dle údajů na jejich webových stránkách a po snaze o komunikaci, centrum v Ivančicích (platnost ukončena ke dni 13. května 2016) a Vranovicích (platnost ukončena ke dni 17. září 2016). Turistickými centry, která certifikát platný mají, je centrum v Židlochovicích, Tišnově, Rosicích, Dolních Kounicích a Pasohlávkách. Můj výběr center tedy ovlivnilo, zdali centrum aktivně zodpoví můj první dotaz a následně naváže další komunikaci, těmito centry bylo TIC Tišnov, RTIC Židlochovice, KIC Rosice a TIC Pasohlávky.

Aby byla teorie aplikována do praxe, kritérii pro komparaci a následné hodnocení TIC bude jejich lokalizace, nabízené služby, financování, právní forma, spolupráce s veřejností, návštěvnost, propagace a ostatními hledisky bude spolupráce s A.T.I.C., spolupráce s okolními obcemi, zdali dané centrum využívá zmiňovanou dotaci Jihomoravského kraje a na co jsou finanční prostředky užity.

Informace budou čerpány hlavně z elektronické písemné komunikace s konkrétními centry, jejich osobní návštěvou a dále z monitoringu návštěvnosti rovněž pomocí e-mailu s agenturou CzechTourism.

5.1 Turistické informační centrum Tišnov

Turistické informační centrum v Tišnově (Obr. č. 3) se nachází zhruba půl kilometru od autobusového a vlakového nádraží (Příloha č. 1), od kterého je návštěvník za pomoci městského značení naváděn k tomuto TIC (Příloha č. 2). Centrum je umístěno v Jamborově domě na Brněnské ulici. Jamborův dům je současně i galerií, která vznikla roku 1996. V tomto domě od roku 1931 do roku 1961 žil a tvořil umění malíř Josef Tambor. Na pamětní desce lze vidět nápis „Malíř Vysočiny“. Centrum je umístěno do přízemí, což zajišťuje bezbariérový přístup.



Obrázek č. 3 - Budova TIC Tišnov

Zdroj: Vlastní fotografie.

Otevírací doba TIC, která je zveřejněna i na vchodu do centra, je mimo sezónu, od října do května, ve všední dny od 8:00 do 12:00 a dále od 13:00 do 17:00, o víkendech zavřeno. V sezóně, od června do září, je ve všední dny otevřeno jako mimo sezónu s výjimkou zavírací doby, která je posunuta v odpoledních hodinách o 30 minut, tedy zavírá se v 17:30, a je otevřeno o víkendu, v sobotu od 9:00 do 12:00 a dále od 13:00 do 18:00, v neděli od 9:00 do 12:00 dále od 13:00 do 16:00. Přesná adresa centra je Brněnská 475, 666 01 Tišnov.

TIC je jednou ze šesti složek Městského kulturního střediska Tišnov, zkráceně MěKS, dalšími složkami je již zmíněná Jamborova galerie, kino Svratka, knihovna, muzeum a tišnovské noviny. Centrum v Tišnově existuje 10 let, avšak pod záštitou MěKS je od 1. ledna 2015. Zřizovatelem střediska je Tišnov, centrum je tedy příspěvkovou organizací, a provoz centra je hrazen z rozpočtu, které město centru poskytne (Špačková, 2017).

Dotační program Jihomoravského kraje centrum využilo. Slečna Špačková (2017) píše, že v loňském roce byly finanční prostředky využity na tisk nových propagačních materiálů, mapy a na rozšíření pracovní doby v hlavní turistické sezóně, tedy od června do září, kdy centrum bylo otevřeno o zhruba padesát hodin měsíčně více. V rámci propagačních materiálů byly prostředky využity na leták pod názvem Cesty na Tišnovsku s mapou města Tišnova a uvádí zajímavá místa ve městě a jeho blízkém okolí. Tento rok

centrum podalo rovněž žádost o dotaci, kterou by chtěli využít na výrobu suvenýrů – pohlednic, reprodukce obrazů a fotografií, klíčenky apod.

S Asociací turistických informačních center TIC v Tišnově spolupracuje podle slečny Špačkové (2017) jen v rámci získávání certifikátu jednotné klasifikace informačních center. Toto sledované centrum tedy není členem Asociace, který by čerpal různé výhody, a nepodílí se tak např. na správě webových stránek Asociace, jejich nákladech nebo na společné propagaci a platí pouze poplatek za certifikát ve výši 2 500 Kč. Centrum plní podmínky pro jeho udělení a získává certifikační třídu „B“. Certifikát byl vydán 10. května 2015 a platí do 9. května 2018.

5.1.1 Poskytované služby

TIC poskytuje základní služby center – kopírování, tisk, skenování, laminování, kroužková vazba, počítač s přístupem na internet, zdarma připojení k Wi-Fi, prodej turistických předmětů a suvenýrů nebo zprostředkování průvodcovských služeb. Od roku 2015, kdy se centrum stalo součástí MěKS, byla rozšířena škála služeb o kulturní činnosti týkající se prodeje vstupenek na kulturní akce. Další rozšíření působení bylo o výlep plakátů a pronájem prostor (Špačková, 2017).

Prodej vstupenek uskutečněný prostřednictvím rezervačního systému „Colloseum“ je centrem využíván pro distribuci vstupenek do kina Svratka nebo na divadelní představení. Údaje o prodeji k lednu 2015 nejsou k dispozici z důvodu zahájení činnosti k tomuto období. Další systém prodeje vstupenek, které centrum využívá, je systém „Ticket Art“. Byl zřízen začátkem roku 2015 a prostřednictvím něj si mohou kulturní nadšenci zakoupit vstupenky do pražských divadel, na sportovní akce, hudební akce nejen u nás, ale i v zahraničí. Předposledním portálem, který rozšířil služby TIC, je systém velmi podobný předchozímu, a to „Ticket Stream“. Výroční zpráva MěKS zde uvádí pouze prodej vstupenek od dubna do září, kdy je portál využíván v sezóně, dle pořádaných specifických akcí. Poslední centrem využívaný systém je rozšířená verze zmiňovaného Collosea. Přes portál je možno si zakoupit vstupenky Národního divadla Brno, jež nabízí představení v Janáčkově divadle, Mahenově divadle nebo v divadle Reduta (Špačková, 2016). Z důvodu povahy činnosti centra, jež spadá pod Městské kulturní středisko Tišnov, nabízí TIC rovněž vstupenky na akce pořádané střediskem – výstavy v galerii, „Noc s Andersenem“ pořádaná městskou knihovnou jako již tradiční nocování v knihovně pořádané pro děti, koncertní recitály apod. Centrum

začalo spolupracovat i s okolními obcemi, zajišťuje jim prodej turistických předmětů a suvenýrů nebo prodávají vstupenky na akce, jež daná obec pořádá (Špačková, 2017).

Další služby nabízené turistickým centrem v Tišnově je výlep plakátů a pronájem prostor. Obě služby jsou určeny široké veřejnosti a jsou zpoplatněny. Sazebník pronájmu prostor MěKS Tišnov se uveden v sazbě za hodinu a pronajmout lze letní kino za 800 Kč/hod., muzeum, zde lze pronajmout přednáškový sál za 300 Kč/hod., kavárnu za 500 Kč/hod. a terasu za 200 Kč/hod. Dále na ulici Mlýnská 152, kde je sídlo střediska, má kino pronajímané za 1 200 Kč/hod., velký sál 600 Kč/hod., malý „jazzový“ sál za 300 Kč/hod., foyer za 200 Kč/hod., tělocvičnu za 300 Kč/hod. a zahradu za 400 Kč/hod. Jako další nabízené služby jsou uvedeny používání kuchyňky, služby provozního budovy, ozvučení reprodukované hudby, používání reflektorů, ozvučení velkou aparaturou se zvukařem nebo pronájem výčepního zařízení v rámci Městského kulturního střediska. Centrum uvedlo, že v roce 2015 prodalo suvenýry v hodnotě 15 513 Kč (Špačková, 2016).

5.1.2 Návštěvnost

Jedním z faktorů úspěšnosti centra, na jehož základě může být podmíněna i úspěšnost rozvoje dané oblasti, je jeho návštěvnost. V podkapitole je rozebrána struktura návštěvníků z hlediska národnosti a počtu návštěv od roku 2011 do roku 2016 (Tab. č. 1). Jak bylo v úvodu kapitoly zmíněno, informace byly získány díky písemné elektronické komunikaci s Českou centrálou cestovního ruchu České republiky, konkrétně s Marií Juránkovou, manažerkou oddělení turistických informačních center agentury CzechTourism, která mi ochotně zaslala všechny potřebné údaje. Od roku 2015 je TIC součástí MěKS, kdy lze z tabulky vyčíst, že nejsou rozlišováni návštěvníci, jak tomu bylo v předchozích letech. Z informací od pracovnice sledovaného centra, Elišky Špačkové, DiS., je nesoulad informací připisován zdlouhavému procesu programu monitoringu a dále manuálnímu zapisování návštěvnosti, kde je pouze konečný počet návštěvníků centra, a tedy není vykonávána konkrétní evidence. Údaje týkající se návštěvnosti zpětně po centru CzechTourism nevyžaduje, tudíž jsou tyto informace za roky 2015 a 2016 nekompletní.

Z hlediska celkového počtu návštěvnosti centra nerezidenty, dosahoval nejvyššího počtu příchozích rok 2012, kde největší zastoupení měli návštěvníci z Velké Británie. Současně s Velkou Británií byli od roku 2011 do roku 2016 nejvíce

evidováni návštěvníci z Nizozemí, konkrétně u obou zemí v tomto období ve celkové výši 45 hostů, a o šest hostů méně je evidováno z Německa. Ze sledovaných let lze hodnotit postupné snižování počtu zahraničních návštěvníků.

Návštěvnost rezidenty, tedy obyvateli České republiky, vyjadřuje Tabulka č. 2, kde je patrná převyšující návštěvnost z naší republiky a taky že se, oproti zahraničním hostům, stále zvyšuje.

Celkovou návštěvnost centra vyjadřuje Tabulka č. 3 a Graf č. 1, kde jsou uvedeny počty návštěv ze zahraničí i rezidenty, a lze zde pozorovat na základě trendové křivky (černá přerušovaná linie v grafu) narůstající množství návštěvnosti tišnovského centra. Rovněž díky údajům za celkový počet lze uvést, že průměrný počet návštěvníků se, díky převzetí centra Městským kulturním střediskem, zvyšuje. Zatímco do roku 2014 se průměrný počet návštěv pohyboval kolem 142 za měsíc, od roku 2015 se tento průměr navýšil téměř o 40 %, tedy na zhruba 200 návštěv za měsíc. Tento nárůst je pracovníky centra připisován rozšíření služeb centra.

Tabulka č. 1 - Návštěvnost TIC Tišnov dle národnosti od roku 2011 do roku 2016

Země	Rok					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Austrálie	-	-	-	4	-	-
Belgie	2	2	-	4	-	-
Čína	-	6	-	-	-	-
Dánsko	-	-	-	2	-	-
Estonsko	-	2	-	-	-	-
Finsko	-	2	-	-	-	-
Francie	6	6	1	-	-	-
Itálie	1	-	-	2	-	-
Jižní Korea	-	-	-	1	-	-
Kanada	3	2	-	-	-	-
Maďarsko	1	2	2	2	-	-
Německo	6	9	12	12	-	-
Nizozemí	16	7	12	10	-	-
Norsko	2	-	-	-	-	-
Polsko	2	5	-	-	-	-
Rusko	1	2	2	-	-	-
Slovensko	1	3	5	9	-	-
Slovinsko	-	2	-	1	-	-
Španělsko	2	1	-	-	-	-
Švýcarsko	2	1	3	-	-	-
USA	3	1	-	-	-	-
Velká Británie	4	16	18	7	-	-
Celkem	52	69	55	54	43	33

Zdroj: Vlastní zpracování dle údajů poskytnutých od Marie Juránkové, manažerky oddělení TIC agentury CzechTourism.

