

Univerzita Palackého v Olomouci  
Fakulta tělesné kultury

TURISTICKÉ INFORMAČNÍ CENTRUM MĚSTA ÚSTÍ NAD ORLICÍ  
– TRENDY V NÁVŠTĚVNOSTI  
Bakalářská práce

Autor: Andrea Dušková, 4. ročník, obor: rekreologie

Vedoucí práce: Ing. Halina Kotíková, Ph.D.

Olomouc 2021

**Jméno a příjmení autora:** Andrea Dušková

**Název bakalářské práce:** Turistické informační centrum města Ústí nad Orlicí – trendy v návštěvnosti

**Pracoviště:** Katedra rekreologie (KRL)

**Vedoucí diplomové práce:** Ing. Halina Kotíková, Ph.D.

**Rok obhajoby bakalářské práce:** 2021

**Abstrakt:**

V současné informační době jsou informace lehce a rychle dostupné skrze digitální média a související webové stránky. V práci se zaměřuji na to, zda má tento nástup moderních technologií dopad na snížení počtu fyzických návštěvníků v turistickém informačním centru. Cílem práce je prozkoumat fyzickou a webovou návštěvnost Turistického informačního centra města Ústí nad Orlicí. Získaná data z databáze turistického informačního centra a z webových stránek pomocí nástroje Google Analytics ukazují, že i přes nárůst digitálních médií fyzická návštěvnost v průběhu let roste. V práci jsou uvedeny možné důvody rostoucí fyzické návštěvnosti a doporučení, která mají zlepšit služby pro zákazníky turistického informačního centra města Ústí nad Orlicí.

**Klíčová slova:**

Cestovní ruch, turistické informační centrum, Ústí nad Orlicí, návštěvnost turistického informačního centra, návštěvnost webových stránek, Google Analytics, mystery shopping

Souhlasím s půjčováním bakalářské práce v rámci knihovních služeb.

**Name and surname:** Andrea Dušková

**Title of thesis:** Ústí nad Orlicí tourist information centre – visitors trends

**Department:** Department of rekreology (KRL)

**Supervisor:** Ing. Halina Kotíková, Ph.D.

**Year of presentation:** 2021

**Abstract:**

Nowadays, during the era of digitalisation, the information has become easily available and quickly disseminated especially through the usage of digital media, and their related platforms. This bachelor thesis deals with new phenomena of the arrival of modern technology and its impact on the decline in visitors of the Tourist Information Centre. The main aim of this paper is to investigate both presence and digital (website) visits of the Usti and Orlici Tourist information centre. The available data were collected from the website and the database of the Tourist Information Centre, via the analytical tool of Google Analytics. The data show that despite the uprising trends and the use of digital media, the presence tourism is uprising. The paper presents possible scenarios for the increasing trends and recommendations, that aim to improve the quality of services provided by the Usti and Orlici Tourist Information Centre.

**Keywords:**

tourism, a tourist information centre, The City of Usti nad Orlici, visitors' trends of a tourist information centre, website visits, Google Analytics, mystery shopping

I agree the thesis paper to be lent with in the library service.

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracovala samostatně a použila jen prameny uvedené v seznamu literatury. Souhlasím, aby tato práce byla uložena na Univerzitě Palackého v Olomouci v knihovně Fakulty tělesné kultury a zpřístupněna ke studijním účelům.

V Olomouci dne 27. 6. 2021

Andrea Dušková

Děkuji Ing. Halině Kotíkové, Ph.D. za pomoc a cenné rady, které mi byly poskytnuty při vypracování bakalářské práce

## OBSAH:

OBSAH:.....	6
1. ÚVOD.....	8
2. PŘEHLED POZNATKŮ.....	9
2.1. Cestovní ruch .....	9
2.2. Členění cestovního ruchu .....	9
2.3. Význam cestovního ruchu.....	10
2.4. Informace v cestovním ruchu.....	11
2.5. Asociace turistických informačních center České republiky .....	14
2.6. Domácí cestovní ruch.....	16
2.7. Turistické informační centrum.....	17
2.8. Pozice TIC v cestovním ruchu .....	18
2.9. Činnosti TIC.....	19
2.10. Návštěvník.....	22
2.11. Ústí nad Orlicí .....	22
2.12. Turistické informační centrum v Ústí nad Orlicí .....	22
2.13. Turistické cíle ve městě Ústí nad Orlicí .....	23
2.14. SARS–CoV-2 .....	24
3. CÍLE .....	25
4. METODY .....	26
5. VÝSLEDKY A DISKUZE.....	28
5.1. Fyzická návštěvnost TIC Ústí nad Orlicí.....	28
5.2. Mystery Shopping .....	32
5.3. Domácí cestovní ruch.....	35
5.4. Návštěvnost webových stránek TIC Ústí nad Orlicí.....	36
5.5. Věk návštěvníků.....	39
5.6. Facebookové stránky.....	40
5.7. Vliv pandemie Covid-19 .....	41

5.8. Diskuze.....	43
6. ZÁVĚRY A DOPORUČENÍ .....	45
6.1. Doporučení pro TIC .....	46
7. SOUHRN.....	49
8. SUMMARY .....	50
9. REFERENČNÍ SEZNAM.....	52
10. PŘÍLOHY .....	56

## 1. ÚVOD

Turistická informační centra jsou součástí cestovního ruchu. Často bývají vyhledávána tuzemskými i zahraničními turisty a pomáhají jim získat informace o dané oblasti či regionu a propagovat ji. V současné době roste důležitost internetu a stejně je tomu i v turistickém ruchu. Turisté nejsou odkázáni na papírové průvodce, mapy či letáky a současně s vlivem internetu roste i podíl vyhledávání turistických informací na internetových stránkách. Při tomto pohledu, kdy dostupnost informací na webových stránkách, cestovatelských diskuzích a fórech je dostupnější, můžeme tedy předpokládat, že v turistických informačních centrech dochází ke snížení počtu návštěvníků, kteří již nepotřebují mapy okolí, letáky, které je provedou městem či doporučení na památky a restauraci s ubytováním.

V bakalářské práci jsem se tedy rozhodla prozkoumat počty návštěvníků. Předpokládám snížení návštěvnosti Turistických informačních center v důsledku dostupnosti a rozvoje informací na internetových stránkách. Pro konkrétní výzkum jsem si zvolila Turistické informační centrum v Ústí nad Orlicí, na kterém ověřím svou tezi. Toto informační centrum jsem si vybrala, z toho důvodu, že pocházím z Ústí nad Orlicí, a pátým rokem v něm pracuji jako pracovnice turistického informačního centra a znám z vlastní zkušenosti fungování tohoto TIC. Stejně tak mám informace o městě, jeho památkách a turistických cílech.

V práci sleduji pohyb fyzické návštěvnosti v budově TIC a webové návštěvnosti oficiálních stránek města Ústí nad Orlicí webové kategorie Turista a volný čas od roku 2011 do roku 2020. Pracuji s termínem webová návštěvnost, nikoliv s termínem „online návštěvnost“ z důvodu, že turistické informační centrum nemá profil na jiných platformách (facebook, Instagram).

V práci zmíním pandemii Covid-19, která v roce 2020 zapříčinila velký pokles návštěvnosti.

Návštěvnost turistického informačního centra Ústí nad Orlicí srovnám s dalšími certifikovanými turistickými centry v okrese Ústí nad Orlicí čímž plánuji vyloučit, že by turistické informační centrum bylo výjimkou v počtu fyzických návštěv.

Dále předložím návrh na další postup, který by mohl turistům zjednodušit vyhledávání turistických cílů a tím tak zpříjemnit cestovatelský zážitek. Zhodnotím také jeho výhody a nevýhody.



## **2. PŘEHLED POZNATKŮ**

### **2.1. Cestovní ruch**

Světová organizace cestovního ruchu UNWTO definuje cestovní ruch takto:

Cestovní ruch je sociální, kulturní a ekonomický fenomén, který zahrnuje pohyb osob do zemí nebo na místa mimo jejich obvyklé prostředí pro osobní nebo obchodní/profesionální účely. Tyto osoby se nazývají návštěvníci (což mohou být buď turisté nebo výletníci; obyvatelé i nerezidenti) a cestovní ruch souvisí s jejich aktivitami, z nichž některé zahrnují výdaje na cestovní ruch. (UNWTO, n. d.)

Podle Lansing, De Vries

Cestovní ruch se velmi rychle stává jedním z nejdůležitějších sektorů ekonomického růstu na světě. Bez ohledu na různá dočasná zpomalení růstu kvůli 11. září, Sars pandemii, přírodním katastrofám je očekáván neustálý růstový trend tohoto sektoru. Světová turistická organizace ve své „Vize 2020“ predikuje v dalších 15 letech růst mezinárodních příjezdů na 1,56 miliard ve srovnání s 703 miliony v roce 2002 a s 565 milionu k roku 1995. V tomto intervalu 1995–2020 je průměrný růst 4,1 %. Tento úryvek potvrzuje důležitost cestovního ruchu pro světovou ekonomiku ale i důležitost pro jednotlivé státy a města. (Lansing, De Vries, 2006, s.77)

### **2.2. Členění cestovního ruchu**

Dle Malé dělíme cestovní ruch na mezinárodní, světový a cestovní ruch světa.

Mezinárodní cestovní ruch je nejširším pojmem z hlediska územní realizace cestovního ruchu. Zahrnuje pohyby účastníků cestovního ruchu mezi státy, bez konkrétního teritoriálního určení. Jde o zahraniční cestovní ruch více států či regionů

Světový cestovní ruch zahrnuje veškerý cestovní ruch na světě, při němž dochází k překračování hranic. Představuje souhrn veškerého příjezdového a výjezdového cestovního ruchu všech států světa.