Tabulka č. 2 - Návštěvnost TIC Tišnov rezidenty od roku 2011 do roku 2016

Česká republika	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	1 544	1 700	1 596	1 763	2 030	2 770

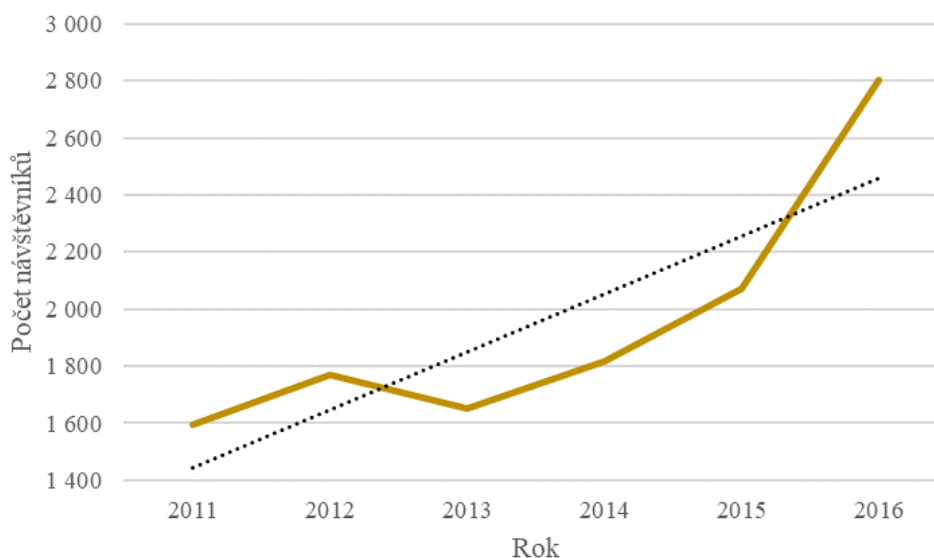
Zdroj: Vlastní zpracování dle údajů poskytnutých od Marie Juránkové, manažerky oddělení TIC agentury CzechTourism.

Tabulka č. 3 - Celková návštěvnost TIC Tišnov od roku 2011 do roku 2016

Celkem návštěvníků centra	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	1 596	1 769	1 651	1 817	2 073	2 803

Zdroj: Vlastní zpracování.

Graf č. 1 - Vývoj celkové návštěvnosti TIC Tišnov od roku 2011 do roku 2016



Zdroj: Vlastní zpracování.

5.1.3 Struktura témat požadavků

Jak bylo uvedeno v teoretické části bakalářské práce, jednou z funkcí turistických informačních center je, jak již z názvu center plyne, poskytování informací týkajících se turistiky, kultury, oblasti jejich působení, ubytování, stravování, dopravy, programů kulturních a sportovních, obchodních sítí a dalších informací související s danou oblastí. Tyto údaje centra shromažďují, zpracovávají a průběžně ověřují, aby poskytovala aktuální, objektivní a komplexní přehled o možnostech v cestovním ruchu. Následující tabulka (Tab. č. 4) ukazuje strukturu témat požadavků tak, jak je rozlišuje CzechTourism. Jsou rozděleny celkem na 9 oblastí a jsou jimi požadavky týkající se dopravy, kultury, prodeje, služeb centra, sportu, stravování, turistiky a ubytování.

V tišnovském centru se i zde setkáváme s nekompletními informacemi v letech 2015 a 2016, rovněž z důvodu nevedení konkrétní evidence těchto údajů. Z období předchozích čtyř let, tedy od roku 2011 do roku 2014, lze vidět, že struktura kladených dotazů na centrum rostla, tedy v roce 2014 dosahovala nejvyšší hodnoty. Nejvíce se návštěvníci zajímali o služby poskytované centrem. Zde mi nebyly poskytnuty údaje, ke složení konkrétních služeb centra před jeho součinnosti v MěKS. Dále se hosté TIC zajímali o informace týkající se turistiky.

Tabulka č. 4 - Struktura témat požadavků na TIC Tišnov od roku 2011 do roku 2016

Požadavek	Rok						Celkem
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
Doprava	11	19	6	7	-	-	43
Kultura	50	102	98	69	-	-	319
Prodej	176	238	302	311	-	-	1 027
Služby centra	350	341	314	460	-	-	1 465
Sport	27	14	9	9	-	-	59
Stravování	6	11	6	9	-	-	32
Turistika	379	408	306	366	-	-	1 459
Ubytování	24	26	20	7	-	-	77
Jiný	158	182	176	166	-	-	682
Celkem	1 181	1 341	1 237	1 404	-	-	

Zdroj: Vlastní zpracování dle údajů poskytnutých od Marie Juránkové, manažerky oddělení TIC agentury CzechTourism.

5.1.4 Propagace

Jak bylo zmíněno v úvodu o tišnovském centru, MĚKS spravuje i Tišnovský zpravodaj. V tom se konkrétně o TIC nepíše, ale jsou tam uvedeny pozvánky a informace k různým kulturním akcím, které mají být uskutečněny v jednotlivých složkách střediska. Ku příkladu ve zpravodaji měsíce března letošního roku je vypsán seznam akcí Městské knihovny Tišnov pro měsíc březen.

Soudím, že jednou z nejefektivnějších forem propagace v současnosti zřízení účtu na sociálních sítích. V dnešní době je asi nejpopulárnější Facebook. Ten využívá i toto sledované centrum, kde pravidelně sdílí akce pořádané Městským kulturním střediskem, akce z blízkého okolí a dále v rámci spolupráce propaguje akce destinace Koruna Vysočiny.

Turistická destinace Koruna Vysočiny byla založena roku 2015 ve spolupráci s městem Tišnov a městy Nedvědice a městy Velké Meziříčí, Velká Bíteš, Nové Město na Moravě, Žďár nad Sázavou a Bystřice nad Pernštejnem. TIC podává „pomocnou ruku“ celé destinaci, jsou zde k nabídce Turistické noviny, kdy za rok 2016 vyšly celkem dvě čísla. Od dalších zakladatelských měst jsou dodávány další propagační materiály, jež centrum zdarma nabízí pro všechny návštěvníky. Koruna Vysočiny vydává i cyklistickou a turistickou mapu, která se v TIC prodává. V rámci spolupráce destinace a centra jsou na veletrzích cestovního ruchu a dovolené propagovány materiály centra.

Za rok 2016 se materiály šířily po veletrzích v Praze, Ostravě, Lysé nad Labem a také do zemí jako např. Nizozemí, Slovenska a Rakouska (Špačková, 2016).

Dále se o centru lze dovědět na turistických portálech, jako jsou CZeCOT nebo na stránkách jizni-morava.cz, které jsou zaměřeny na turistiku a centrum sem pravidelně přidává akce konající se v Tišnově a jeho blízkém okolí, tipy na výlety nebo informace o památkách.

Poslední forma propagace je prostřednictvím časopisu Kam po Česku, jenž centrum pravidelně dostává a dále ho nabízí zdarma. Přes webové stránky časopisu jsou propagovány akce Městského kulturního střediska.

5.2 Regionální turistické informační centrum Židlochovice

Regionální turistické informační centrum (Obr. č. 4), zkráceně RTIC, v Židlochovicích je umístěno zhruba 400 metrů od místního autobusového nádraží (Příloha č. 4), vlakové nádraží je zde momentálně mimo provoz. Centrum je hned vedle radnice a zároveň městského úřadu Židlochovic a vedle budovy je malé posezení nebo parkoviště pro osobní automobily. K centru vedou z autobusového nádraží dvě městské značky, značení blíže k centru, je uvedeno v Příloze č. 5. Stejně jako předešlé centrum, i toto je v přízemí, tudíž i sem je zajištěn bezbariérový přístup.



Obrázek č. 4 - Budova RTIC Židlochovice
Zdroj: Vlastní fotografie.

Otevírací doba židlochovického TIC je v sezóně, od května do září, pondělí až pátek od 9:00 do 12:00 a dále od 13:00 do 17:00 a o víkendu nebo svátcích otevřeno bez přestávky od 9:00 do 17:00. Mimo sezónu, od října do dubna, je centrum otevřeno pondělí až čtvrtek

od 9:00 do 12:00 a dále od 13:00 do 17:00, v pátek od 9:00 do 13:00 a o víkendech nebo svátcích je centrum zavřeno. TIC je tedy ročně otevřeno 32 hodin 5 dní v týdnu mimo sezónu a v sezóně celkem 52 hodin 7 dní v týdnu. Přesná adresa centra je Masarykova 100, 667 01 Židlochovice.

Toto sledované centrum je v provozu od 17. srpna 2004 a spravuje ho právě město Židlochovice. Obce tohoto regionu přispívají na jeho provoz, centrum je tedy opět příspěvkovou organizací. Celkem zde pracují tři zaměstnanci, a to na pozici vedoucí, odpovědná referentka, jíž je Lenka Betášová, která mi pomáhala se zpracováním informací o centru, a kulturní referent.

Dotační program TIC využívá každý rok a žádá kraj o dotace, které by zkvalitnily poskytované služby nebo na zhotovení nových informačních brožur, dotisk stávajících brožur, dále jsou finance užity pro překlad informací do různých cizích jazyků, informačních panelů, na vybavení centra, aby splňovalo požadavky turistů a podobně.

TIC není členem A.T.I.C, avšak v letošním roce se chystá uhradit členský příspěvek a doufá tak, že se k právoplatným členům v nejbližší době připojí (Betášová, 2017). Certifikační třída centra je v třídě „C“ a listina je platná od 10. května 2016 do 9. května 2018, byla udělena tedy ve stejnou dobu jako certifikát u TIC v Tišnově.

5.2.1 Poskytované služby

I toto zpracovávané centrum poskytuje základní služby center jako je kopírování, tisk – zdarma jedná-li se o turistické informace týkající se např. ubytování nebo map, veřejně přístupný počítač s možností internetu, Wi-Fi připojení, dále jsou nabízeny turistům mapy nebo brožury o městu. Centrum vydává svůj kulturní kalendář. Turistické informace poskytnuté centrem se týkají Židlochovic a okolních obcí, cyklotras, firmách, institucí a úřadech v Židlochovicích a okolí, kulturních, sportovních a společenských akcí.

Židlochovické centrum rovněž poskytuje ke koupi vstupenky, avšak pouze na kulturní akce pořádané ve městě, nebo průvodcovské služby na prohlídky města nebo procházku naučnou stezkou Výhon pro skupiny, které musejí být objednány u centra dopředu. V rámci spolupráce mezi okolními obcemi centrum vyvěšuje tamější akce (Betášová, 2017).

Město Židlochovice je regionem vinařským, tak se i v centru nachází vinotéka. Jsou zde nabízena vína vinařů místních i z jižní Moravy – Vinařství: Flajšinger, Hanuš, Merlon, Jan Plaček, Rajhrad, Rozařím, Samson, Trpělka a Oulehla, Válka, Josef Valihrach a Proqin. Centrum poskytuje i degustace vín z těchto vinařství nebo doplňků. TIC se nachází na cyklostezce Brno-Vídeň, Židlochovice jsou tak členem dobrovolného svazku obcí Cyklistická stezka Brno-Vídeň (Město Židlochovice [online]).

Součástí budovy je i malá galerie, kde bývají vystavovány nejen obrazy a fotografie různých autorů, ale byla zde i expozice dokumentace židlochovického zpravodaje.

5.2.2 Návštěvnost

Na rozdíl od tišnovského TIC nebyly od agentury CzechTourism k dispozici údaje týkající se rozdělení návštěvnosti dle jednotlivých národností nebo celkové rozlišení na rezidenty a nerezidenty. Po komunikaci s paní Betášovou mi bylo oznámeno, že centrum jednoduše návštěvníky dle daných zemí nerozlišuje a na CzechTourism zasílá tedy jen celkový počet všech návštěvníků centra za celý rok. V Tab. č. 5 jsou tedy zahrnuti jak hosté z cizích zemí, tak i hosté z České republiky, proto je zde tato tabulka uvedena jako jediná. Ještě k úplnosti zdroje čerpání dat, CzechTourism poskytl návštěvnost do roku 2014 a paní Betášová doplnila roky 2015 a 2016.

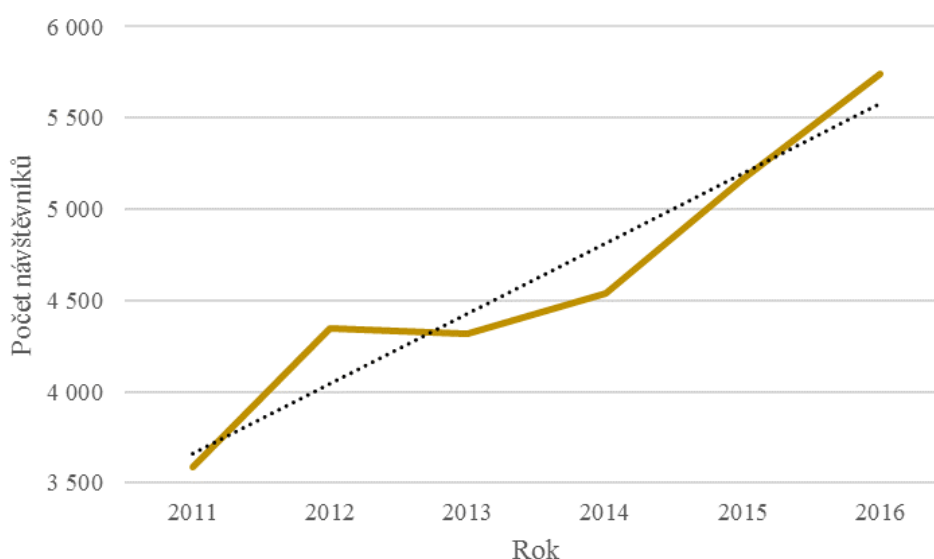
I u tohoto centra sledujeme, až na rok 2013, rostoucí trend (Graf č. 2) v návštěvnosti. Zatímco od roku 2011 do roku 2014 průměrně za měsíc navštívilo centrum zhruba 350 lidí, za roky 2015 a 2016 je to téměř o 30 % větší nárůst, tedy průměrný počet návštěvníků centra za toto období se pohybuje kolem 450 turistů za měsíc.