Cestovní ruch světa zahrnuje veškerý cestovní ruch, který je na světě realizován. Jde tedy o souhrn domácího cestovního ruchu a zahraničního cestovního ruchu všech států světa. (Malá, 2002 cituji podle Hamarneh, 2014, s.9-10)

Podle Lochmannové (2015) dělíme cestovní ruch takto:

- Členění podle geografického hlediska na domácí cestovní ruch a zahraniční cestovní ruch.
- Členění podle motivu účasti na cestovním ruchu na cestovní ruch uskutečňovaný v rámci volného času a cestovní ruch zahrnující obchodní a služební cesty.
- Členění podle časového hlediska na krátkodobý cestovní ruch a dlouhodobý cestovní ruch.
- Členění podle vlivu na platební bilanci státu na aktivní cestovní ruch a pasivní cestovní ruch.
- Členění podle způsobu zabezpečení cesty a pobytu na organizovaný cestovní ruch a neorganizovaný cestovní ruch.
- Členění podle způsobu účasti a formy úhrady nákladů na cestovní ruch volný a cestovní ruch vázaný.
- Členění podle počtu účastníků na individuální cestovní ruch a skupinový cestovní ruch.
- Členění podle dopadu na životní prostředí na měkký cestovní ruch a tvrdý cestovní ruch.
- Členění podle věku účastníků na cestovní ruch dětí, mládeže, rodin s dětmi a seniorů.
- Členění podle převažujícího prostředí pobytu na cestovní ruch městský, venkovský, lázeňský, v horských střediscích a v přímořských střediscích. (Lochmannová, 2015, s. 12-14)

### **2.3. Význam cestovního ruchu**

Dle Lochmannové je

Cestovní ruch je jeden z velmi významných sociálních a ekonomických jevů soudobé společnosti. Je současně i důležitým ekonomickým odvětvím s přímou návazností na ekonomický růst a blahobyt konkrétní země. Je také třeba jej vnímat jako významnou součást národního hospodářství, která sestává z řady podnikatelských aktivit, v rámci nichž je zajišťována participace subjektů na cestovním ruchu. (Lochmannová, 2015)

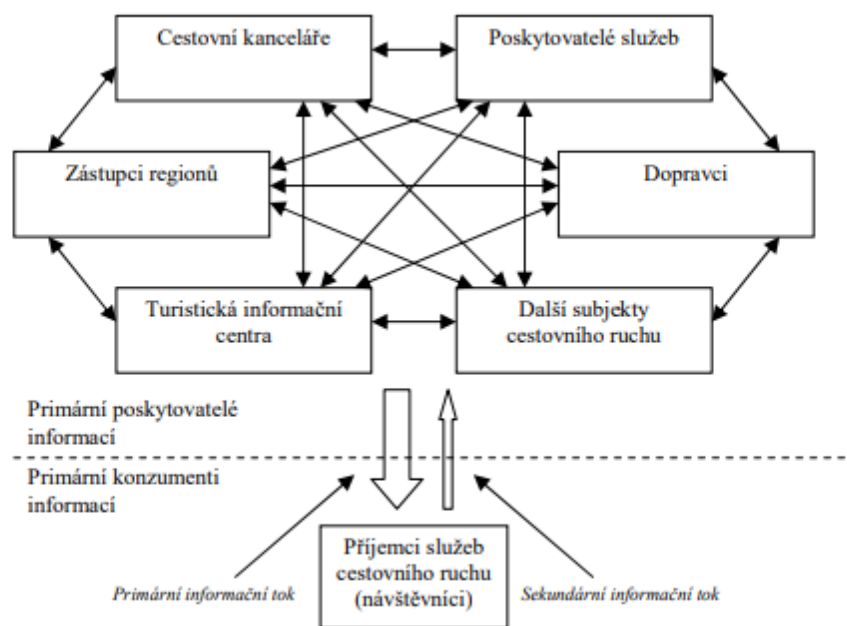
## 2.4. Informace v cestovním ruchu

Josef Zelenka a Jiří Kysela ve své publikaci Informační a komunikační technologie v cestovním ruchu popisují informace v cestovním ruchu takto:

Současný cestovní ruch je stále více závislý na informacích. Požadavky klientů nejen v cestovním ruchu rostou a zároveň se i rozšiřují možnosti jejich informační podpory (včetně online rezervací služeb) a potřebné informace se tak stávají stále dostupnějšími.

Informace je základní stavební jednotkou každého informačního systému a sebelepší informační systém může správně sloužit svému uživateli pouze v případě, že je naplněn správnými daty a informacemi (a ve specifických případech také znalostmi – např. znalostní a expertní systémy). Nejdříve je vždy třeba informace komplexně analyzovat na straně poskytovatele informací i jejich příjemce a určit jejich vhodnou strukturu, členění informací, zdroje informací, způsob poskytování informací, způsob aktualizace informací (zpravidla největší problém mnohých IS v cestovním ruchu) atd. Subjekt, nabízející služby v cestovním ruchu tak musí najít vhodný zdroj informací, zvolit vhodnou formu (druh) informací vzhledem k jejich charakteru, koncovému způsobu podání, osobě příjemce informace i předpokládané situaci, ve které by měla být informace poskytnuta.

Informační toky v cestovním ruchu probíhají ve dvou úrovních. Jednu úroveň tvoří samotní poskytovatelé informací v cestovním ruchu, tj. subjekty cestovního ruchu jako jsou cestovní kanceláře, dopravci, TIC, zástupci samosprávy a státní správy atd. Mezi těmito subjekty dochází k více či méně řízené výměně informací, které posléze vstupují do tzv. primárního informačního toku, jež probíhá mezi první a druhou úrovní. Druhá úroveň se týká samotných příjemců služeb, resp. informací, cestovního ruchu, jež zachycuje interakci mezi poskytovateli a samotnými příjemci.



Obrázek č. 1 Schéma informačních toků v cestovním ruchu z knihy Informační a komunikační technologie v cestovním ruchu (Zelenka, Chylíková, Nunvář, 2002)

Dále jsou v publikaci popsány požadavky na informace a kvalita informací:

Obsahově, koncepčně i funkčně dobrý informační systém musí poskytovat kvalitní a hodnotné informace z důvěryhodného zdroje, které budou dostupné prakticky odkudkoliv a s využitím různých technických zařízení. Zvláště důležitý je také objektivní přístup při jejich pořizování i prezentaci, dále problematika ověřování jejich správnosti, aktualizace a komplexnost, související s propojováním informací z nejrůznějších zdrojů (přičemž všechny by měly splňovat výše uvedené požadavky a navíc požadavek na dodržení příslušných standardů) do hodnotného a logického celku. Rozsah a hloubka informací by měly být odpovídající vzhledem k potřebě běžného uživatele (resp. zvoleného segmentu uživatelů) s možností rozšíření v případě bližšího zájmu. Struktura informací by měla být jasná a umožňovat snadnou orientaci a vyhledávání podle zadaných kritérií. Důležitá je vstupní analýza požadavků a očekávání zákazníků (účastníků cestovního ruchu, cestujících, zaměstnanců subjektů cestovního ruchu), na základě které by se měl potom vybrat vhodný typ a rozsah informací a druh a způsob jejich prezentace. (Zelenka, Nunvář, Chylíková, 2002)

Podle Lochmannové se informace v cestovním ruchu dělí takto:

Informace hrají v současné době klíčovou roli ve všech odvětvích, cestovní ruch nevyjímaje. Naopak, požadavky klientů v této oblasti rostou a zároveň jsou rozšiřovány i možnosti jejich informační podpory, tudíž jsou potřebné informace stále dostupnější.

Z hlediska informací je možno definovat cestovní ruch jako aktivitu, jejímž cílem je bezprostřední získávání nových informací v různé podobě, ať už se jedná o informace obrazové, textové, zvukové, čichové, hmatové, chuťové či další.

Tato aktivita se přitom odehrává v prostředí, které je bohaté na nové informace, tedy v prostředí mimo trvalé bydliště účastníka cestovního ruchu. (Lochmannová, 2015, s. 44)

Informace v cestovním ruchu je možno dělit ze tří hlavních hledisek: podle druhu informace, podle intervalu změny a podle kvality a rozsahu informace.

Druh informace – do značné míry rozhoduje o míře jejího vlivu na zákazníka. Podle tohoto hlediska je možné členit informace na tištěné (noviny, katalogy, časopisy), textové (rozlišovány jsou tištěné informace na papíře a dokumenty moderních textových editorů či internetových komunikačních kanálů), obrazové (fotografie), zvukové (zvukový průvodce, sdělení referenta cestovní kanceláře), multimediální (realizovány videem, multimediální počítačovou prezentací) a smíšené, které obsahují různé druhy informací a jsou podávány například v turistickém informačním centru.

Podle intervalu změny – je možné informace členit na relativně stálé (což jsou informace, týkající se například podnebí, památek či historie), informace proměnné s dlouhou periodou změny (jako jsou například informace o struktuře ekonomiky či složení obyvatelstva), informace proměnné se střední periodou změny (jako jsou informace o termínech zájezdů, ceníky služeb či otevírací doby kulturních památek) a informace neustále se měnící (což jsou například aktuální stavy rezervací letenek nebo aktuální počasí).

Podle kvality a rozsahu informace – je možné rozlišovat úplné informace (které jsou co do rozsahu zcela vyčerpávající), částečné informace (představující jakési informační minimum o dané zemi či výklad místního průvodce) a odkaz na jiný zdroj informací (je moderním postupem ve smyslu například vyhledávání titulů v knihovně). (Lochmannová, 2015, s. 44)

Dle UNWTO

V 21. století, informační společnost zažila průlom v okamžité komunikaci skrze digitální média. S novými mobilními technologiemi, destinacemi a poskytovateli lze získat daleko větší zásah publika, provádět turismus s rozsáhlými informacemi, které mohou být i personalizované. Nové možnosti informací poskytují zákazníkům porovnávat rozdílné nabídky, služby a poskytuje jim daleko větší svobodu při rozhodování. (UNWTO, 2016, s.4)

Ve zmíněné publikaci Světová turistická organizace uvádí, že:

mnoho studií potvrdilo, jednoduchost a přehlednost informací na webu, navigacích, při hledání a čtení informací v místě turistického ruchu mají dopad na konverzní poměr. To znamená, že více zákazníků udělá objednávku či rezervaci. Přehlednost informací a jejich lehká dostupnost je důležitá nejen pro turisty ale i pro podnikatele v turistickém ruchu. Světová turistická organizace dále doporučuje podívat se na informace z pohledu turistů-zákazníků. Identifikuje 4 kroky – Vnímání – Zákazník používá oči, uši a ostatní smysly pro vnímání obsahu informace. Objektivnost – Zákazník nalezne informace, které chce. Porozumění – Zákazník dokáže porozumět informací a umí je použít. Použití – Zákazník se rozhodne, jak obsah použije při svém rozhodování. Z tohoto schématu vychází při svém doporučení, jak poskytovat informace. Tak aby byly informace přehledné, logicky seřazené, držely se jednotného schématu a byly co nejvíce viditelné nebo slyšitelné na první pohled či poslech. Tato doporučení lze použít i na turistická informační centra, webové stránky a celkovou dostupnost informací v cestovním ruchu. Ve velkém množství informací je také důležité, aby informace byly aktuální, pravdivé a co nejrychleji vyhledatelné nebo poskytované. Jinak se může stát, že zákazník ztratí důvěru v danou instituci a informace bude čerpat z jiných zdrojů. (UNWTO, 2016, s.4)

## **2.5. Asociace turistických informačních center České republiky**

A.T.I.C. ČR se na svých webových stránkách popisuje jako:

Samostatné, dobrovolné, nezávislé profesní sdružení hájící zájmy turistických informačních center.

Asociace byla založena jako Asociace turistických informačních středisek České republiky A.T.I.S. ČR dne 9. 11. 1994. Ustavující členské fórum se konalo dne 4. 10. 1994 v Praze. Dnešní název - Asociace turistických informačních center České republiky (A.T.I.C. ČR) - je registrován od 3.11. 1997.

Asociace je administrátorem certifikace Jednotné klasifikace turistických informačních center ČR.

#### MISE:

Prosazovat zájmy a význam svých členů. Podporovat kvalitní služby TIC a ovlivňovat prostředí pro jejich činnost.