Tabulka č. 5 - Celková návštěvnost RTIC Židlochovice od roku 2011 do roku 2016

Celkem návštěvníků centra	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	3 589	4 350	4 319	4 536	5 167	5 742

Zdroj: Vlastní zpracování dle údajů poskytnutých od Marie Juránkové, manažerky oddělení TIC agentury CzechTourism, a dle Lenky Betášové, odpovědné referentky Regionálního kulturního centra Židlochovice.

Graf č. 2 - Vývoj celkové návštěvnosti RTIC Židlochovice od roku 2011 do roku 2016



Zdroj: Vlastní zpracování.

5.2.3 Struktura témat požadavků

Na neštěstí i tato podkapitola o židlochovickém centru bude strohá. TIC si nevede žádnou evidenci týkající se struktury témat požadavků ze strany návštěvníků

5.2.4 Propagace

I ORP Židlochovice má svůj Zpravodaj. V rámci propagace v tomto médiu, je centrum v článcích zmiňováno. V posledním čísle, tedy Zpravodaj března letošního roku, je uveden článek o degustaci vín ve vinotéce tohoto informačního centra, která se uskutečnila 17. února tohoto roku. V tomto měsíčníku je i pozvánka na další degustace vín nebo na kulturní akce, kde prodej vstupenek je právě v centru.

Z hlediska sociálních sítí centrum má vlastní profil pod názvem „Infocentrum Města Židlochovice“, kde jsou sdíleny pozvánky na různé akce, např. pro letošní Velikonoce je zveřejněný program událostí – pozvánka do knihovny, zdobení stromů a další, dále jsou zde uvedeny nové produkty centra – v rámci Velikonoc prodej pohlednic s motivem města nebo oznámení o nalezených zvířatech. Facebookový profil má i ORP Židlochovice, kde jsou např. zmiňovány akce centra.

V rámci vinařské tradice města Židlochovice a vinotéce centra je RTIC publikováno na webových stránkách značky Národního vinařského centra, o.p.s. „Vína z Moravy“ a „Vína z Čech“, turistickém portálu CZeCOT.cz nebo na webových stránkách již zmiňované cyklostezky Brno-Vídeň.

Jelikož je město Židlochovice součástí mikroregionu Židlochovicko, které si klade za úkol regionální rozvoj všech svých členských obcí, jsou na webových stránkách tohoto regionu kulturní akce zveřejňované centrem.

Bere-li se v úvahu propagace centra v rámci časopisů cestovního ruchu, naleznete RTIC v publikaci „Kam po Česku“, avšak nepíše se o něm pravidelně.

RTIC se zúčastňuje i veletrhů týkající se turismu, např. roku 2015 na Mezinárodním veletrhu turistických možností v regionu, kde pracovníci centra propagovali region Židlochovicko, kde se návštěvníci stánku zajímali nejvíce o historii tamějšího vinařství, cyklostezkách nebo židlochovickou rozhlednu Akátovou věž (Betášová, 2017).

5.3 Kulturní informační centrum Rosice

Rosické kulturní informační centrum, zkráceně KIC, je umístěno zhruba půl kilometru od vlakového nádraží a ve stejné vzdálenosti i od nejbližší autobusové zastávky (Příloha č. 7). Centrum je zároveň umístěno sto metrů od Zámku Rosice a jeho protější budovou je městská radnice. I když je centrum umístěno v přízemí, vedou k němu tři schodky (Obr. č. 5), takže bezbariérový přístup není zajištěn, avšak KIC je vybaveno signalizací pro vozíčkáře. Městské značení města jsem našla jen jedno, a to po vjezdu do města z dálnice D1 (Příloha č. 8), a je umístěno zhruba 700 metrů od centra.



Obrázek č. 5 - Budova KIC Rosice

Zdroj: Vlastní fotografie.

Provoz centra je mimo sezónu, tedy od října do května, v pracovní dny od 9:00 do 12:00 a dále od 13:00 do 17:00 hodin. O víkendech a svátcích má centrum zavřeno. V sezóně, tedy od června do září, je v pracovní dny otevřeno jak mimo sezónu se změnou o víkendech a svátcích, kdy má centrum otevírací dobu od 9:00 do 12:00 a dále od 13:00 do 16:00. Konkrétní adresa centra je Palackého náměstí 45, 665 01 Rosice.

KIC bylo založeno 1. července 2005 a je příspěvkovou organizací, kterou spravuje město Rosice, to je i jeho zřizovatelem. Centrum má tři stálé zaměstnance, kde jednou z nich je Judita Kalábová, která se mnou komunikovala, a několik externích pracovníků, kteří pracují v centru o víkendech a jsou zaměstnání na základě Dohody o provedení práce. Externími pracovníky centra jsou např. promítači a pokladní v kině, brigádníci pomáhající při trzích a slavnostech, při stavění pódia nebo stánků, a jsou jimi i spoluorganizátoři větších kulturních akcí nebo lidé pomáhající centru v rámci roznosu a korektur textu v rosickém zpravodaji Rosa.

Dotační program je centrem využíván. Jsou jím hrazeny například mzdy externích pracovníků centra. I letos si centrum žádost podalo, avšak nebylo mi sděleno, na co jej chce konkrétně využít (Kalábová, 2017).

Rosické centrum spolupracuje s Asociací turistických informačních center, stejně jako centrum v Tišnově, pouze v rámci nabytí certifikátu, není tedy oficiálním členem A.T.I.C. Klasifikační třída centra „C“ je v rámci certifikátu vydaného dne 10. listopadu 2015 a platí do 9. listopadu letošního roku.

5.3.1 Poskytované služby

Jako i předešlá centra, i toto nabízí základní služby jako je poskytování turistických informačních služeb, zejména o městě a okolních regionech v kulturní oblasti za účelem vytváření veřejné propagace Rosic a jeho okolí, prodej pohlednic, turistických známek, suvenýrů a turistických publikací (např. o historii města), dále je návštěvníkům nabízen internet, černobílý i barvený tisk do maximálního formátu A3 nebo propagační materiály Rosic. Informace týkající se poskytovaných služeb KIC čerpá z komunikace s pracovníci centra, Juditou Kalábovou, a ze Závěrečné zprávy o činnosti Kulturního informačního centra Rosice.

Díky KIC je zajištěn předprodej vstupenek do rosického kina Panorama, které centrum provozuje od 1. listopadu 2009 a jehož součástí je i restaurace a kavárna, nebo na kulturní akce konané přímo ve městě nebo i v jeho blízkém okolí. Dále centrum

využívá, stejně jako TIC Tišnov, program Colloseum, který je slouží k předprodeji vstupenek na představení v rámci Národního divadla Brno nebo na další kulturní akce pořádané centrem a dalších organizací. Aby centrum zkvalitnilo své služby, několikrát investovalo do spravovaného kina. Největší investicí byla digitalizace kina, na kterou bylo vyčerpáno téměř 2,8 mil. Kč. Z hlediska provozu kina – promítá se každý čtvrtek, pátek, sobotu a neděli, od ledna roku 2015 je znovu v činnosti filmový klub, kde jsou uváděny nejen filmy ze zlatého fondu kinematografie, ale jsou promítány i novinky, KIC organizuje i projekce pořádané pro mateřské a základní školy, pro Gymnázium Tomáše Garriguea Masaryka v obci Zastávka nebo pro seniorskou organizaci v rámci cyklu „Bio senior“, kde je nižší vstupné. Kino má i svého partnera, kterým je mikroregion Kahan, který přispěl na výše uvedené investice částkou 0,5 mil. Kč. Pro mateřské školy v tomto mikroregionu jsou jednou za rok zdarma organizované projekce. V kině jsou dále pořádány školení úředníků z Městského úřadu Rosice nebo setkání vedení města s veřejností, koncerty, besedy, ale i divadelní představení.

Centrum rovněž přijímá inzerce do rosického zpravodaje Rosa, jehož prostřednictvím jsou šířeny informace pro odběratele zpravodaje a jenž je zároveň vydavatelem. Publikaci zpravodaje převzalo KIC v roce 2005, tedy v roce, kdy vzniklo samotné centrum. Grafická úprava, tisk, korektury a distribuce jsou zajištěny v rámci externí spolupráce. Rosa je vydáván jedenáctkrát do roka a je tištěno 2 950 kusů, které jsou zdarma doručovány do domácností města Rosice, jeho náklady činí zhruba 42 000 Kč za měsíc, jelikož je zpravodaj šířen i do obce Babice, jsou náklady za 250 kusů hrazeny právě touto obcí a třicet procent nákladů hradí příjem z vydaných inzerátů. Inzerce jsou přijímány i do televizního kabelového vysílání. Centrum zároveň zpracovává pořady vysílené v tomto vysílání.

Stejně jako u tišnovského centra i to rosické přijímá plakáty pro výlep, ten je nabízen na daných výlepových plochách města nebo na plochách ve 23 okolních obcích. Plochy pro výlep se v Rosicích nacházejí na ulicích Brněnská, Husova, Úvoz, 1. května, Zbýšovská, Říčanská, Trávníky a dvě plochy na Palackého náměstí. Běžně centrum vylepuje každé úterý, v případě zájmu, s příplatkem 240 Kč, je výlep zajištěn do dvou dnů od podání žádosti. Zákazník, který si tyto služby u centra zaplatí, může využít i fotodokumentaci s příplatkem 24 Kč. Centrum nabízí službu zdarma pro tyto zákazníky, a to zveřejnění jejich plakátově propagované akce na webových stránkách centra. Obcemi, které si mohou zažádat o výlep plakátů, jsou Zastávka, Babice, Kratochvilka, Ostrovačice, Veverské Knínice, Říčany, Říčky, Domašov, Rudka, Litostrov, Zbraslav,

Příbram, Zakřany, Zbýšov, Lukovany, Vysoké Popovice, Újezd, Neslovice, Oslavany a Ivančice. Těmto obcím je výlep poskytnut každé úterý nebo středu a ceník je stanoven individuálně dle dohody a požadavků obce.

Jako další nabízená služba centra je pronájem vybavení pro různé kulturní akce. Zájemci si v centru mohou pronajmout pódium se střechou i bez zastřešení, kam lze připojit schodky, a v rámci této nabídky centrum nabízí i dopravu na konkrétní místo určení. Další je nabízen cateringový stan skládající se z trubkové konstrukce, nepromokavou plachtou, střechy a čtyř odnímatelných boků. Centrum poskytuje k pronájmu i tzv. „nůžkové stany“ s přepínatelnou a odnímatelnou zadní plachtou a boky nebo taneční parket skládající se z desek o velikosti jedné 2 m². Zájemci si v KIC mohou pronajmout i skládací dřevěné židličky nebo lavice a stoly, ozvučení a osvětlení, kde je součástí nabídky poskytována instalace a obsluha těchto zařízení, nebo i velkoplošné projekce zajištěné dataprojektorem a přenosným plátnem do vnitřních prostor nebo nafukovacím plátnem na venkovní akce. Co se týče tohoto venkovního plátna, jsou tedy organizovány filmové projekce pod širým nebem neboli letní kino, které nese název „Kočovný biograf“, na něm opět centrum spolupracuje s obcemi mikroregionu Kahan od roku 2011. Letní kino je v provozu od června do září a bývá umístěno na návších, hřištích, loukách nebo koupalištích, kde jsou promítány snímky dle výběru dané obce. Konkrétní obce, které přispěly na pořízení venkovního projektoru jsou Lukovany, Tetčice, Vysoké Popovice, Zastávka a Zbýšov. Pro obyvatele Rosic je promítáno v přední části zámeckého parku města nebo na koupališti. Vždy, když se v určeném místě promítá, je tam přítomen pracovník KIC a jeden brigádník a se stavbou pomáhají tamější dobrovolní hasiči nebo jiní obyvatelé příslušné obce, kteří svévolně chtějí pomoci.

Kulturní centrum Rosice dále provozuje i Zámecké kulturní centrum, zkráceně ZKC. To je v činnosti od října roku 2010. KIC je dále nájemcem objektu, kde ZKC sídlí, od příspěvkové organizace Správa zámku Rosice a pronajímatelem daných sálů, kde jsou pořádány koncerty, výstavy, schůze, školení, výuku tanečního oboru Základní umělecké školy, a kluboven, které jsou využívány např. Klubem seniorů, mažoretkami Anife, Rodinným centrem Kašpárkov, dále slouží pro cvičení pilates, o letních prázdninách pro výuku angličtiny. Součástí ZKC je i sklad, který slouží KIC pro uskladnění inventáře nebo dalšího majetku (Volánek, 2016).