#### VIZE:

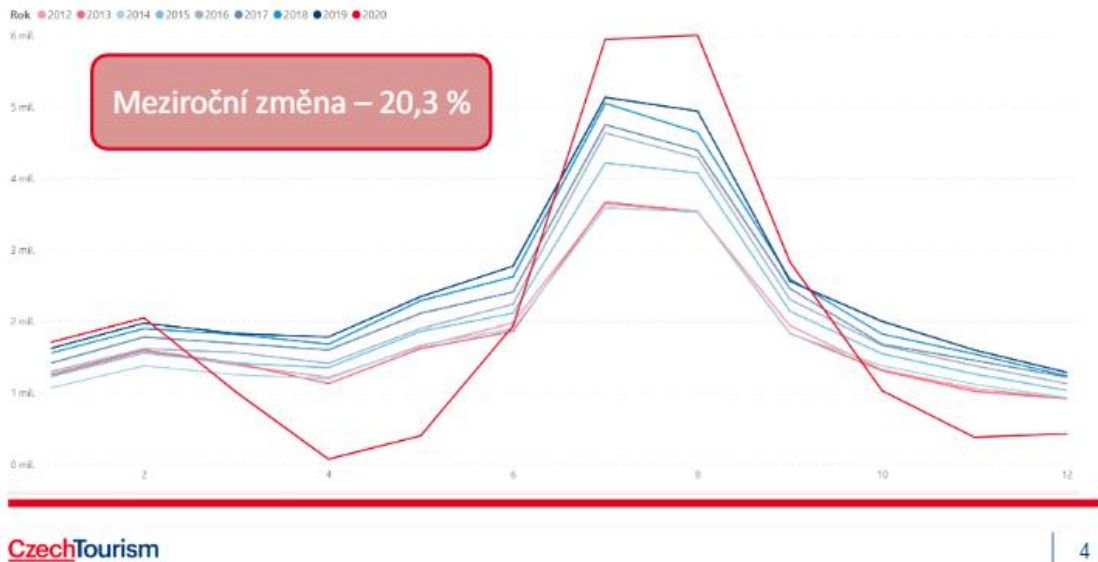
Být stabilní a silnou profesní organizací a garantem kvality TIC. Být respektovaným partnerem pro zainteresované strany při řešení jejich potřeb a nositelem nových impulsů k rozvoji potenciálu TIC v regionech.

#### A.T.I.C. ČR:

- zajišťuje pravidelná setkání (jednání) svých členů a společné akce.
- prezentuje činnost členských informačních center na veřejnosti (propagační materiály, web, veletrhy apod.)
- organizuje odborné zájezdy pro své členy
- zajišťuje vzdělávání svých členů prostřednictvím vzdělávacích seminářů pro pracovníky turistických informačních center v jednotlivých krajích ČR
- prosazuje zájmy svých členů v ČR i v mezinárodní oblasti
- ve spolupráci s dalšími oborovými asociacemi se podílí na koncepcích a legislativních úpravách, které se týkají činnosti informačních center. Svými připomínkami a návrhy se podílí na tvorbě norem a předpisů ve výše uvedené oblasti
- předkládá státním i nestátním institucím vlastní návrhy a požadavky na řešení problematiky činnosti informačních center.
- spolupracuje s orgány státní a místní správy za účelem rozvoje cestovního ruchu a služeb obyvatelstvu v dané oblasti.
- zastřešuje řešení Koncepce rozvoje cestovního ruchu v jednotlivých obcích, městech a regionech. (Asociace turistických informačních center České republiky, n. d.)

## 2.6. Domácí cestovní ruch

### Vývoj počtu přenocování – domácí turisté

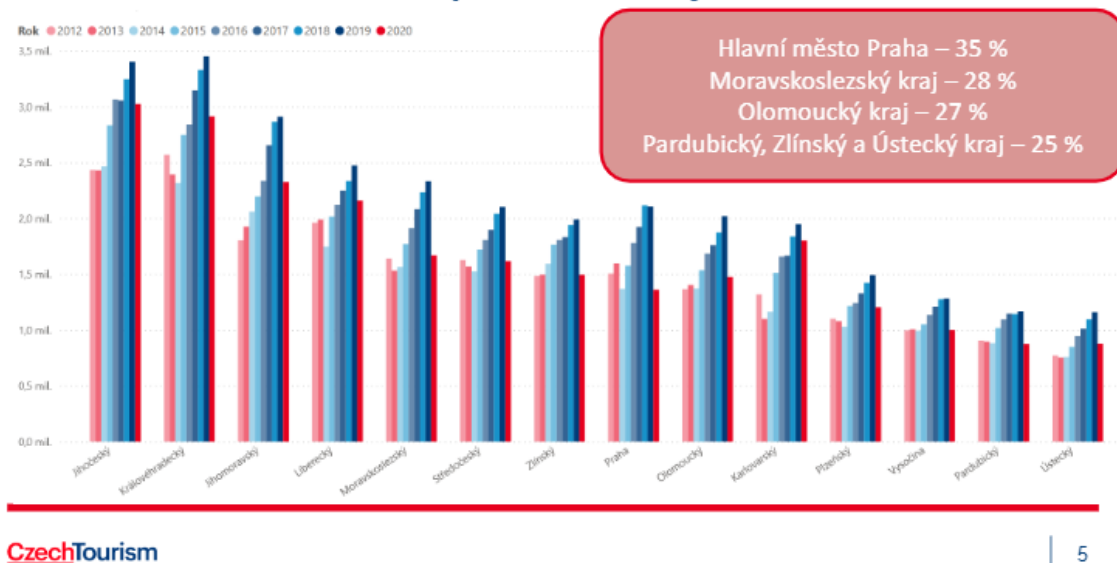


Obrázek č.2. Vývoj počtu přenocování domácích turistů od roku 2012 do roku 2020 (zdroj: Machová, 2021)

V grafu je znázorněný téměř pravidelný každoroční růst počtu přenocování domácích turistů. Výrazný je rok 2020, ve kterém nastal propad, zapříčiněný pandemií covid-19. Díky snížení počtu nakažených v letních měsících došlo k rozvolňování protiepidemických opatření, což pravděpodobně vedlo ke zvýšení počtu turistů. Celkově v roce 2020 přenocovalo v zařízeních o 20,3 procent méně domácích turistů, než v minulých letech.



## Domácí turisté – detailní pohled na kraje



Obrázek č. 3 Vývoj počtu přenocování domácích turistů od roku 2012 do roku 2020 v detailním pohledu na kraje (zdroj: Machová, 2021)

Každoroční nárůst v počtu domácích turistů vidíme i mezi jednotlivými kraji. Opět s výjimkou roku 2020, kdy počet turistů konkrétně v Pardubickém kraji klesl o cca 20 % oproti předešlým obdobím.

### 2.7. Turistické informační centrum

Asociace turistických informačních center České republiky (A.T.I.C. ČR) vydala v roce 2018 oficiální manuál Turistické informační centrum od A do Z, kde popisuje definice z dané oblasti a také návod, jak by mělo vypadat ukázkové turistické informační centrum.

Hlavní cíle a poslání turistického informačního centra jsou v manuálu definovány následovně podle Kuchaře, Novotného, Matouše (2006, s.2) „Poslání turistického informačního centra je poskytovat veřejnosti a svým návštěvníkům různorodé informace související zejména s cestovním ruchem a vztahující se k místu působnosti TIC s přesahem na jeho nejbližší okolí a region. Poskytované informace musí být přesné, aktuální a úplné.“

V dalším manuálu Jednotná klasifikace turistických informačních center České republiky, vydaném v roce 2017 Asociací turistických informačních center České republiky zní definice turistického informačního centra takto:

Turistické informační centrum je veřejně přístupné a viditelně označené účelové zařízení poskytující objektivní a ověřené informace o turistických cílech, službách cestovního ruchu, rekreační a kulturní nabídce v oblasti svého působení (obec, město, region, stát). TIC může při výkonu své činnosti rovněž nabízet a prodávat placené služby, související s cestovním ruchem (např. působit jako cestovní agentura), pokud jsou poskytovány v souladu s platnými právními předpisy a jestliže nenaruší komplexnost, objektivitu a kvalitu poskytovaných informací. Provozování TIC má charakter veřejné služby. TIC se řídí platnými oborovými standardy jednotné klasifikace (JK) TIC stanovenými profesní organizací A.T.I.C. ČR ve spolupráci s agenturou CzechTourism, které mohou být podle potřeby doplněny o schválené vnitřní procesy řízení kvality. Splnění oborového standardu musí být doloženo platným certifikátem. (Matouš, 2006, s. 5)

První manuál Turistické informační centrum od A do Z se více zaměřuje na obecnější charakteristiky, informace pro veřejnost a jak má turistické informační centrum vypadat, a druhý Jednotná klasifikace turistických informačních center České republiky slouží více pro samotné TIC k jejich fungování a certifikaci.

## **2.8. Pozice TIC v cestovním ruchu**

Turistické informační centrum má významný vliv na cestovní ruch v dané oblasti. Jeho pozici definuje asociace v manuálu Turistické informační centrum od A do Z.

TIC má nejlepší předpoklady být nejdůležitějším článkem praktické propagace a komunikace města/obce, příslušné oblasti či regionu, kraje i celého státu. Jeho posláním je poskytovat návštěvníkům zdarma všechny potřebné informace a navázat s nimi lidsky přívětivý kontakt tak, aby návštěvníci byli při svém pobytu spokojeni, opakovaně se vraceli a svými dalšími návštěvami byli pro místo a oblast vždy přínosem. Turistické informační centrum je nejvhodnějším místem pro získání zpětné vazby o potřebách, požadavcích a očekáváních turistů a návštěvníků pro jejich cesty a pobyt v místě působnosti TIC, oblasti, regionu, či státu. (Kuchař, Novotný, Matouš, 2006, s.3).

## 2.9. Činnosti TIC

A.T.I.C. ČR v již zmíněném manuálu Turistické informační centrum od A do Z popisuje činnosti turistických informačních center a formy, kterými TIC informace poskytuje. V manuálu však nejsou popsány činnosti, které TIC může poskytovat navíc, tedy mimo vytyčené standardy se jedná například o průvodcovské služby, manuál u těchto činností definuje, že musí souviset s cestovním ruchem, být v souladu s předpisy a nesnížit kvalitu informací.

Hlavní a převažující činností TIC je bezplatné poskytování informací veřejnosti. V rámci svého poslání plní TIC následující funkce:

TIC vyhledává, shromažďuje, aktualizuje a dále šíří přesné turistické informace z území své působnosti (oblast, město, region, stát). TIC vytváří komplexní informační databanku (databázi) cestovního ruchu daného území při dodržování standardních postupů práce s informacemi. Databanka obsahuje turistické, kulturní, sportovní a všeobecné informace z oblasti svého působení, informace o atraktivitách, službách, ubytovacích a stravovacích možnostech, dopravě, obchodní síti, kulturních, sportovních programech a dalších akcích podle zaměření regionu. Základní podmínkou tvorby databanky je soustavnost, úplnost a aktuálnost. Turistické informační centrum shromažďuje, zpracovává a průběžně ověřuje informace v souladu s celostátně definovanými požadavky Jednotné klasifikace TIC v ČR tak, aby databáze poskytovala aktuální, objektivní a komplexní přehled o možnostech cestovního ruchu v oblasti jeho působení.