5.3.2 Návštěvnost

V rámci návštěvnosti centra z hlediska jejich národnosti (Tab. č. 6) lze vidět, že do centra od roku 2011 do roku 2015 zavítalo méně hostů, avšak to může být způsobeno manuálním zaznamenáváním, tedy lidským faktorem při sběru těchto dat. Hned po návštěvách našeho nejbližšího souseda, Slovenska, do centra přišli hosté z Velké Británie a jen o čtyři návštěvníky méně, tedy zastoupení na třetí příčce, mají turisté z Německa. Z hlediska vzdálenosti, byli „nejexotičtějšími“ hosti ze Spojených států amerických, ti centrum navštívili roku 2015.

Díky Tabulce č. 6 lze pozorovat, že v rámci návštěvníků z České republiky se jejich počet do roku 2013 zvyšoval a v dalších letech zaznamenalo centrum pokles návštěv zejména roku 2015, to pracovnice centra, Judita Kalábová, vysvětluje na základě toho, že nějaký čas centrum nevidovalo své návštěvníky, protože návštěvnost je pořád zhruba na stejné úrovni. I u rosického centra je patrné, že nejvíce centrum navštíví právě obyvatelé naší republiky.

Celkovou návštěvnost ukazuje Tabulka č. 7 a Graf č. 3. Z tabulky je stanoven průměrný počet návštěvníků centra, který se pohybuje do roku 2013 kolem 370 za měsíc a od roku 2014 do roku 2016 je to návštěvníků pouze zhruba 314, což je pokles o téměř 18 %. To dokazuje i trendová křivka v grafu, která je klesající. Opět jsem tento fakt konzultovala s paní Kalábovou a jako odůvodnění mi bylo sdělena skutečnost, že KIC poskytuje stále více informací, které si dotyční mohou najít na webových stránkách centra, a také to, že poskytování vstupenek na různé kulturní akce je možno zakoupit právě na webu KIC. Z těchto důvodů návštěvníci nemusí fyzicky centrum vůbec navštívit.

Tabulka č. 6 - Návštěvnost KIC Rosice dle národnosti od roku 2011 do roku 2016

Země	Rok					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Belgie	-	-	-	-	1	-
Finsko	-	-	-	-	1	-
Francie	-	5	1	-	-	4
Chorvatsko	-	-	-	-	1	-
Itálie	4	-	-	2	2	-
Maďarsko	-	-	-	5	1	-
Německo	8	13	8	6	7	14
Nizozemí	4	2	3	-	-	-
Polsko	6	4	4	-	2	2
Rakousko	1	-	8	4	2	-
Rumunsko	4	-	-	-	-	-
Rusko	5	8	5	2	3	-
Slovensko	17	25	20	17	3	3
Španělsko	-	-	2	-	-	1
Turecko	1	-	-	-	-	-
USA	-	-	-	-	2	-
Velká Británie	14	10	5	17	4	10
Celkem	64	67	56	53	29	34

Zdroj: Vlastní zpracování dle údajů poskytnutých od Marie Juránkové, manažerky oddělení TIC agentury CzechTourism.

Tabulka č. 7 - Návštěvnost KIC Rosice rezidenty od roku 2011 do roku 2016

Česká republika	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	2 717	4 973	5 446	4 264	2 735	4 176

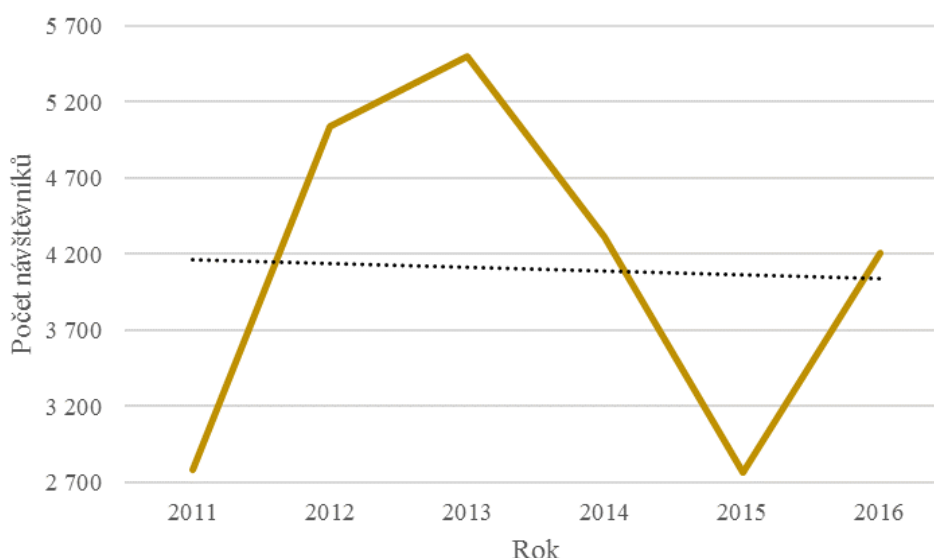
Zdroj: Vlastní zpracování dle údajů poskytnutých od Marie Juránkové, manažerky oddělení TIC agentury CzechTourism.

Tabulka č. 8 - Celková návštěvnost KIC Rosice od roku 2011 do roku 2016

Celkem návštěvníků centra	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	2 781	5 040	5 502	4 317	2 764	4 210

Zdroj: Vlastní zpracování.

Graf č. 3 - Vývoj celkové návštěvnosti KIC Rosice od roku 2011 do roku 2016



Zdroj: Vlastní zpracování.

5.3.3 Struktura témat požadavků

I u KIC Rosice jsou dotazy návštěvníků rozděleny na stejná témata, jako tomu bylo u tišnovského TIC. Z Tabulky č. 9 vidíme, že centrum obdrželo nejvíce požadavků v roce 2013. Avšak v rámci celkových součtů dotazů v jednotlivých letech musí být bráno v úvahu, jak mi bylo sděleno pracovníci centra Juditou Kalábovou, že tyto údaje jsou centrem zaznamenávány jen v případě, dotáže-li se daná osoba pomocí pevné linky či mobilního telefonu, tedy dotazy na základě telefonátu, nebo zdali jsou tato témata požadována od centra v rámci písemné elektronické komunikace. Tím pádem by v této tabulce byly zaneseny větší hodnoty počtu dotazů v případě, že by centrum evidovalo i požadavky, které jsou položeny v přímé osobní komunikaci, tedy při fyzické návštěvě centra. Z hlediska struktury daných témat se zákazníci zajímají o prodej v centru, druhé místo v rámci dotazů, stejně jako u tišnovského centra, zaujímá téma týkající se turistiky a třetí příčka patří dotazům týkající se kultury.

Tabulka č. 9 - Struktura témat požadavků na KIC Rosice od roku 2011 do roku 2016

Požadavek	Rok						Celkem
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
Doprava	1	-	1	4	-	2	8
Kultura	3	-	15	4	5	1	28
Prodej	1	-	38	14	11	-	64
Služby centra	-	-	11	4	11	-	26
Sport	-	-	-	-	-	-	-
Stravování	-	-	-	1	2	-	3
Turistika	-	-	12	5	13	2	32
Ubytování	1	-	1	1	-	-	3
Jiný	-	-	1	4	1	-	6
Celkem	6	-	79	37	43	5	

Zdroj: Vlastní zpracování dle údajů poskytnutých od Marie Juránkové, manažerky oddělení TIC agentury CzechTourism.

5.3.4 Propagace

Má-li být zmíněna propagace centra v rámci zpravodaje pro příslušné město, je centrum v povědomí, nejen obyvatel Rosic, už jen díky jeho publikaci. Kulturní centrum Rosice je tedy jediné ze sledovaných, které má zpravodaj pod svou správou.

KIC má, stejně jako TIC Tišnov, účet na sociální síti Facebook. Odkaz na něj lze najít i na oficiálních internetových stránkách centra. Profil centra na Facebooku nemá však charakter, kde by zájemci mohli tzv. „lajknout“ jejich profil, takže není zde povaha tzv. „stránky“, ale povaha „lidé“, tedy centrum si zájemci přidávají „do přátel“. Centrum má z tohoto hlediska na Facebooku zhruba 1 400 „přátel“. Na profilu jsou nejvíce uváděny pozvánky a upozornění na pořádané kulturní akce v rámci regionu.

Co se týče spolupráce s výše uvedenými obcemi, ať už s mikroregionem Kahan v rámci letního kina nebo obcí, pro něž centrum poskytuje výlep plakátů, je KIC propagováno v příslušných lokalitách i na jejich internetových stránkách.

Propagace centra je zajištěna, shodně jako u předcházejících center, i na turistických portálech jako je web Jižní Moravy, CZeCot.cz nebo Kudy z nudy, který má pod záštitou Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism.

5.4 Turistické informační centrum Pasohlávky

TIC v Pasohlávkách (Obr. č. 6) je jediné ze zkoumaných, které leží v obci a nikoli ve městě, jako u předešlých center. Nenachází se zde jak vlakové nádraží, tak ani nějaké

nádraží autobusové (viz Příloha č. 10). V katastrálním území obce jsou celkem tři autobusové zastávky, avšak jen jedna je přímo v obci u tamějšího kostela, druhá zastávka se nachází u zdejšího aquaparku Aqualandu Moravia, které je vzdálený od obce zhruba 2,5 km, a třetí zastávka je umístěna na mezinárodní evropské ulici E461 a byla nejspíše zřízena zejména pro návštěvníky Mušovských jezer, od aquaparku je ve vzdálenosti asi 170 m. Nejlepší možnost, jak se dostat k turistickému informačnímu centru v Pasohlávkách prostřednictvím hromadné dopravy, je využití autobusové linky směřující přímo do obce, je to tedy první ze zmíněných zastávek. Pasohlávky, u kostela – přesný název této autobusové zastávky, leží přibližně 180 m od místního TIC. Centrum v obci není součástí nějaké další stavby, ale bylo zřízeno jako samostatná budova, nevedou k ní žádné schody, bezbariérový přístup je tedy zajištěn. Značení (Příloha č. 11) TIC je po obou vjezdech do Pasohlávek a zároveň je i několik metrů od centra.



Obrázek č. 6 - Budova TIC Pasohlávky
Zdroj: Vlastní fotografie.

Otevírací doba centra je rozdělena do tří období. V dubnu a říjnu má centrum každé pondělí a úterý zavřeno, středy až neděle je TIC otevřeno od 8:00 do 12:00 a dále od 13:00 do 17:00. Další období je od května do září, kdy je otevřeno každý den včetně svátků od 8:00 do 12:00 a dále od 13:00 do 18:00. V posledním období, od listopadu do března, jsou informace poskytovány pouze na telefonním čísle, od pátku do neděle od

8:00 do 16:00, nebo prostřednictvím elektronické komunikace. Přesná adresa centra je Pasohlávky, 691 22 Pasohlávky.

Centrum je v provozu od 1. června 1998 a zřizovatelem je obec Pasohlávky, tudíž i financování centra plyne z obce. Výjimkou byl rok 2013, kdy TIC provozovala společnost Pasohlávská rekreační, s. r. o. (Čáslavová, 2017).

Dotace z Jihomoravského kraje jsou pravidelně čerpány, avšak nebylo mi upřesněno na co je centrum konkrétně využívá.

Od roku 2013 je toto sledované centrum, jako první ze zkoumaných, členem Asociace turistických informačních center Centrum čerpá výhody z členství jako jsou lepší cenové podmínky např. u seminářů c rámci veletrhů cestovního ruchu, pořádání členských fór pro pracovníky centra nebo z hlediska stanovení standardů v rámci jednotlivých TIC. Z členství v Asociaci plynou roční příspěvky ve výši 4 000 Kč. Certifikát TIC Pasohlávky je platný od 10. listopadu 2015 do 9. listopadu 2017 a je zařazen do klasifikační třídy „C“ (Jelénková, 2017).

5.4.1 Poskytované služby

Jako všechna předešlá centra, TIC v Pasohlávkách poskytuje bezplatně informace o dopravě, službách, ubytovacích a stravovacích možnostech, kulturních, společenských a sportovních akcích v této obci a také základní informace o Jihomoravském kraji. Má i základní vybavení center, počítač s připojením na internet, telefon, tiskárnu a kopírku. Dále jsou pro návštěvníky k dispozici brožury o Pasohlávkách a jeho okolí, je zde možnost rezervovat si ubytování nebo koupit vstupenky na kulturní a sportovní akce. Co se závěrečné zprávy týče, centrum žádnou nepíše, avšak v rámci menšího přehledu činnosti je zpracováváno shrnutí pro zaspání do kroniky Pasohlávek (Pasohlávky [online].).