TIC poskytuje všemi dostupnými formami (verbálně, telefonicky, prostřednictvím internetu, tiskovin a technických prostředků) veřejnosti informace uložené v informační databázi. Rozsah si TIC stanoví podle individuálních podmínek odpovídajících potřebám cestovního ruchu v oblasti svého působení. Permanentní celoroční informovanost o oblasti svého působení zajišťuje dle svých možností zveřejněním databáze prostřednictvím vlastních průběžně aktualizovaných, celoročně dostupných internetových stránek.

TIC může při výkonu své činnosti také nabízet další služby, související s cestovním ruchem, pokud jsou poskytovány v souladu s platnými právními předpisy a jestliže nenaruší komplexnost, objektivitu a kvalitu poskytovaných informací.

Informace jsou v TIC poskytovány v českém a minimálně jednom světovém jazyce. TIC

musí být připojeno k internetu, TIC je vybaveno aktuálními propagačními materiály. Pracovníci TIC se na vydávání propagačních materiálů v určité míře podílí. (Kučař, Novotný, Matouš, 2006, s.2).

Podle Asociace turistických informačních center ČR:

„Personál TIC má k dispozici dokument "Kvalitativní parametry obsluhy klientů, návštěvníků turistických informačních center" v posledním aktualizovaném znění.“ (Matouš, 2006, s.5)

Dokument vydala Asociace turistických informačních center. Certifikovaná TIC se tímto dokumentem musí řídit.

Tyto parametry se týkají požadavků na provoz, znalosti a komunikaci pracovníka TIC s klienty. V manuálu Jednotná klasifikace turistických informačních center České republiky jsou parametry popsány následovně: Pracovníci TIC musí dodržovat určité postupy při obsluze návštěvníků informačních center.“ (Matouš, 2006, s.21). Jedná se o dokument, ve kterém je například popsáno, jaké by měl mít pracovník znalosti, jak by měl být oblečen, jak odpovídat na dotaz a jak udržovat místnost TIC. Vše je rozděleno do následujících kapitol.

#### A) Všeobecná pravidla

- přístupnost
- prostory provozovny TIC
- oblečení a celková úprava pracovníka TIC
- obsluha návštěvníka, klienta
- znalosti pracovníka TIC
- zodpovědný turista a cestovatel
- práva spotřebitelů
- povědomí o životním prostředí

#### B) komunikace osobní

- pozdrav
- chování

- vyjasňování dotazu
- poskytnutí informace
- poznámky
- soukromé telefonování
- střet s jinou činností
- pití, odpočinek
- oslovení klienta při odchodu

#### C) komunikace telefonická

- pozdrav
- chování
- vyjasňování dotazu
- poskytnutí informace
- střet s jinou činností

V souhrnu parametrů všeobecných pravidel je popsáno, že pracovník TIC by měl brát zřetel na skupiny se sníženou mobilitou, těhotné ženy, rodiče s dětmi, důchodce, zdravotně postižené atd. Pracovníci TIC zabezpečují, aby prostory provozovny byly čisté, materiály a zboží přehledně vystavené a doplněné. Oblečení volí pracovník tak, aby odpovídalo ročnímu období, tepelným podmínkám interiéru, společenským konvencím a nevyvolávalo negativní, či jinak emocionálně motivované reakce. Pracovníci TIC při komunikaci s příchozími návštěvníky respektují a dodržují pořadí. Pracovník dokáže z paměti poskytnout informaci o největších zajímavostech v místě a okolí, tip na výlet do okolí a základní historické informace o místě a místopisné informace. TIC poskytuje mimo jiné informace o kulturním dědictví a kulturních tradicích České republiky. TIC na požádání klienta zjistí a podá informace, které konkretizují všeobecné podmínky a zvyklosti související s poskytováním služeb. Provoz TIC by měl být realizován tak, aby v žádném svém ohledu neohrožoval, ani neomezoval životní prostředí.

Při osobní komunikaci pracovník vždy odpoví na pozdrav, osloví klienta a v průběhu hovoru udržuje oční kontakt. Pracovník TIC je vstřícný a přívětivý, vede rozhovor a usměřňuje jej, pomáhá s vyjasněním otázky. Pracovník je trpělivý, respektuje návštěvníka a jeho verbální a nonverbální komunikaci, nesmí zpochybnit či zesměšnit klienta. Personál podává jasné

a správné odpovědi na otázky a potřeby návštěvníka. Za přítomnosti veřejnosti není vhodné soukromě telefonovat. Při zajišťování administrativních úkonů, nezbytných pro chod TIC, dá pracovník vždy přednost obsluze návštěvníka a poté se k zajištění administrativy vrátí. Pro případný odpočinek a pití volí pracovník TIC dobu, kdy v TIC nejsou návštěvníci, nebo jich je v TIC co nejméně. Pracovník se s klientem rozloučí.

Při telefonické komunikaci pracovník TIC pozdraví a do telefonu se ohlásí označením organizace zajišťující službu, svým jménem a otázkou směřující k cíli volajícího. Pracovník TIC je vstřícný a přívětivý, vede rozhovor a usměrňuje jej, pomáhá s vyjasněním otázky. Pracovník je trpělivý, respektuje a nijak nekomentuje dotazy klienta, i kdyby byly nepřesné a zavádějící. Personál podává jasné a správné odpovědi na otázky a potřeby návštěvníka jako při přímém kontaktu. (Matouš, 2006, s. 21-24)

## **2.10. Návštěvník**

Podle Ivety Hamarneh je návštěvník

„účastník cestovního ruchu. Návštěvníci se dělí na jednodenní návštěvník (exkurzionisté či výletníci) a turisty. Jednodenní návštěvník se účastní cestovního ruchu bez přenocování. Turista je účastník cestovního ruchu, který alespoň jednou přenocuje mimo své běžné prostředí.“ (Hamarneh, 2014, s.11)

## **2.11. Ústí nad Orlicí**

Ústí nad Orlicí je okresní město, nacházející se v Pardubickém kraji.

Dle Českého statistického úřadu leží v nadmořské výšce 340 m, a k 31. 12. 2019 zde žilo 14 280 obyvatel na katastrální rozloze 3 637 ha. (Dle ČSÚ, 2021)

## **2.12. Turistické informační centrum v Ústí nad Orlicí**

Turistické informační centrum v Ústí nad Orlicí se nachází v centru města na Mírovém náměstí v přízemí budovy radnice.

Otevírací doba TIC Ústí nad Orlicí je rozdělena na mimosezónní (září – červen), kdy je ve všední dny otevřeno od 7:00 do 17:00 a v sobotu je otevřeno od 8:00 do 11:00. V sezónní otevírací době (červenec – srpen) je otevřeno ve všední dny od 7:00 do 17:00 a o víkendu, tedy v sobotu a v neděli, je otevřeno od 9:00 do 14:00.

TIC Ústí nad Orlicí bylo uzavřeno vládou České republiky v rámci protiepidemických opatření, a to v období od 14. 3. 2020 – 26. 4. 2020, 22. 10. 2020 – 2. 12. 2020, 27. 12. 2020 – 16. 5. 2021. TIC bylo možné kontaktovat pouze přes emailovou nebo telefonickou komunikaci.

Turistické informační centrum v Ústí nad Orlicí je členem Asociace turistických informačních center. (certifikát viz příloha č. 1)

TIC Ústí nad Orlicí splňuje požadavky k dosažení klasifikační třídy B. K dosažení klasifikační třídy A by TIC Ústí nad Orlicí muselo splňovat:

- Otevírací doba celoročně 7 dní v týdnu, tento požadavek nesplňuje, protože mimo sezónu je TIC v neděli uzavřeno
- Zpřístupnit na internetu výstup z vlastní elektronické databáze
- Disponovat nabídkou turistických produktů (např. komentovaná prohlídka města)
- Zprostředkovávat ubytovací služby (lze i prostřednictvím rezervačního systému)
- Mít zpracován interní systém pro řízení kvality poskytovaných služeb, který pravidelně vyhodnocuje

### **2.13. Turistické cíle ve městě Ústí nad Orlicí**

Na portálu kudyznudy.cz láká město Ústí nad Orlicí návštěvníky následujícími zajímavostmi.

Nedaleko centra najdete sportovní areál s atletickým a fotbalovým stadionem, letním aquaparkem, několika multifunkčními hřišti a tenisovými kurty, je tu i krytý bazén se slanou vodou a skatepark. V nedaleké Cakli objevíte tábořiště s loděnicí, cvičnou horolezeckou stěnou a lanovou Tarzanovou dráhou, vede tudy také cyklostezka a dráha pro in-line bruslení. Pokud hledáte tip na výlet do okolí, zkuste se vydat podél kapliček Křížové cesty k rozhledně na Andrlově chlumu.

Podle Prokeše

Ústí nad Orlicí má také významnou kulturní tradici. Zasloužili se o ni muzikantské osobnosti. Například jde o houslového virtuosa Jaroslava Kociana a violoncellistu Bohuše Herana, jejichž odkaz připomínají každoroční mezinárodní hudební soutěže. Ve městě působí jeden z nejstarších pěveckých sborů ve Střední Evropě Cecilská hudební

jednota. Mezi další významné tradice patří malování a stavění betlémů, jejichž počátky bychom našli již v 18. století.

V Ústí nad Orlicí se nachází velký sportovní areál s fotbalovým a atletickým stadionem, s umělým trávníkem, volejbalovými, basketbalovými a tenisovými kurty. Součástí areálu je v roce 2000 vybudovaný Aquapark. Ve městě je dále k dispozici krytý plavecký bazén, kluziště, kuželkářská dvoudráha a bowlingové centrum. Nedaleko centra města naleznete tábořiště a loděnici v Cakli.

Ústí nad Orlicí je křižovatkou nových cyklostezek vybudovaných v letech 2007 – 2009. Na 40 km dlouhých unikátních cyklostezkách Vás čekají nevšední zážitky a bohaté sportovní vyžití. Vedou nádherným údolím řek Tiché Orlice a Třebovky do Chocně, Letohradu a České Třebové a jsou určeny pro cykloturistiku a in-line bruslení.

Podobně pestrá je i nabídka rekreace v okolí. Navštívit můžete zříceniny hradů Lanšperk, Žampach, Potštejn či Litice nad Orlicí, nebo zvolit kratší trasu podél kapliček Křížové cesty vedoucí na Andrlův chlum. (Prokeš, n. d.)

V turistickém informačním centru je k volnému odběru leták Průvodce městem, ve kterém se nachází 20 nejnavštěvovanějších míst v Ústí nad Orlicí s krátkým popisem a mapa, na které jsou místa vyznačena. (viz příloha č. 2)

#### **2.14. SARS-CoV-2**

V této práci je ovšem potřeba zmínit, že v březnu v roce 2020 postihla Českou republiku pandemie Covid-19 která měla obrovský dopad na celosvětový cestovní ruch. Během nouzového stavu, který trval od pondělí 5. října 2020 do 11. dubna 2021. (Vláda.cz, 2021)

Vláda nařídila uzavření služeb, a to včetně informačních center. Tento fakt se samozřejmě projevil na fyzické návštěvnosti v roce 2020

Onemocnění COVID-19 je způsobeno novým typem koronaviru s odborným označením SARS-CoV-2. Jedná se o vysoce infekční onemocnění, které se projevuje zejména horečkami, respiračními potížemi (kašel, dušnost), bolestí svalů a únavou. U starších a chronicky nemocných osob může nemoc mít vážnější průběh a může vést i k úmrtí. Počátek epidemie COVID-19 je datován k 31. prosinci 2019, kdy byly první případy hlášeny v čínském městě Wu-Chan v provincii Chu-Pej. V České republice byly první tři případy nákazy novým koronavirem prokázány 1. března 2020. (Ministerstvo zdravotnictví České republiky, n. d.)