Stejně jako Židlochovicemi, tak i Pasohlávkami prochází cyklostezka Brno-Vídeň. Stejně tak Pasohlávkami vede vinařská cyklostezka, konkrétně Mikulovská vinařská stezka. Vzhledem k tradici vína v této oblasti, centrum nabízí rezervaci vinných sklípků nebo i prodej vína. Dalšími cyklistickými stezkami, které touto sledovanou obcí vedou, je Jantarová stezka v rámci Greenway Krakov – Morava – Vídeň nebo v rámci evropských sítí cyklotras, tzv. „Eurovelo“ přes území obce vede trasa Eurovelo 9, od Baltu k Jadraniu, kdy trasa je vedena ve většině souběžně s trasou Brno-Vídeň.

5.4.2 Návštěvnost

Je-li zkoumána návštěvnost pasohlávkého turistického informačního centra, byly údaje nejúplnější. Co se týče návštěvníků ze zemí mimo Českou republiku (Tab. č. 10), až na rok 2013, kdy paní Jelénková nedokázala říci, proč se tak toho roku stalo, jejich počet ve sledovaném období roste. Nejčastějšími hosty jsou naši sousedé, obyvatelé Slovenska nebo Rakouska a Polska, u nichž je nejspíše spojitost právě s uvedenou cyklostezkou vedoucí z polského města Krakov nebo trasou Brno-Vídeň. Dalšími častými návštěvníky jsou turisté z Velké Británie a zhruba ve stejném počtu centrum navštěvují hosté z Německa a Nizozemí. Mezi „nejexotičtější“ lze zařadit turisty z Číny, Kanady a Spojených států amerických.

TIC je nejvíce navštěvovaným ze všech zkoumaných. Zejména pak co se týče rezidenty, tedy obyvateli naší republiky (Tab. č. 11). Nejvíce návštěv bylo k minulému roku, kdy sem zavítalo 9 458 Čechů.

V rámci celkové návštěvnosti centra byla zhotovena Tabulka č. 12 a Graf č. 4, z něhož lze vidět jasný růstový trend, který lze předpokládat i pro tuto sezónu. Díky tabulce lze uvést průměrný počet návštěvníků centra za měsíc ve sledovaném období, kde se hodnota pohybuje kolem 713 turistů, a dále průměrný roční nárůst o zhruba 10 % ročně. Co struktury návštěvníků – cyklistů týče, není jejich počet centrem rozlišován.

Tabulka č. 10 - Návštěvnost TIC Pasohlávky dle národnosti od roku 2011 do roku 2016

Země	Rok					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Bulharsko	-	-	-	-	-	12
Čína	-	-	-	2	-	-
Finsko	-	-	-	3	-	-
Francie	2	11	8	2	2	8
Chorvatsko	2	-	-	-	-	3
Itálie	-	3	-	2	4	4
Kanada	-	1	-	-	-	-
Litva	5	-	-	-	-	-
Lotyšsko	-	-	-	-	2	-
Maďarsko	4	3	3	-	-	-
Německo	22	56	14	51	9	24
Nizozemí	34	7	26	40	46	21
Polsko	32	65	60	97	99	113
Rakousko	41	37	64	47	67	81
Rusko	4	1	6	11	3	11
Slovensko	81	102	48	204	308	297
Slovinsko	2	-	-	-	-	-
Španělsko	2	-	7	-	2	-
Ukrajina	1	-	-	-	-	2
USA	-	-	1	-	-	-
Velká Británie	65	74	4	32	9	23
Celkem	297	360	241	491	551	599

Zdroj: Vlastní zpracování dle údajů poskytnutých od Marie Juránkové, manažerky oddělení TIC agentury CzechTourism.

Tabulka č. 11 - Návštěvnost TIC Pasohlávky rezidenty od roku 2011 do roku 2016

Česká republika	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	5 689	7 539	7 478	9 606	9 006	9 458

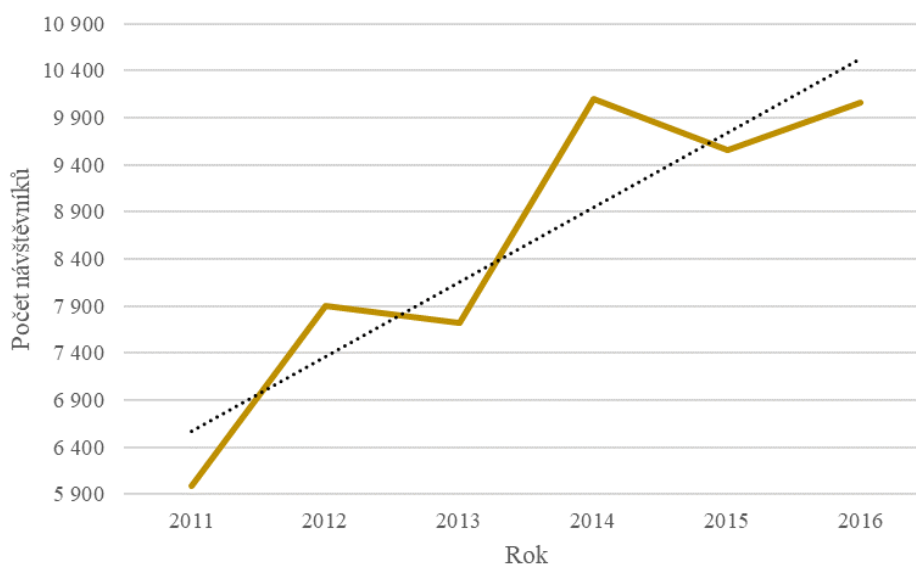
Zdroj: Vlastní zpracování dle údajů poskytnutých od Marie Juránkové, manažerky oddělení TIC agentury CzechTourism.

Tabulka č. 12 - Celková návštěvnost TIC Pasohlávky od roku 2011 do roku 2016

Celkem návštěvníků centra	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	5 986	7 899	7 719	10 097	9 557	10 057

Zdroj: Vlastní zpracování.

Graf č. 4 - Vývoj celkové návštěvnosti TIC Pasohlávky od roku 2011 do roku 2016



Zdroj: Vlastní zpracování.

5.4.3 Struktura témat požadavků

S rostoucí návštěvností centra je spojena i vyšší celková suma požadavků, která je na TIC kladena. To dokazuje Tabulka č. 13, kde vidíme tento fakt v rámci sledovaného období, tedy od roku 2011 do roku 2016 se dotazy na centrum převážně každoročně navyšují. I zde se nejvíce turisté zajímají o prodej a dále o turistiku v daném regionu. Na třetím místě je struktura požadavků ohledně ubytování, což je nejspíše díky lokalizaci obce, kde se od území nachází zhruba 2 km Kemp U Jezera, a hlavně největší kemp v České republice, a to Kemp Merkur. Dalšími kempy, umístěnými na okraji obce, je Kemp U Zápeců, Bajcamp nebo Kemp Adamík a dále v centru obce Privat Camp Oldřich Horáček.

Tabulka č. 13 - Struktura témat požadavků na TIC Pasohlávky od roku 2011 do roku 2016

Požadavek	Rok						Celkem
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
Doprava	180	141	197	341	237	198	1 294
Kultura	39	37	68	57	68	73	342
Prodej	930	965	1 318	685	1 631	1 636	7 165
Služby centra	3	-	16	330	103	97	549
Sport	47	103	33	19	56	81	339
Stravování	27	24	28	68	68	92	307
Turistika	228	223	312	611	905	970	3 249
Ubytování	150	135	154	272	584	492	1 787
Jiný	213	246	75	123	43	10	710
Celkem	1 817	1 874	2 201	2 506	3 695	3 649	

Zdroj: Vlastní zpracování dle údajů poskytnutých od Marie Juránkové, manažerky oddělení TIC agentury CzechTourism.

5.4.4 Propagace

I obec Pasohlávky vydává svůj zpravodaj, konkrétně Pasohlávský obecní zpravodaj. V čísle pro leden až únor, v posledním zveřejněném, je TIC zmíněno jen v části informací od obecního úřadu, kde je zmínka jen v rámci Anenských hodů – v TIC se mohou lidé přihlásit pro vystupování v kroji. V předešlých číslech jsem našla jen podobné zmínky, tedy ve zpravodaji nejsou konkrétní články věnující se přímo centru.

Facebookové stránky TIC Pasohlávky má celkem dvě, nesou název „Tic Pasohlávky“ a „Turistické informační centrum Pasohlávky“. Dále je většinovým autorem příspěvků na profilu obce „HALOOÓÓ, PASOHLÁVKY“. Centrum zveřejňuje pozvánky na různé kulturní akce, sestavuje ankety pro občany v rámci kultury – poslední anketa sestavena pro zájemce o besedu se spisovatelem Josefem Špidlou, zve na výstavy a workshopy nebo poptává brigádníky pro turistickou sezónu.

V případě zájmu najít centrum na internetu, lze ho najít na portálu Turistická informační centra 2017, portálu Jižní Moravy, vzhledem k členství na webových stránkách A.T.I.C., turistickém portálu CZeCOT a Kudy z nudy nebo na stránkách několikrát zmiňovaných cyklistických tras.

Centrum prezentuje svoji obec a blízké okolí na veletrzích cestovního ruchu v rámci Mikulovského regionu. Dále byly materiály centra k dispozici na veletrzích v Brně, Bratislavě, Praze, Ostravě a Hradci Králové. V roce 2016 se TIC zúčastnilo těchto veletrhů – Regiontour Brno, Dovolená a region Ostrava, Slovakiatour Bratislava, Holiday World Praha a Veletrh Infotour a cykloturistika v Hradci Králové (Jelénková, 2017).

5.5 Hodnocení sledovaných center

V rámci části posouzení zkoumaných center je vytvořena tabulka (Tab. č. 14), zformována na motivy tabulky uvedené v bakalářské práci Franze (2012), kde jsou uvedena mnou zvolená kritéria pro vyhodnocení dostupnosti, nabídky, propagace a dalších hledisek srovnání. Kritéria jsou volena dle specifčnosti každého z center. Z hlediska komparace nadřazených kritérií (dostupnost, nabídka, propagace a ostatní) tabulky je vloženo procentuální zastoupení, které vyjadřuje, kolik daných kritérií jednotlivá centra splňují. Na konci tabulky je uvedeno celkové hodnocení všech daných zvolených měřítek.

V rámci dostupnosti center je přiřazeno šest kritérií, kde je zkoumáno, zdali dané centrum má bezbariérový přístup, je k němu naváděno městským značením, jestli se do centra dostanou návštěvníci každý měsíc v roce a každý den i mimo turistickou sezónu, je umístěno do 600 metrů od nejbližší vlakové či autobusové zastávky a v poslední řadě, zdali se nachází poblíž místního obecního úřadu. V tomto ohledu si nejlépe stojí RTIC Židlochovice a TIC Pasohlávky, kde obě centra splňují 83 % zadaných kritérií. Židlochovické centrum v rámci dostupnosti má nedostatek v rámci otevírací doby, kdy není dostupné o víkendech mimo sezónu, a pasohlávské centrum má nedostatek rovněž v otevírací době, avšak z hlediska celoroční dostupnosti, zde má TIC zavřeno od listopadu do března. TIC Tišnov a KIC Rosice nespĺňují dvě kritéria, vyjádřeno celkovým 67 % zastoupením, kde tišnovské centrum, stejně jako židlochovické, není otevřeno o víkendech mimo sezónu a dále centrum není umístěno poblíž obecního úřadu, a rosické centrum rovněž není dostupné o víkendech a dále není k němu bezbariérový přístup.

V hodnocení z hlediska nabízených služeb sledovaných center je hodnocení zaměřeno na to, zdali centrum vydává vlastní propagační materiály (brožury, mapy apod.), jestli centrum poskytuje základní služby jako tisk, kopírování, skenování, laminování, kroužkovou vazbu, prodej suvenýrů nebo jestli je zde možnost využít počítač a mohou-li se návštěvníci zdarma připojit na Wi-Fi. Doplnkové služby centra jsou pak pronájem prostor nebo kulturního zařízení (pódium, taneční parket) nebo zprostředkovává-li centrum průvodcovské služby. Všechna tato kritéria splňuje TIC v Tišnově a nejméně jich splňuje TIC v Pasohlávkách, v něm není možnost laminování, kroužkové vazby, zdarma připojení na Wi-Fi a dále si zde zájemci nemohou pronajmout prostory či kulturní zařízení nebo zajistit si u centra průvodcovské služby, což je celkem pochopitelné z hlediska povahy obce Pasohlávky, kde se nenachází žádná kulturní

zajímavost (zámek, hrad, galerie apod.), která by průvodce vyžadovala. Centrum v Pasohlávkách tedy splňuje 50 % zvolených kritérií. Tři čtvrtiny, tedy 75 %, posuzovaných kritérií splňuje RTIC v Židlochovicích, v centru zájemci nemohou, stejně jako u pasohlávského centra, využít služeb laminování a kroužkové vazby a dále pak zde není možnost si pronajmout prostory nebo kulturní zařízení. Možnost kroužkové vazby a neplaceného Wi-Fi připojení není zajištěna u posledního, rosického, centra, avšak KIC nabízí pronájem jak prostor, tak i kulturního zařízení.