### 3. CÍLE

Hlavním cílem bakalářské práce je prozkoumat fyzickou návštěvnost turistického informačního centra Ústí nad Orlicí a porovnat s návštěvností webových stránek.

K dosažení cíle jsem si stanovila dílčí cíle, které potřebuji pro potvrzení teze.

- Průzkum fyzické návštěvnosti informačního centra
- Porovnání fyzické návštěvnosti ostatních informačních center v okrese Ústí nad Orlicí, abych vyloučila možnou odchylku v návštěvnostech a zda Ústí nad Orlicí není výjimkou v poklesu či růstu fyzické návštěvnosti, proto návštěvnost porovnám i s návštěvností dalších měst v okrese.
- Zjištění návštěvnosti oficiálních webových stránek města od roku 2011 do roku 2020.
- Vyhodnocení a porovnání těchto návštěvností
- Vyhodnocení kvality služeb turistického informačního centra města Ústí nad Orlicí na základě výzkumu, zaměřeného na monitoring služeb turistických informačních center metodou Mystery Shopping, který provádí Asociace turistických informačních center České republiky
- Prozkoumání, jak pandemie Covid-19 ovlivnila návštěvnost a zda se to projevilo na návštěvnosti webových stránek.

## **4. METODY**

### **Rešerše webových stránek**

Kontaktovala jsem Asociaci turistických informačních center, která mi poskytla dva nejvýznamnější manuály a to Jednotná klasifikace turistických informačních center České republiky a Turistické informační centrum od A do Z. Dále jsem využívala internetovou databázi asociace k dohledání dalších informací.

Dále jsem čerpala data z webových stránek CzechTourism – czechtourism.cz, ČSÚ – czso.cz a Vlády České republiky – vlada.cz

### **Sběr dat z fyzické návštěvnosti TIC**

Turistická informační centra jsem kontaktovala pomocí jejich emailové schránky nalezené na jejich, případně městských webových stránkách. Při nekomunikaci ze strany turistických informačních center jsem zvolila telefonickou komunikaci.

Od turistických informačních center jsem získala data roční a měsíční návštěvnosti daného turistického informačního centra od roku 2011 až do roku 2020.

### **Sběr dat z Google Analytics webu TIC Ústí nad Orlicí**

Podle Hvizdala je Google Analytics:

„bezplatný nástroj společnosti Google, který vám poskytne řadu zajímavých statistik o návštěvnících vašeho webu. Některé jsou jednoduché, jako počty návštěvníků nebo průměrná doba jedné návštěvy. Jiné jsou komplexní a složitější na nastavení, například sledování obrátů e-shopu podle zdrojů návštěv“ (Hvizdal, 2021)

Jelikož TIC Ústí nad Orlicí nemá samostatné webové stránky, ale je součástí webu město Ústí nad Orlicí, rozhodla jsem se měřit Google Analytics na webu Ústí nad Orlicí pouze v kategorii „turista a volný čas“, protože web města Ústí nad Orlicí obsahuje i spoustu dalších informací, jako například kontakty na úředníky, volná pracovní místa na městském úřadu, a vypsané zakázky pro město, které pro můj výzkum nejsou relevantní. V kategorii „turista a volný čas“ najdeme kontakty na TIC a také další informace, jejichž náplň dodává samotné TIC,

například informace o kultuře, nadcházejících akcích, tipech na výlety.

Google Analytics eviduje i čas, strávený na stránce, z informací se tedy dá rozeznat, pokud návštěvník stránku nejspíše zobrazil omylem, nebo pokud sloužila pouze jako rozcestník.

V Google Analytics jsem vyfiltrovala všechny stránky, které obsahují v URL adrese „turista-a-volny-cas“. Tím jsem získala data pouze ze záložky „turista a volný čas“.

Podle Hvizdala „Návštěvy – zahrnují nové i vracející se uživatele. Pokud byl jeden uživatel na webu 5x, započte se mu 5 návštěv (někdy i více, protože o půlnoci se návštěvy nulují, takže jedna návštěva přesahující do druhého dne se počítá jako dvě).“ (Hvizdal, 2021)

## **5. VÝSLEDKY A DISKUZE**

Kapitola výsledky obsahuje počet fyzických návštěvníků v grafickém znázornění. Fyzická návštěvnost je zde porovnána s dalšími TIC okresu Ústí nad Orlicí, a to jen s TIC, která poskytla stejně rozsáhlá data, porovnání je zde uvedeno z důvodu vyloučení jakékoliv výjimky v počtu návštěvníků TIC Ústí nad Orlicí.

Z dat fyzické návštěvnosti je patrný lineární trend růstu. Proto jsem ve výsledcích uvedla měření kvality služeb v TIC formou mystery shopping a zvýšení domácího i příjezdového cestovního ruchu, dle mého názoru to jsou jedny z faktorů, které mohly zapříčinit růst fyzické návštěvnosti v TIC Ústí nad Orlicí.

V kapitole je dále uveden počet návštěvníků webových stránek TIC Ústí nad Orlicí. Data návštěvnosti webu jsem čerpala z Google Analytics.

Údaje o věkových skupinách návštěvníků webových stránek jsem čerpala z Google Analytics, data o věkových skupinách fyzických návštěvníků jsem získala z neuskutečněné rešerše pomocí online dotazníku. Rešerši jsem do práce nezapojila, z důvodu nízkého počtu respondentů. Dotazník měl zkoumat fyzické návštěvníky, jejich věk, místo odkud přijeli, důvod návštěvy, na kterých jiných místech hledají informace k cestování a jejich nápady na vylepšení TIC Ústí nad Orlicí. Pro zajímavost jsem porovnála návštěvníky fyzické a návštěvníky webových stránek dle věkových skupin.

Rešerše facebookových stránek, které informují o městě Ústí nad Orlicí jsou v kapitole zahrnuty z důvodu následných doporučení.

Dále v kapitole popisují vliv pandemie Covid-19.

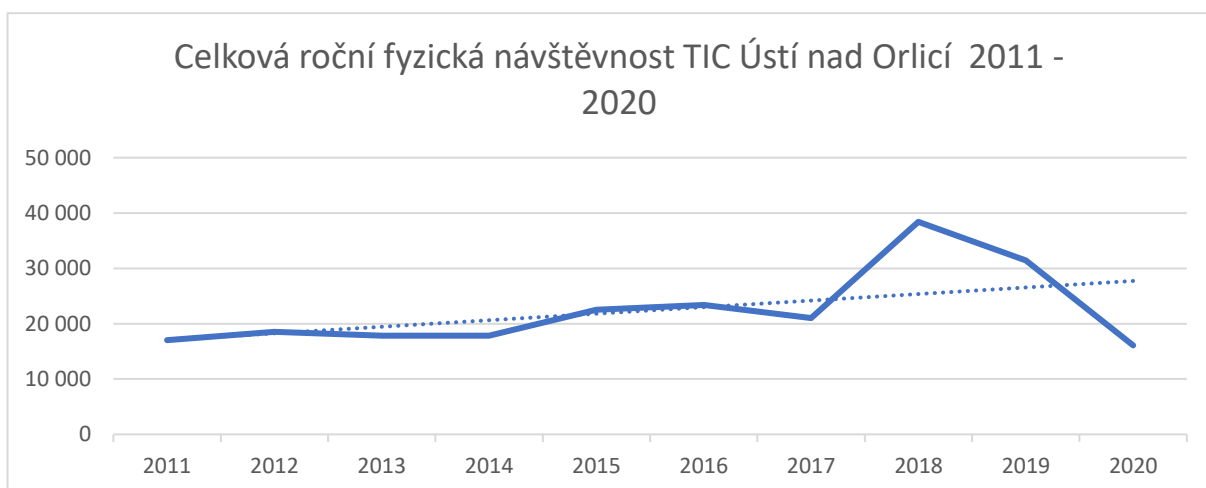
### **5.1. Fyzická návštěvnost TIC Ústí nad Orlicí**

Fyzická návštěvnost v turistickém informačním centru v Ústí nad Orlicí roste. Vyplývá to z dat počtu návštěvníků. Tuto statistiku vede TIC Ústí nad Orlicí každý den.

Návštěvnost turistického informačního centra ÚSTÍ NAD ORLICÍ										
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
leden	1 341	1 372	1 653	1 390	1896	1892	1828	3894	2992	3095
Únor	1 281	1 584	1 372	1 195	1935	1 959	1612	3192	3660	1881
Březen	1 671	1 425	1 609	1 453	2564	1 980	2055	3371	2742	1353
Duben	1 560	1 673	1 611	1 435	2198	2 015	1531	2791	2286	326
Květen	1 374	1 476	1 634	1 388	1758	1 974	1713	3205	2474	844
Červen	1 442	1 526	1 338	1 378	1734	1 844	1642	2761	1982	1355
Červenec	1 323	1 630	1 426	1 622	1965	2 016	1635	2838	2604	1981
Srpen	1 435	1 743	1 296	1 490	1757	2 261	1912	3142	2207	1807
Září	1 394	1 560	1 441	1 544	1673	1 961	1813	2643	2202	1400
Říjen	1 434	1 656	1 594	1 523	1221	1 810	1855	3704	2953	905
Listopad	1 333	1 578	1 522	1 381	1823	1 889	1832	3816	2757	423
Prosinec	1 433	1 296	1 323	2 047	1989	1 809	1565	3051	2575	711
<b>Celkem</b>	<b>17021</b>	<b>18519</b>	<b>17819</b>	<b>17846</b>	<b>22513</b>	<b>23410</b>	<b>20993</b>	<b>38408</b>	<b>31434</b>	<b>16081</b>

Tabulka č. 1. Počet fyzických návštěvníků TIC města Ústí nad Orlicí po měsících od ledna roku 2011 až do prosince roku 2020. (zdroj: vlastní zpracování databáze TIC města Ústí nad Orlicí)

Geometrický průměr meziročního tempa růstu je 7,8 % a pokud z výpočtu vynecháme rok 2020 tak je geometrický průměr meziročního tempa růstu 3,5 %.



Obrázek č.4 Celková roční fyzická návštěvnost TIC Ústí nad Orlicí od roku 2011 do roku 2020. (zdroj: vlastní tvorba z dostupných dat z databáze návštěvnosti TIC Ústí nad Orlicí)

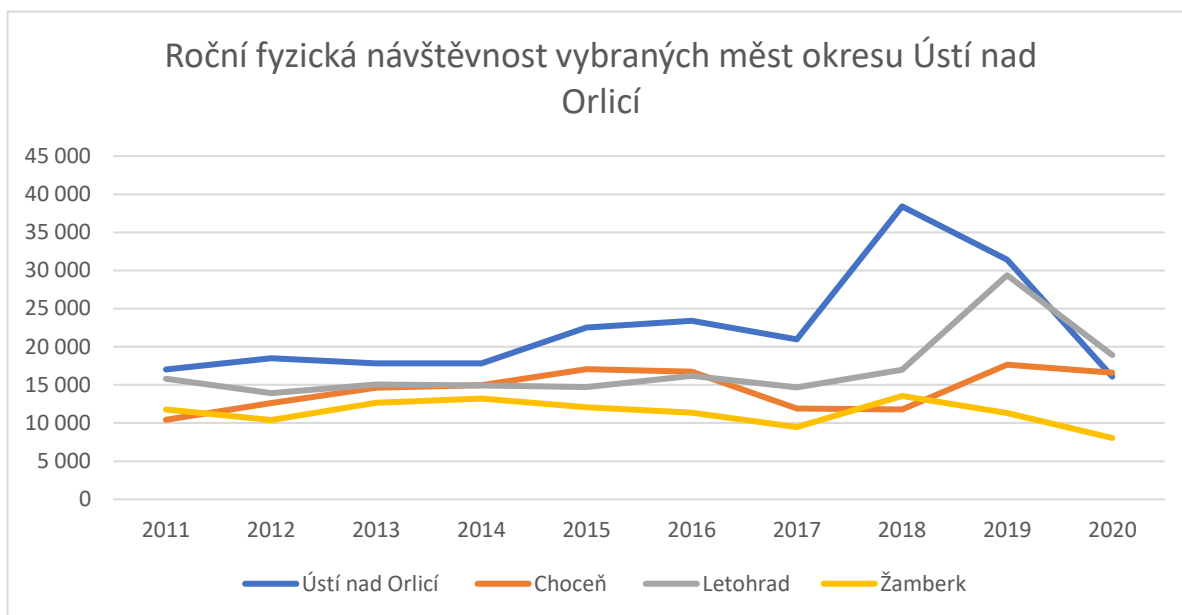
V grafickém znázornění fyzické návštěvnosti TIC je viditelný lineární trend růstu. Téměř každý rok byl v počtu návštěvníků vyšší než ten předchozí, výjimkou jsou pouze roky 2013 a 2017.

Pokud vynecháme rok 2020, protože byl ovlivněn pandemií, návštěvnost se od roku 2011 do roku 2019 celkem zvýšila o 84,7 %.

Zabývala jsem se způsobem měření počtu návštěvníků. Od roku 2011 do konce roku 2017 počítali návštěvníky pracovníci TIC. Pracovník vždy zaznamenal návštěvníka TIC, který si nezakoupil žádný produkt tedy například mapu ČR, suvenýr, lístek do divadla nebo tisk papíru. Na konci dne pracovník sečetl záznamy nic nekupujících návštěvníků a počet prodejních dokladů, které proběhly přes pokladnu. Od roku 2018 Asociace turistických informačních center zavedla do certifikovaných turistických informačních center počítadlo průchodů. Tento krok je viditelný i v grafickém znázornění, počet návštěvníků se v záznamech zvýšil. Dle mého názoru je ale toto měření méně přesné, v místnosti TIC Ústí nad Orlicí se nachází podatelna městského úřadu Ústí nad Orlicí. Počítadlo je umístěno ve dveřních prostorách místnosti, tudíž zaznamená průchod každé osoby, tedy i pracovníků městského úřadu a zaměstnanců TIC. Případnou možnost odečtu návštěvníků podatelny MÚ by bylo těžké definovat. Z vlastní zkušenosti pracovníka TIC v Ústí nad Orlicí vím, že návštěvníka podatelny často zaujme produkt TIC, například mapa, kalendář akcí na nástěnce, a jiné. V tomto případě by bylo těžké návštěvníka vymezit do čí návštěvnosti ho zařadit.

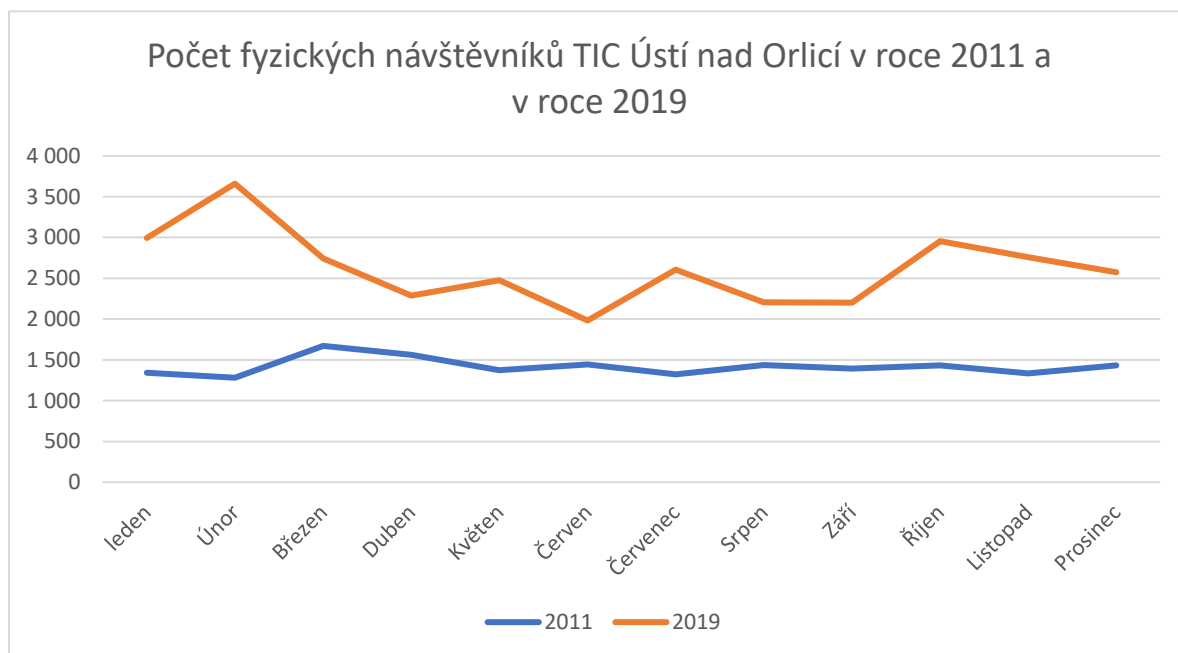
Dále jsem porovnávala návštěvnost sousedních certifikovaných TIC, která měří návštěvnost stejným způsobem, jako je měří Ústí nad Orlicí. Srovnáním návštěvnosti chci ukázat TIC Ústí nad Orlicí v kontextu okresu Ústí nad Orlicí, abych dokázala, že ústecké informační centrum nemá extrémní návštěvnost v poměru k sousedním informačním centrům a mohu na jeho datech zkoumat můj předpoklad.

V okrese Ústí nad Orlicí se nachází celkem deset certifikovaných TIC, a to ve městech Ústí nad Orlicí, Choceň, Lanškroun, Letohrad, Žamberk, Vysoké Mýto, Česká Třebová, Jablonné nad Orlicí, Králíky a Pastviny. Tato TIC jsem požádala o data jejich fyzické návštěvnosti po měsících od roku 2011. Požadovaná data měla k dispozici pouze města Choceň, Letohrad a Žamberk. Další TIC vedou data návštěvnosti až od roku 2018.



Obrázek č. 5. Roční fyzická návštěvnost vybraných měst okresu Ústí nad Orlicí. (Ústí nad Orlicí, Choceň, Letohrad, Žamberk) (zdroj: vlastní tvorba z dat fyzické návštěvnosti daných měst)

V grafickém znázornění jsou viditelné podobné hodnoty. Turistické informační centrum Ústí nad Orlicí TIC Ústí nad Orlicí disponuje nejvyšším počtem návštěvníků z uvedených měst, důvodem může být fakt, že město Ústí nad Orlicí je městem okresním.



Obrázek č.6. Počet fyzických návštěvníků TIC Ústí nad Orlicí v roce 2011 a v roce 2019. (zdroj: vlastní tvorba z dat fyzické návštěvnosti TIC Ústí nad Orlicí)

Zvýšení návštěvnosti může být zapříčiněno z důvodu zvýšení domácího i příjezdového cestovního ruchu, což dokládají následující grafy z výzkumu státní příspěvkové organizace CzechTourism.

Na zvýšení fyzické návštěvnosti může mít i vliv oblíbenost TIC mezi turisty či obyvateli města.

Agentura CzechTourism realizuje ve spolupráci s Asociací turistických informačních center ČR výzkum, zaměřený na monitoring služeb turistických informačních center metodou Mystery Shopping.

## **5.2. Mystery Shopping**

Cílem je popsat úroveň služeb z hlediska měkkých i tvrdých dovedností a poskytnout provozovatelům zpětnou vazbu o činnosti infocenter s cílem zlepšení úrovně poskytovaných služeb.

Specifickým cílem programu je z pohledu běžného návštěvníka zhodnotit kvalitu TIC v různých oblastech.

Vedoucí pracovnice turistického informačního centra v Ústí nad Orlicí mi poskytla výsledky mystery shoppingů turistického informačního centra Ústí nad Orlicí za roky 2016, 2018, 2020.

Z výsledků vyplývá, že interiér turistického informačního centra je viditelně umístěný, čistý a upravený, vybaven dostatečným množstvím letáků a propagačních materiálů pro zákazníky.

Oblasti hodnocení v roce 2016

- Exteriér + první dojem zákazníka
- Pracovník TIC
- Interiér a vybavenost

(Mystery shopping TIC města Ústí nad Orlicí, 2016)

Oblasti hodnocení v roce 2018 a 2020

- Základní informace
- Emoce zákazníka



- Exteriér + první dojem zákazníka
- Pracovník TIC
- Interiér a vybavenost TIC
- Značení TIC a otevírací doba
- Závěrečné hodnocení – subjektivní pohled hodnotitele
- (Mystery shopping TIC města Ústí nad Orlicí, 2018)
- (Mystery shopping TIC města Ústí nad Orlicí, 2020)

Z dostupných výsledků je patrné, že turistické informační centrum v Ústí nad Orlicí nikdy neztratilo body v oblastech: interiér a vybavenost TIC

Oblast hodnocení		Výsledky		
		2016	2018	2020
Emoce zákazníka		-	Normální/obyčejný	Klid/pohoda
Exteriér + první dojem zákazníka		85,7 %	92.86 % (13 / 14)	100.00 % (14 / 14)
Pracovník TIC		50 %	90.00 % (18 / 20)	100.00 % (20 / 20)
Interiér a vybavenost TIC		100 %	100.00 % (8 / 8)	100.00 % (8 / 8)
Značení TIC a otevírací doba		-	100.00 % (8 / 8)	100.00 % (8 / 8)
Závěrečné hodnocení – subjektivní pohled hodnotitele	Pravděpodobnost doporučení návštěvy:	-	8	rozhodně ANO
	Podrobné zdůvodnění hodnocení:	-	Návštěvu TIC bych spíše doporučila, pracovnice se snažila mi nabídnout aktivity v okolí města.	Informační centrum bych doporučila pro velmi příjemné prostředí, ochotnou obsluhu.
	Ohodnocení TIC známkou (jako ve škole):	-	2	1
	Zdůvodnění hodnocení:	-	Pracovnice se celkem snažila, TIC bylo upravené, čisté, přehledné, s dostatkem letáků.	Velmi pěkné moderní turistické informační centrum, byla zde příjemná obsluha a rychlé obsloužení.
Skóre průzkumu		71,4 % = průměrný	92,86 % (39 / 42)	100.00 % (42 / 42)