Co se týče propagace center, je hodnocení zaměřeno na hledisko sociálních sítí, tedy zdali má dané TIC profil na některé z těchto forem (zejména Facebook), dále jestli centra jezdí na turistické veletrhy, kde propagují jak svoje centrum, tak i celý svůj region, jestli se o centrech píše v časopisech cestovního ruchu, pak zdali se o centrech píše v tamějších zpravodajích a v poslední řadě, najdou-li zájemci zkoumaná TIC na portálech cestovního ruchu. Všechna zadaná kritéria v hodnocení opět splňuje centrum v Tišnově a Židlochovicích, podílí se tedy 100 %. Nejhůře si v tomto hledisku stojí opět pasohlávské TIC, to si případní zájemci nemohou najít v časopisech cestovního ruchu nebo se o něm nepíše v Pasohlávském obecním zpravodaji. V rámci rosického centra je postrádána forma propagace v turistických časopisech.

Poslední část zvolených kritérií (část ostatní), zahrnuje ta stanoviska, která jsem nedokázala zařadit do předcházejících nadřazených. Brala jsem zřetel na to, zdali se mnou zástupci daných center ochotně spolupracovali v rámci poskytnutých informací, jestli existuje spolupráce mezi centrem a okolními obcemi v daném regionu a kooperace s dalšími kulturními složkami obce (kino, knihovna, galerie apod.), využívají-li zkoumaná centra dotační program Jihomoravského kraje na podporu činnosti TIC, jestli jsou kompletní informace o centru na České centrále cestovního ruchu – CzechTourismu (návštěvnost, struktura požadavků), vede-li okolo centra cyklistická stezka, má-li centrum rostoucí trend návštěvnosti, je-li dané centrum platným členem Asociace turistických informačních center, mohou-li návštěvníci v centru popřípadě využít toaletu a jako poslední hledisko jsem stanovila vedení závěrečné zprávy o činnosti centra. Za tuto část jsem nestanovovala shrnutí v rámci procentuálního zastoupení, jelikož se daná kritéria nedají shrnout pod jeden nadřazený oddíl. Tišnovské centrum nemá ucelené informace na CzechTourismu a není platným členem v A.T.I.C. Stejným počtem kritérií nevyhovuje i RTIC Židlochovice, kde rovněž nejsou kompletní informace na CzechTourismu a dále si centrum nevede žádnou výroční zprávu o chodu centra za dané období. V rámci posledních hledisek si na tom nejhůře stojí KIC Rosice, zde rovněž chybí ucelené

informace na CzechTourism, centrum není členem A.T.I.C., poblíž centra se nenachází žádná mezinárodní cyklostezka, bohužel za toto centrum jako jediné existuje klesající trend návštěvnosti a nemůžou si zde hosté, popř. zajít na toaletu. TIC Pasohlávky, neplní tři zadaná kritéria. Centrum nespolupracuje s ostatními kulturními složkami obce, opět je to způsobeno typem sídla Pasohlávek jakožto obce, kde se nenachází žádné kino nebo galerie. V rámci spolupráce je zde ovšem kooperace hlavně v rámci ubytování v kempech, zejména pak s Kempem Merkur. Jako další se v centru nenachází toaleta a na neštěstí si centrum nevede závěrečnou zprávu, pouze menší shrnutí za chod centra, které musí vyhotovit do obecní kroniky.

V závěru hodnocení sledovaných turistických informačních center jsem vyhodnotila podíl všech zadaných kritérií, která daná centra splňují (viz poslední kolonka „celkové hodnocení jednotlivých center“). Již v průběhu sledování hodnocení bylo zřejmé, že pomyslné první místo zaujme Turistické informační centrum Tišnov, to má podíl splněných kritérií 88 %, nespĺňuje tak pouze čtyři posuzovaná hlediska. Fiktivní první příčka v mém hodnocení tišnovského centra je zajímavá z toho hlediska, že TIC např. nemá tak velkou návštěvnost jako další sledovaná centra, avšak potvrzuje se tím zařazení do klasifikační třídy „B“, kde jsou vyšší nároky na centrum. Druhé pomyslné místo patří Regionálnímu turistickému informačnímu centru Židlochovice, i přes to že mu náleží klasifikační třída „C“, tak nevyhovuje pouze ve dvou kritériích navíc než tišnovské TIC, podíl na celkových splněných posuzovaných hledisek je tak pak 82 %. Dohromady deset mnou určených kritérií nespĺňuje Kulturní informační centrum Rosice, zaujímá tím tam třetí místo s podílem 70 %. Poslední pomyslné místo patří Turistickému informačnímu centru Pasohlávky navzdory tomu, že je nejnavštěvovanějším ze všech zkoumaných center. Nespĺňuje o dvě kritéria méně než rosické KIC, nevyhovuje tak ve dvanácti určených stanoviskách mého hodnocení s podílem 64 %.

Tabulka č. 14 - Hodnocení sledovaných center

Kritérium		Turistické informační centrum			
		Tišnov	Židlochovice	Rosice	Pasohlávky
dostupnost	bezbariérový přístup	ano	ano	ne	ano
	městské značení centra	ano	ano	ano	ano
	otevřeno celoročně	ano	ano	ano	ne
	otevřeno o víkendů mimo sezónu	ne	ne	ne	ano
	přístupnost do 0,6 km od nejbližší zastávky	ano	ano	ano	ano
	umístění v blízkosti obecního úřadu	ne	ano	ano	ano
hodnocení dostupnosti center		67%	83%	67%	83%
nabídka centra	vlastní propagační materiály	ano	ano	ano	ano
	kopírování	ano	ano	ano	ano
	tisk	ano	ano	ano	ano
	skenování	ano	ano	ano	ano
	laminování	ano	ne	ano	ne
	kroužková vazba	ano	ne	ne	ne
	počítač	ano	ano	ano	ano
	Wi-Fi zdarma	ano	ano	ne	ne
	pronájem prostor nebo kulturního zařízení	ano	ne	ano	ne
	prodej suvenýrů	ano	ano	ano	ano
	zprostředkování průvodcovských služeb	ano	ano	ano	ne
prodej vstupenek	ano	ano	ano	ne	
hodnocení nabídky center		100%	75%	83%	50%
propagace	vlastní facebookový profil	ano	ano	ano	ano
	veletrhy	ano	ano	ano	ano
	časopisy	ano	ano	ne	ne
	zpravodaj	ano	ano	ano	ne
	turistické portály	ano	ano	ano	ano
hodnocení propagace center		100%	100%	80%	60%
ostatní	ochota spolupracovat	ano	ano	ano	ano
	spolupráce s okolními obcemi	ano	ano	ano	ano
	spolupráce s ostatními kulturními složkami obce	ano	ano	ano	ne
	využití dotací	ano	ano	ano	ano
	kompletní informace na portálu CzechTourism	ne	ne	ne	ano
	mezinárodní cyklostezka	ano	ano	ne	ano
	rostoucí trend návštěvnosti	ano	ano	ne	ano
	členství v A.T.I.C.	ne	ano	ne	ano
	toaleta	ano	ano	ne	ne
	výroční zpráva centra	ano	ne	ano	ne
celkové hodnocení jednotlivých center		88%	82%	70%	64%

Zdroj: Vlastní zpracování na motivy Franze (2012).

Závěr

Turistická informační centra se začala rozvíjet v devadesátých letech minulého století, a to díky pádu tehdejšího režimu a s tím souvisejícím uvolněním hranic, kdy Česká republika zaznamenává rozmach příjezdového cestovního ruchu. Je-li cestovní ruch neboli turismus, vztažen k rozvoji regionu, pak tento sektor rozvíjí danou oblast ve všech třech částech, tedy v oblasti životního prostředí, kdy např. získané výtěžky ze vstupného, v rámci kulturních či přírodních atraktivit, přispívají k financování ochrany přírody. Turismus zasahuje i do sociální sféry, zde se rozvoj projevuje z hlediska vytváření nových pracovních míst nebo nachází-li se v daném regionu vybudované kulturní zařízení, díky němuž do dané oblasti přijíždějí návštěvníci z různých lokalit, slouží tyto instituce nejen pro hosty v regionu, ale zároveň i pro místní obyvatelstvo, což zvyšuje jejich životní úroveň. Cestovní ruch má pozitivní vliv i na ekonomický rozvoj daného regionu, přispívá ke zlepšení platební bilance nebo podporuje malé a střední podnikání. Aplikace těchto faktů na zkoumanou část cestovního ruchu, tedy na turistická informační centra, je vyjádřením center jakožto nejdůležitějších článků propagace regionu, což pro dané území přináší zejména ekonomický přínos. Nachází-li se návštěvník v daném regionu poprvé, usuzují, že TIC bývají zpravidla prvním místem, kam zavítají, tudíž jeho případný další pobyt na tomto území závisí na podaných informacích. Bude-li se tento návštěvník do regionu opakovaně vracet nebo zdrží-li se delší dobu, přinese do regionu určitou útratu, tím přispěje k rozvoji této lokality. I z toho plyne, že informace jsou pro cestovní tuch důležité a na jejich základě se návštěvníci rozhodují. Jelikož jsou turistická informační centra, dle mého názoru, nejdůležitějšími zástupci poskytovatelů informací o daném regionu, přispívají z velké části hlavně ony k rozvoji cestovního ruchu na daném území. Tento fakt lze vyložit i na základě toho, že právě TIC jsou jednou ze složek organizací cestovního ruchu, která se podílí na jeho rozvoji a tím i na rozvoji regionu. Z uvedených definicí turistických informačních center je opět patrné, že jsou přínosem pro danou destinaci, jelikož díky nim mají nejen návštěvníci, ale i místní obyvatelstvo, přístup k informacím o kulturní nabídce nebo službách cestovního ruchu v regionu. Díky definicím TIC rovněž usuzují, že centra mají největší význam ve zmíněné propagaci regionu. Turistická informační centra plní několik funkcí, kterými jsou zejména několikrát zmiňované informace o různých složkách cestovního ruchu, dále je to kontakt s veřejností pomocí různých verbálních způsobů, ale i díky tiskovinám. Aby návštěvníci center měli záruku, že dané informace a služby jsou ověřené, existuje na našem území

Asociace turistických informačních center a agentura CzechTourism. Ty přidělují TIC certifikáty, a hlavně značení centra, piktogram malého tiskacího „i“. Tyto dvě instituce dále zkompletovaly ucelený systém, kde jsou uvedeny požadavky na centra v rámci udělení certifikátu. Na základě předem stanovených kritérií jsou pak následně centra rozdělena do tří skupin, které vyjadřují jejich kompetence. A.T.I.C. má význam nejen z důvodu povahy cechovní instituce, ale i pro rozvoj cestovního ruchu v České republice, neboť prosazuje zájmy center a prezentuje je i na mezinárodní úrovni. Jelikož jsou TIC poskytovatelem veřejných služeb a na území České republiky se nenachází ucelený systém, je financování center uskutečňováno prostřednictvím rozpočtu státní správy či samosprávy nebo v rámci uživatelů služeb centra (při nákupu suvenýrů, pohlednic apod.). Zmíněný neucelený systém na našem území způsobuje i různou právní formu TIC. Význam center si jistě uvědomují i aktéři na krajských úrovních, to si vykládám díky existenci dotačního programu Jihomoravského kraje, jehož cílem je podpora kvality služeb center nebo zintenzivnění kooperace mezi centry a Jihomoravským krajem a další. Tento program je v práci zmíněn i proto, že zkoumaná oblast, okres Brno-venkov, spadá do Jihomoravského kraje. Rozvíjí-li se díky dotacím úroveň služeb v daném regionu, rozvíjí se kvalita i na krajské úrovni. Ve zkoumaném okrese najdou příznivci přírodních i kulturních památek rozmanitou nabídku atraktivit, ať už v rámci přírodních parků či chráněných oblastí, tak i co se týče architektonických památek v tomto regionu.

V okrese Brno-venkov se nachází celkem sedm turistických informačních center, avšak po zvolených kritériích jsou zkoumanými turistické centrum v Tišnově, Židlochovicích, Rosicích a Pasohlávkách. Jak bylo v teoretické části zmíněno, TIC má být veřejně přístupné a viditelně označené, v rámci dostupnosti center vyplynulo, že všechna zkoumaná TIC mají nedostatek v otevírací době, zde tedy navrhuji, aby byl přehodnocen tento fakt, který by jim mohl přivést více návštěvníků, jenž by více poptávali služby centra a tím by se i více podíleli na rozvoji regionu. Všechna sledovaná centra musela pro svůj certifikát splnit minimální standard služeb, ten v době mého šetření stále splňují, avšak v doplňkových službách byly rovněž zaznamenány nedostatky, a to u židlochovického a pasohlávského, kde zájemci nemají možnost si v centru např. zařídit pronájem prostor nebo kulturního zařízení, které by mohli využít pro případné kulturní akce. Zájemci by mohli být z okolních obcí (jako je tomu u KIC Rosice, kde je pronájem nafukovacího plátna) a tento pronájem by mohl přispět k tamějšímu kulturnímu vyžití a tím i k rozvoji v rámci intenzivní spolupráce mezi veřejným sektorem. V jedné z nejdůležitějších částí, v propagaci center si na tom nejhůře stojí TIC Pasohlávky. I když

tato obec má svůj zpravodaj, neprezentuje zde svoje centrum, místní obyvatelé, ale ani návštěvníci se z něj tedy nedozví, jaké kulturní akce jsou v rámci centra pořádány (tyto pozvánky mělo např. RTIC Židlochovice). O pasohlávském centru se zájemci nedoví ani z časopisů cestovního ruchu. Doporučovala bych tedy větší ambice v tomto ohledu, vyhraněné sekce v médiích opět mohou zvýšit počet návštěvníků. Jako velké pozitivum shledávám existenci mezinárodních cyklostezek, které prochází zkoumanými lokalitami. Židlochovické i Pasohlávské centrum si jejich smysl uvědomují, jelikož je prezentují, to však nečiní TIC Tišnov. Když byla tabulka hodnocení poslána centrům pro kontrolu, slečna Špačková oponovala, že Tišnovem cyklostezka prochází, avšak musela jsem si ji sama dohledat na webových stránkách cyklostezek, samotným centrem není nikterak propagována. Jelikož vidím pozitivu v existenci mezinárodních cyklistických tras, ať už je to proto, že je zde navázána mezinárodní spolupráce nebo že díky nim do dané lokality zavítají i hosté zejména ze sousedních států, můj návrh zde je více se zapojit do dění v tomhle ohledu.

Na základě poznatků ze zkoumaných TIC si dovoluji posoudit fakt, že centra mohou být jedním z faktorů úspěšného rozvoje regionů. Zaměřím-li se na konkrétní oblast rozvoje, a to sociální a ekonomickou, pak usuzuji, že zkoumaná centra potvrdila svůj význam. V rámci sociálního rozvoje pak centra přispívají konkrétně k vytváření pracovních míst, kde centrum musí mít kompetentní pracovníky, kteří budou daný region propagovat nejen v centru, ale i na veletrzích cestovního ruchu, dále zaměstnávají (jako např. rosické centrum) i externí pracovníky a brigádníky. Ve většině zkoumaných center je rostoucí trend návštěvnosti centra, což může ovlivnit návštěvnost celého regionu a tím i větší nabídku služeb cestovního ruchu, který by ho tak dále rozvíjel a tím by byl rozvíjen i daný region. Dále by v rámci sociální sféry byla povzbuzena tamější komunita a životní úroveň obyvatel. Soudím, že služby poskytované centry přispívají i k ekonomickému rozvoji příslušného regionu za pomoci např. propagačních materiálů, kde jsou zájemci seznámeni s kulturní atraktivitami regionu, nebo v rámci zprostředkování průvodcovských služeb, kde zanechají určitý obnos, který přispívá ke zlepšení platební bilance. Z hlediska zmiňovaných cyklotras, které danými regiony prochází a které centra propagují, může být snaha zachovat jejich potenciál díky investicím do jejich oprav, tedy do infrastruktury příslušných regionů.

Zdroje

Literární:

BERÁNEK, Jaromír. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 2013. ISBN 978-80-86724-46-1.

GALVASOVÁ, Iva. *Průmysl cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008. ISBN 978-80-87147-06-1.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0.

KONEČNÝ, Ondřej. *Agroturistika a venkovská turistika: venkovský cestovní ruch v České republice*. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2013. ISBN 978-80-7375-738-0.

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

KUCHAR, O.; NOVOTNÝ, V.; MATOUŠ, J. *Abeceda turistického informačního centra*. 1. vyd. Ráby u Pardubic: ATIC ČR, 2005. 13 s.

KUNC, Josef. Turistické informace: Hodnocení, regionální struktura, institucionální a finanční podpora. In: FŇUKAL, Miloš a Pavel PTÁČEK, ed. *Geografie, cestovní ruch a rekreace: sborník referátů ze semináře pořádaného při příležitosti významného životního jubilea Doc. JUDr. Stanislavy Šprincové, CSc.* Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2005, s. 9. ISBN 80-244-1221-7.

LINDEROVÁ, Ivica. *Cestovní ruch: základy a právní úprava*. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2013. ISBN 978-80-87035-82-5.

MACHOVÁ, Jitka. *Nemovitě kulturní památky jižní Moravy: soupis památek a literatury*. Sv. 7, Okres Brno-venkov. Brno: Muzejní a vlastivědná společnost, 2000. Bibliografie a prameny k vývoji Moravy. ISBN 80-7051-128-1.

PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3643-3.

PALATKOVÁ, Monika. *Marketingový management destinací: strategický a taktický marketing destinace turismu, systém marketingového řízení destinace a jeho financování*,

řízení kvality v destinaci a informační systém destinace. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3749-2.

PALATKOVÁ, Monika. *Mezinárodní turismus: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, změny mezinárodního turismu v důsledku globálních změn, evropská integrace a mezinárodní turismus. 2., aktualiz. a rozš. vyd.* Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-4862-7.

POLÁČEK, Jiří. *Ekonomika a provoz zařízení cestovního ruchu: pro prezenční formu studia*. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 2013. ISBN 978-80-7248-840-7.

RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. Vyd. 3., rozš. Ostrava: Key Publishing, 2009. Management. ISBN 978-80-7418-028-6.

SCHNEIDER, Jiří, Jitka FIALOVÁ a Ilja VYSKOT. *Krajinná rekreologie I*. V Brně: Mendelova zemědělská a lesnická univerzita, 2008. ISBN 978-80-7375-200-2.

SEIFERTOVÁ, Věra. *Průvodcovské činnosti*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4807-8.

SYSEL, Jiří. *Cestovní kancelář, cestovní agentura a informační středisko v cestovním ruchu*. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2008. ISBN 978-80-86578-75-0.

VYSTOUPIL, Jiří, Martin ŠAUER, Andrea HOLEŠINSKÁ, Josef KUNC, Petr TONEV a Daniel SEIDENGLANZ. *Geografie cestovního ruchu České republiky*. první. Plzeň: Aleš Čeněk, 2011. 318 s. ISBN 978-80-7380-340-7.

VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER. *Základy cestovního ruchu: distanční studijní opora*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2006. ISBN 80-210-4205-2.

Elektronické:

Asociace turistických informačních center České republiky: *Jednotná klasifikace turistických informačních center ČR* [online]. Polička [cit. 2017-04-15]. Dostupné z: <http://www.aticcr.cz/logotyp-i-ke-stazeni/ds-1090/p1=1916>

Dotační program: Podpora zkvalitnění služeb turistických informačních center v Jihomoravském kraji v roce 2017. *Jihomoravský kraj: Dotační portál Krajského úřadu Jihomoravského kraje* [online]. Brno: Odbor regionálního rozvoje Krajského úřadu

Jihomoravského kraje, 2017 [cit. 2017-03-15]. Dostupné z: <http://dotace.kr-jihomoravsky.cz/Grants/5225-506->

Podpora+zkvalitneni+sluzeb+turistickych+informacnich+center+v+Jihomoravskem+kr
aji+v+roce+2017.aspx

FRANZ, Bc. Marek. *Studie stavu a využití parkových ploch v nejbližším okolí centra města Brna* [online]. Brno, 2012 [cit. 2017-04-15]. Dostupné z: https://is.mendelu.cz/zp/index.pl?podrobnosti_zp=28502;zpet=;prehled=vyhledavani;vzorek_zp=Franz;dohledat=Dohledat;kde=autor;stav_filtr=bez;typ=1;fakulta=23;fakulta=38;obdobi=2017;obdobi=2000,2001,2002,2003,2004,2005,2006,2007,2008,2009,2010,2011,2012,2013;jazyk=1;jazyk=3;jazyk=2;jazyk=29;jazyk=182;jazyk=22;jazyk=23;jazyk=4;jazyk=-1;lang=cz. Bakalářská práce. Mendelova univerzita. Vedoucí práce Ing. Alice Kozumplíková, Ph.D.

Charakteristika okresu Brno-venkov. *Český statistický úřad: Krajská správa ČSÚ v Brně* [online]. Brno, 2013 [cit. 2017-03-28]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/xb/charakteristika_okresu_brno_venkov

Jednotná klasifikace turistických informačních center České republiky: Metodika pro certifikaci. Standardy poskytování služeb turistických informačních center v České republice a jejich certifikace [online]. Litomyšl: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR a Asociace turistických informačních center ČR ve spolupráci s agenturou CzechTourism, 2013 [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: http://www.aticcr.cz/assets/File.ashx?id_org=200039&id_dokumenty=1792

MATOUŠ, Mgr. Jan. Historie A.T.I.C. ČR. *Zpravodaj A.T.I.C. ČR: Speciální vydání k 20 ti letům A.T.I.C. ČR (1994–2014)* [online]. Polička, 2014, **2014**(1), 15 [cit. 2017-04-15]. Dostupné z: http://www.aticcr.cz/assets/File.ashx?id_org=200039&id_dokumenty=2001

MATOUŠ, Mgr. Jan. Nová klasifikace a certifikace informačních center přijata. *Zpravodaj A.T.I.C. ČR* [online]. Polička, 2011, **2011**(2), 9 [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: http://www.aticcr.cz/assets/File.ashx?id_org=200039&id_dokumenty=1532

Ministerstvo pro místní rozvoj, odbor cestovního ruchu ČR: *Analýza kvality služeb a realizace průzkumů ve vztahu k turistickým informačním centrům (TIC)*. Ministerstvo pro místní rozvoj [online]. 10. 12. 2010. [cit. 2017-02-16] Dostupné z:

<http://www.mmr.cz/CMSPages/GetFile.aspxguid=6446007f-577d-457c-af1c-a1fd774ab03a>

ŠPAČKOVÁ, Eliška. *Výroční zpráva MěKS Tišnov za rok 2015: Výroční zpráva za středisko: Turistické informační centrum* [online]. Tišnov, 2016 [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: https://www.mekstisnov.cz/sites/default/files/vyrocní_zprava_2015.pdf

ŠTĚPÁNOVSKÝ, Richard. *B. Studie organizace cestovního ruchu (destinačního managementu)*. In: Sdružení Krušné hory – západ [online]. Prosinec 2008 [cit. 2012-03-27]. Dostupné z: <http://www.skhz.cz/destinacnimanagement/file/f9b9317548319b9c740effb7e4afde62.pdf/>

Turistické informační centrum. *Město Židlochovice: Kultura a volný čas* [online]. Židlochovice [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <http://www.zidlochovice.cz/cs/kultura-a-volny-cas/turisticke-informacni-centrum.html>

Turistické informační centrum. *Pasohlávky: Turista* [online]. Pasohlávky [cit. 2017-04-01]. Dostupné z: <http://www.pasohlavky.cz/turisticke-informacni-centrum/>

VOLÁNEK, Lukáš. *Zpráva o činnosti příspěvkové organizace: Kulturní informační centrum Rosice* [online]. Rosice, 2016 [cit. 2017-03-25]. Dostupné z: https://www1.rosice.cz/assets/File.ashx?id_org=14122&id_dokumenty=15059%20

Osobní komunikace:

BETÁŠOVÁ, Lenka. *Informace o RTIC Židlochovice*. [online]. 28. února 2017 14:40 až 18. dubna 2017 14:58; [cit. od 2017-03-05 do 2017-04-20]. Osobní komunikace.

ČÁSLAVOVÁ, Marcela. *Turistické informační centrum*. [online]. 11. dubna 2017 16:37 až 18. dubna 2017 13:31; [cit. od 2017-04-12 do 2017-04-19]. Osobní komunikace.

JELÉNKOVÁ, Bc. Simona. *Informace o Vašem TIC*. [online]. 13. března 2017 15:32 až 19. dubna 2017 09:38; [cit. od 2017-03-15 do 2017-04-20]. Osobní komunikace.

JURÁNKOVÁ, Marie. *Návštěvnost TIC*. [online]. 28. února 2017 20:14 až 14. března 2017 15:14; [cit. od 2017-03-18 do 2017-04-05]. Osobní komunikace.

KALÁBOVÁ, Judita. *Informace o Vašem TIC*. [online]. 6. března 2017 12:07 až 18. dubna 2017 11:34; [cit. od 2017-03-10 do 2017-04-20]. Osobní komunikace.

ŠPAČKOVÁ, Eliška. *Informace o Vašem TIC*. [online]. 27. února 2017 20:56 až 18. dubna 2017 10:56; [cit. od 2017-03-05 do 2017-04-20]. Osobní komunikace.