Tabulka č.2. Výsledky průzkumu Mystery shopping z roku 2016, 2018 s 2020 (zdroj: vlastní zpracování výsledků, které poskytla vedoucí TIC Ústí nad Orlicí)

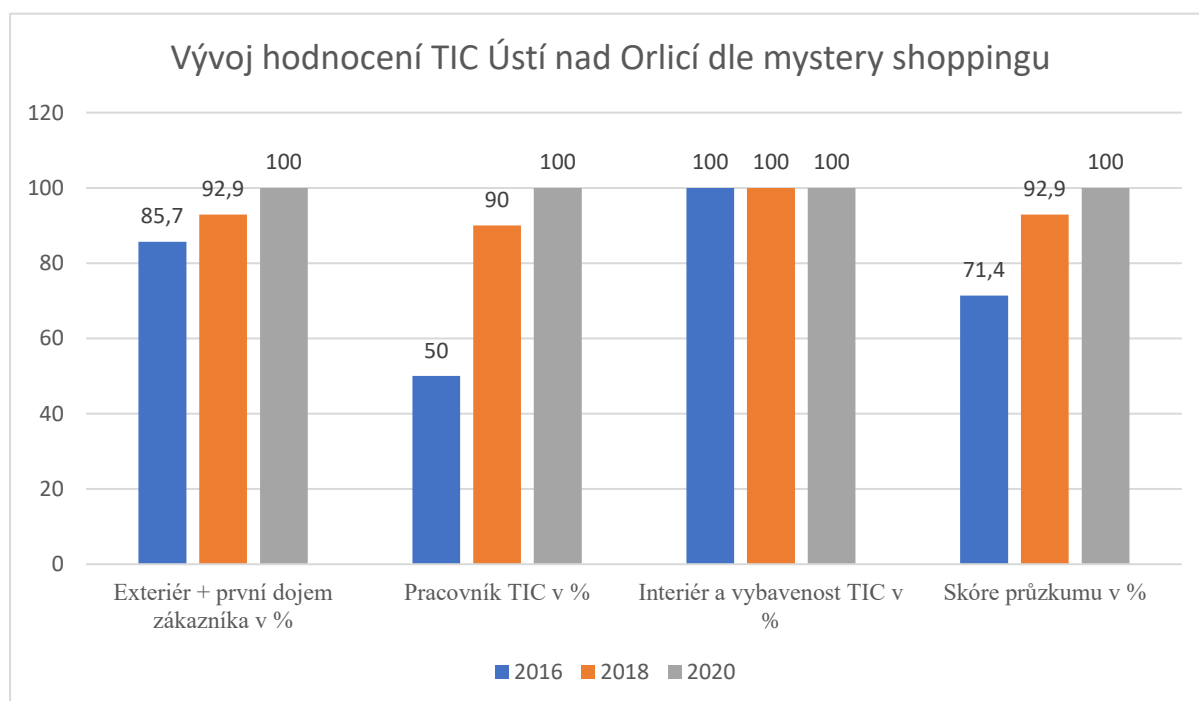
Dle mystery shoppingu je patrný postupný nárůst spokojenosti. V roce 2016 hodnocení nejvíce kleslo na nezájmu pracovníka TIC a jeho nedostatečném věnování se zákazníkovi. Hodnotitel se popsal jako odbylý/ignorovaný a necítil se vítán. Pracovník na hodnotitele nepůsobil jako odborník a dle jeho názoru byl neaktivní. Dále hodnotitel strhl body v oblasti exteriér a první dojem zákazníka, označil odpověď, že se v TIC necítil vítán, na což mohl mít značný vliv zmíněný pracovník.

V roce 2018 jsou strženy body ve stejných oblastech jako v roce 2016 tedy exteriér a první dojem zákazníka a pracovník TIC. Hodnotitel strhl body za neokamžitě obslužení. Dále by ocenil více aktivní komunikaci pracovníka a lépe odpovídající řešení navržených požadavků.

V roce 2020 získalo TIC plný počet bodů, hodnotitel byl tedy maximálně spokojen.

Tudíž je vidět, že se za poslední tři průzkumy zvýšila kvalita služeb pracovníka. Důvodem může být změna pracovníků či proškolení.

Dle výsledků je vidět, že v TIC je na dobré úrovni v oblasti interiér a vybavenost TIC. V žádném z dostupných mystery shoppingů v této oblasti neztratilo jediný bod.



Obrázek č.7. Vývoj hodnocení TIC Ústí nad Orlicí dle mystery shoppingu (zdroj: vlastní zpracování dostupných dat z průzkumu do grafického znázornění)

### 5.3. Domácí cestovní ruch

Z výsledků zkoumání domácího cestovního ruchu organizací CzechTourism (viz kapitola 2.6) je viditelný téměř pravidelný růst cestovního ruchu, to může být jedna z příčin zvýšení počtu fyzických návštěv v TIC Ústí nad Orlicí.

#### 5.4. Návštěvnost webových stránek TIC Ústí nad Orlicí

Data webové návštěvnosti z Google Analytics z webových stránek města jsou dostupná až od května roku 2017 kdy byl na stránky nasazen měřicí kód Google Analytics. Webové stránky města jsou rozsáhlé a zahrnují řadu témat a odvětví, kvůli kterým lidé navštěvují webové stránky města. Pro co největší objektivitu jsem se rozhodla čerpat data pouze ze záložky „Turista a volný čas“, která se nejvíc shoduje s informační náplní TIC a pracovníci TIC dodávají obsah pro tuto záložku.

V záložce „turista a volný čas“ se nachází podkategorie:

-Informační centrum

Informační centrum, Důležité kontakty, Služby pro turisty

-Interaktivní mapa města

-Historie města

O historii města, Symboly města

-Kalendář a přehled akcí

Celoroční kalendář, Tradiční sportovní akce, Tradiční kulturní akce

-Tipy na výlet

Tipy na výlet, Cykloturistika, Pěší turistika, Výlety městem, Výlety po okolí, Naučné stezky

-Turistický poznávací okruh

O okruhu, Popis trasy, Virtuální prohlídka okruhu, Hernychova vila, Průvodce okruhem

-Sport a volný čas

Sport ve městě, Léto, Zima, Sportovní organizace a zařízení

-Doprava a parkování

-Kultura

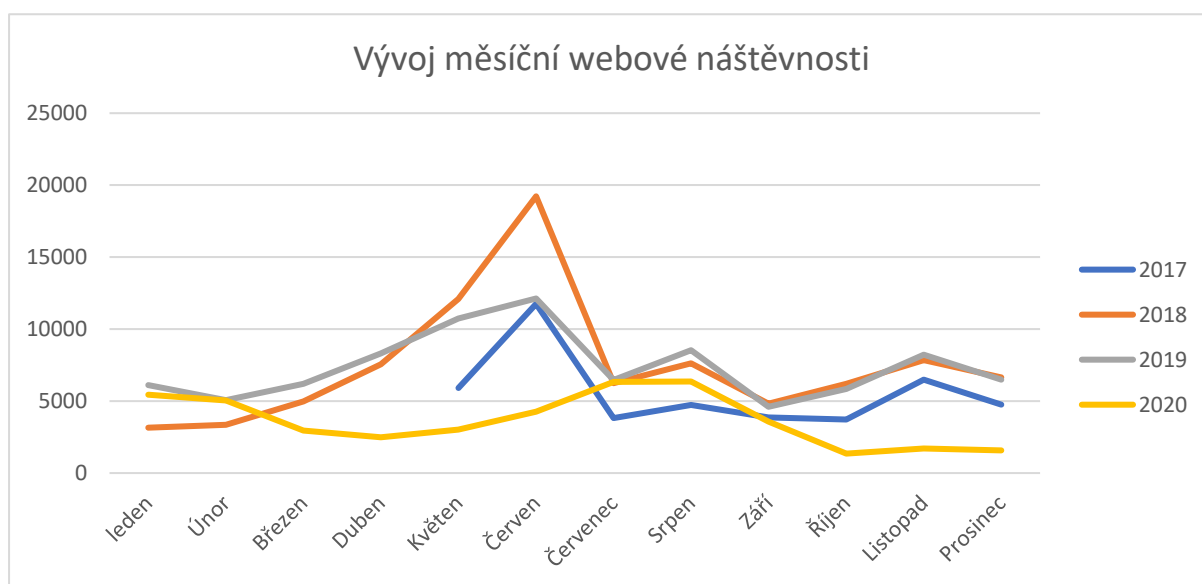
Obecné informace, Významné budovy a místa, Rodáci a osobnosti

## Počet webových návštěvníků

Návštěvnost webu turistického informačního centra ÚSTÍ NAD ORLICÍ				
	2017	2018	2019	2020
leden		3152	6102	5451
Únor		3344	5066	5044
Březen		4976	6206	2961
Duben		7546	8312	2493
Květen	5901	12084	10729	3014
Červen	11753	19224	12128	4275
Červenec	3813	6249	6464	6339
Srpen	4730	7614	8539	6361
Září	3860	4825	4604	3582
Říjen	3720	6199	5842	1351
Listopad	6496	7837	8229	1716
Prosinec	4758	6637	6481	1570
<b>Celkem</b>	<b>-</b>	<b>89687</b>	<b>88702</b>	<b>44157</b>

Tabulka č.3. Návštěvnost webu turistického informačního centra Ústí nad Orlicí (zdroj: zpracování vlastní z dostupných dat z Google Analytics)

## Počet webových návštěvníků v grafickém znázornění.



Obrázek č.8. Vývoj měsíční návštěvnosti webových stránek od května 2017 (zdroj: vlastní zpracování z dostupných dat z Google Analytics)

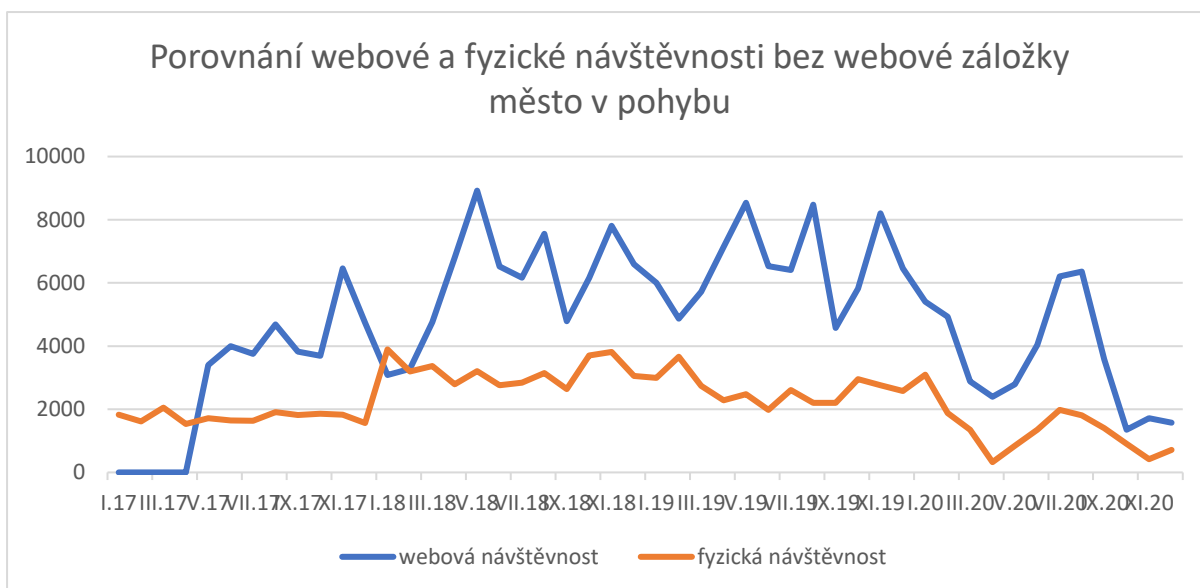
V grafickém znázornění návštěvnosti webových stránek je viditelná celkem pravidelná návštěvnost. Kromě roku 2020. Geometrický průměr meziročního tempa růstu z dostupných dat je -10,24 %. Pokud z výpočtu vynecháme rok 2020 je meziroční tempo růstu 28,5 %.