Seznam grafů

Graf č. 1 - Vývoj celkové návštěvnosti TIC Tišnov od roku 2011 do roku 2016	39
Graf č. 2 - Vývoj celkové návštěvnosti RTIC Židlochovice od roku 2011 do roku 2016	44
Graf č. 3 - Vývoj celkové návštěvnosti KIC Rosice od roku 2011 do roku 2016	51
Graf č. 4 - Vývoj celkové návštěvnosti TIC Pasohlávky od roku 2011 do roku 2016 ...	57

Seznam obrázků

Obrázek č. 1 - Logo značení TIC.....	20
Obrázek č. 2 - Logo Asociace turistických informačních center.....	29
Obrázek č. 3 - Budova TIC Tišnov	34
Obrázek č. 4 - Budova RTIC Židlochovice	41
Obrázek č. 5 - Budova KIC Rosice.....	45
Obrázek č. 6 - Budova TIC Pasohlávky	53

Seznam tabulek

Tabulka č. 1 - Návštěvnost TIC Tišnov dle národnosti od roku 2011 do roku 2016	38
Tabulka č. 2 - Návštěvnost TIC Tišnov rezidenty od roku 2011 do roku 2016	38
Tabulka č. 3 - Celková návštěvnost TIC Tišnov od roku 2011 do roku 2016.....	38
Tabulka č. 4 - Struktura témat požadavků na TIC Tišnov od roku 2011 do roku 2016 .	40
Tabulka č. 5 - Celková návštěvnost RTIC Židlochovice od roku 2011 do roku 2016 ...	43
Tabulka č. 6 - Návštěvnost KIC Rosice dle národnosti od roku 2011 do roku 2016	50
Tabulka č. 7 - Návštěvnost KIC Rosice rezidenty od roku 2011 do roku 2016	50
Tabulka č. 8 - Celková návštěvnost KIC Rosice od roku 2011 do roku 2016.....	50
Tabulka č. 9 - Struktura témat požadavků na KIC Rosice od roku 2011 do roku 2016 .	52
Tabulka č. 10 - Návštěvnost TIC Pasohlávky dle národnosti od roku 2011 do roku 2016	56
Tabulka č. 11 - Návštěvnost TIC Pasohlávky rezidenty od roku 2011 do roku 2016	56
Tabulka č. 12 - Celková návštěvnost TIC Pasohlávky od roku 2011 do roku 2016	56
Tabulka č. 13 - Struktura témat požadavků na TIC Pasohlávky od roku 2011 do roku 2016	58
Tabulka č. 14 - Hodnocení sledovaných center	62

Seznam použitých zkratek

A.T.I.C.	Asociace turistických informačních center
A.T.I.S.	Asociace turistických informačních středisek
CD	Compact disc – kompaktní disk
ČR	Česká republika
DPH	Daň z přidané hodnoty
DVD	Digital video disc – digitální video disk
EFQM	European foundation for quality management – Evropská nadace pro management kvality
EU	Evropská unie
ISO	International organization for standardization – Mezinárodní organizace pro normalizaci
JMK	Jihomoravský kraj
KČST	Klub československých turistů
KIC	Kulturní informační centrum
MěKS	Městské kulturní středisko
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
NIRES	Národní informační a rezervační systém turistiky
ORP	Obec s rozšířenou působností
RIS	regionální informační systém
RTIC	Regionální turistické informační centrum
SROP	Společný regionální operační program
TIC	Turistické informační centrum
Wi-Fi	Wireless fidelity – „bezdrátová věrnost“ – bezdrátové připojení k síti
ZKC	Zámecké kulturní centrum

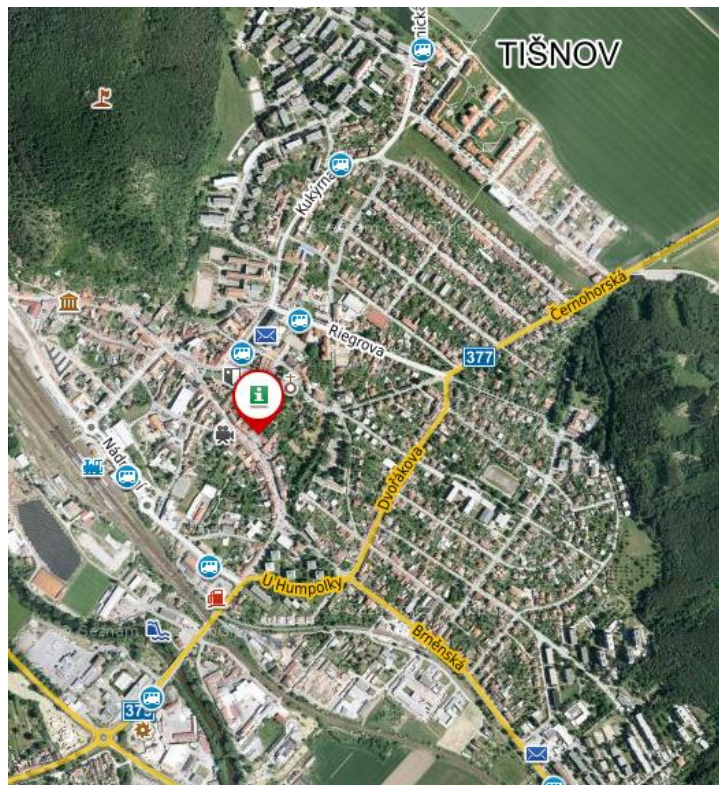
Seznam příloh

Příloha č. 1 - Mapa umístění TIC Tišnov	74
Příloha č. 2 - Městské značení TIC Tišnov	74
Příloha č. 3 - Vnitřní prostory TIC Tišnov	75

Příloha č. 4 - Mapa umístění RTIC Židlochovice.....	75
Příloha č. 5 - Městské značení RTIC Židlochovice	75
Příloha č. 6 - Vnitřní prostory RTIC Židlochovice.....	75
Příloha č. 7 - Mapa umístění KIC Rosice	75
Příloha č. 8 - Městské značení KIC Rosice	75
Příloha č. 9 - Vnitřní prostory KIC Rosice	75
Příloha č. 10 - Mapa umístění TIC Pasohlávký	75
Příloha č. 11 - Značení TIC Pasohlávký	75
Příloha č. 12 - Vnitřní prostory TIC Pasohlávký	75

Přílohy

Příloha č. 1 - Mapa umístění TIC Tišnov



Zdroj: www.mapy.cz

Příloha č. 2 - Městské značení TIC Tišnov



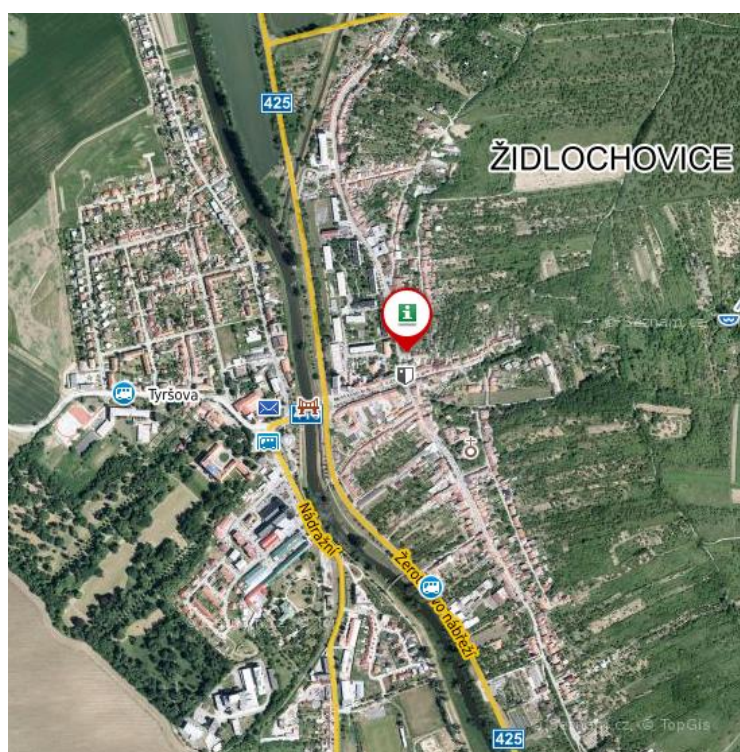
Zdroj: Vlastní fotografie.

Příloha č. 4 - Vnitřní prostory TIC Tišnov



Zdroj: Vlastní fotografie.

Příloha č. 3 - Mapa umístění RTIC Židlochovice



Zdroj: www.mapy.cz

Příloha č. 5 - Městské značení RTIC Židlochovice



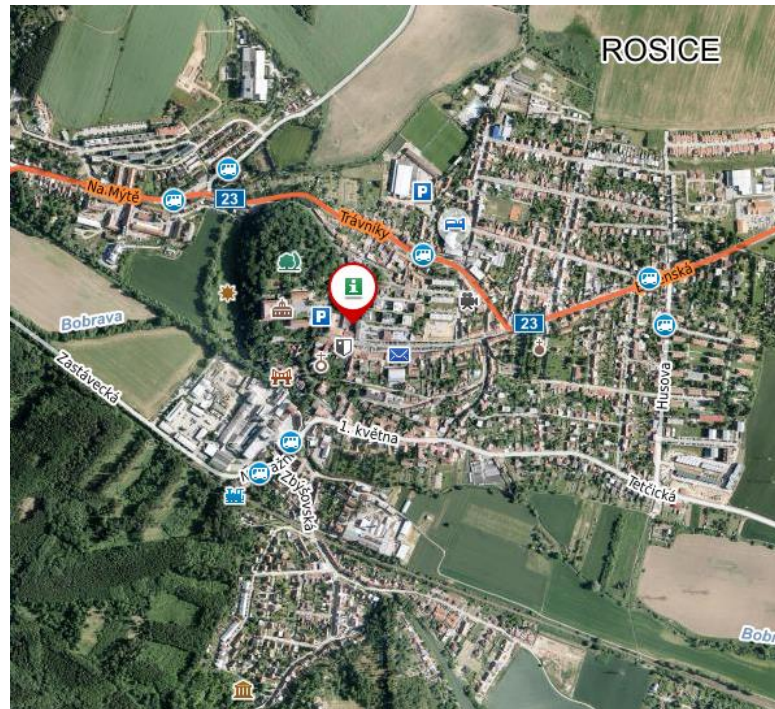
Zdroj: Vlastní fotografie.

Příloha č. 6 - Vnitřní prostory RTIC Židlochovice



Zdroj: Vlastní fotografie.

Příloha č. 7 - Mapa umístění KIC Rosice



Zdroj: www.mapy.cz

Příloha č. 8 - Městské značení KIC Rosice



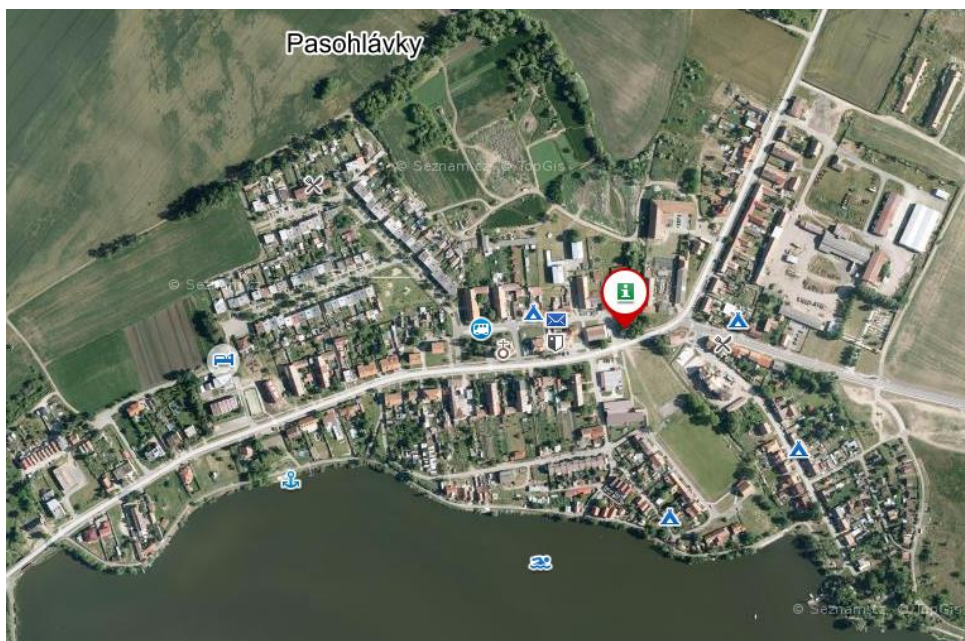
Zdroj: Vlastní fotografie.

Příloha č. 9 - Vnitřní prostory KIC Rosice



Zdroj: Vlastní fotografie.

Příloha č. 10 - Mapa umístění TIC Pasohlávky



Zdroj: www.mapy.cz

Příloha č. 11 - Značení TIC Pasohlávky



Zdroj: Vlastní fotografie.

Příloha č. 12 - Vnitřní prostory TIC Pasohlávky



Zdroj: Vlastní fotografie.