Obrázek č. 9. Porovnání počtu fyzických a webových návštěv (zdroj: vlastní zpracování dat z Google Analytics a z dat o fyzické návštěvnosti TIC)

Z grafického znázornění na obrázku č.9 je viditelné, že návštěvnost webových stránek je vyšší, než návštěvnost fyzická. Výjimka je viditelná pouze v měsících leden a únor v roce 2020, což je pravděpodobně zapříčiněno zavedením nového systému měření počtu fyzických návštěvníků.

Počet návštěv webových stránek je každý rok nejvyšší v měsíci červnu. Při bližší analýze jsem zjistila, že návštěvnost významně navyšuje stránka „město v pohybu“, která je navštěvována jen v červnu. Město v pohybu je každoroční týdenní akce, konaná v první polovině června, pořádaná městem, na kterou se sjíždí nejen obyvatelé Ústí nad Orlicí, ale i okolních měst. Tato stránka tvoří v červnu mimořádnou návštěvnost, která se pohybuje okolo 30 000 návštěv za měsíc (zdroj Google Analytics města Ústí nad Orlicí, 2020). Pro objektivnější porovnání návštěvností jsem se rozhodla očistit webovou návštěvnost o návštěvnost stránky „město v pohybu“, je to z toho důvodu, že pro porovnání budou objektivnější data bez této stránky, která významně ovlivňuje červnové výsledky návštěvnosti.



Obrázek č. 10. Porovnání webové a fyzické návštěvnosti bez webové záložky město v pohybu (zdroj: vlastní zpracování dat z Google Analytics a z dat o fyzické návštěvnosti TIC)

Fyzická návštěvnost bez zahrnutí roku 2020 vzrůstá meziročně průměrně o 7,83 %. Se zahrnutím rokem 2020 se výsledek dostává do záporných čísel a to na -2,5 %.

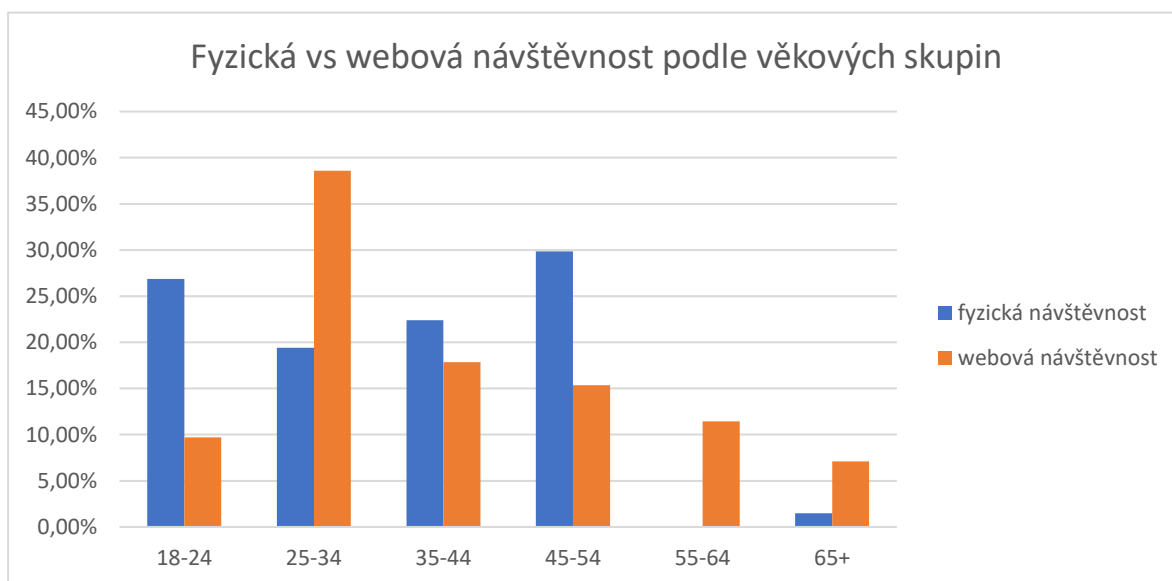
Návštěvnost webových stránek bez zahrnutí roku 2020 vzrůstá meziročně průměrně o 28,5 %. Se zahrnutím rokem 2020 se výsledek také dostává do záporných čísel a to na -10,2 %.

### 5.5. Věk návštěvníků

Z dostupných dat Google Analytics je patrné, že webovou stránku „turista a volný čas“ navštěvuje nejvíce věková skupina 25-34 let z 38 %. Následuje věková skupina 35-44 z 18 %, 45-54 let z 15 %, 55-64 let z 12 %, 18-24 let z 10 %, 65+ ze 7 %.

Data ohledně věku fyzických návštěvníků poskytuje i online dotazník umístěný na facebookové stránce města, který měl být původně zahrnut do průzkumu fyzických návštěvníků této práce. Z důvodu nízkého počtu respondentů pouhých 67, jsem vyhodnotila dotazník jako nedostatečně průkazný. Z uvedených odpovědí jsem vytvořila věkový profil návštěvníků. Data věkových skupin fyzických návštěvníků uvádím pouze pro zajímavost, nikoli jako objektivní zdroj.

TIC Ústí nad Orlicí navštěvuje nejvíce věková skupina 45-54 let ze 30 %, poté 18-24 z 27 %, 34-44 z 22 %, 25-34 z 19 %, 65+ ze 2 %, do věkové skupiny 55-64 let neodpověděl žádný z respondentů.



Obrázek č. 11. Porovnání fyzické a webové návštěvnosti podle věkových skupin (zdroj: vlastní zpracování dat z Google Analytics a z dat z online dotazníku)

Návštěvnost webových stránek TIC Ústí nad Orlicí je nejvyšší ve věkové skupině 25-34 let, poté návštěvnost s vyšší věkovou skupinou klesá. Fyzických návštěvníků v TIC je nejvíce ve věkové skupině 45-54 let.

## 5.6. Facebookové stránky

Provedla jsem rešerši z facebookových stránek spojených s městem Ústí nad Orlicí. Jako hlavní atribut jsem zvolila počet sledujících a našla jsem dvě nejvýznamnější stránky, a to Město Ústí nad Orlicí a Oustecký infoservis. Počet sledujících byl zaznamenán z data 17. dubna 2021.

Facebook Město Ústí nad Orlicí

Počet sledujících: 4028 (Město Ústí nad Orlicí, 2021, facebook)

Facebook Oustecký infoservis

Počet sledujících 3195 (Oustecký infoservis 2021, facebook)



V kapitole doporučení popisují propojení kalendáře akcí, který vytváří TIC Ústí nad Orlicí s facebookovými stránkami města. Domnívám se, že občané města facebookové stránky pravidelně sledují, což vyplývá i z velkého počtu zaregistrovaných sledujících.

### **5.7. Vliv pandemie Covid-19**

Kvůli pandemii Covid-19 a vládním nařízením byla turistická informační centra několikrát během roku 2020 a 2021 uzavřena, omezené bylo i cestování do a ze zahraničí, což se samozřejmě projevilo na počtech fyzických návštěvníků TIC.

Uzavřená byla turistická informační centra v termínech:

14. 3. 2020 – 26. 4. 2020

22. 10. 2020 – 2. 12. 2020

27. 12. 2020 – 16. 5. 2021

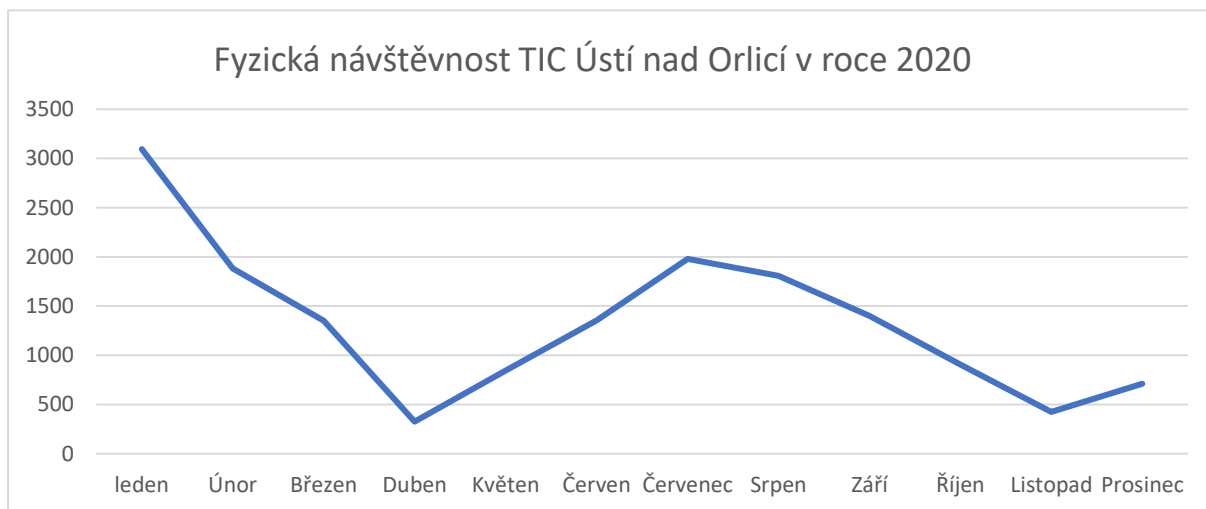
Snížení cestovního ruchu v České republice potvrzují data českého statistického úřadu.

Počet hostů v hromadných ubytovacích zařízeních klesl v roce 2020 meziročně o 51 %, počet přenocování téměř o polovinu. Nejvýrazněji ubylo hostů z ciziny, největší pokles návštěvnosti zaznamenala Praha. Celosvětově se v loňském roce počet mezinárodních příjezdů snížil o 74 %.

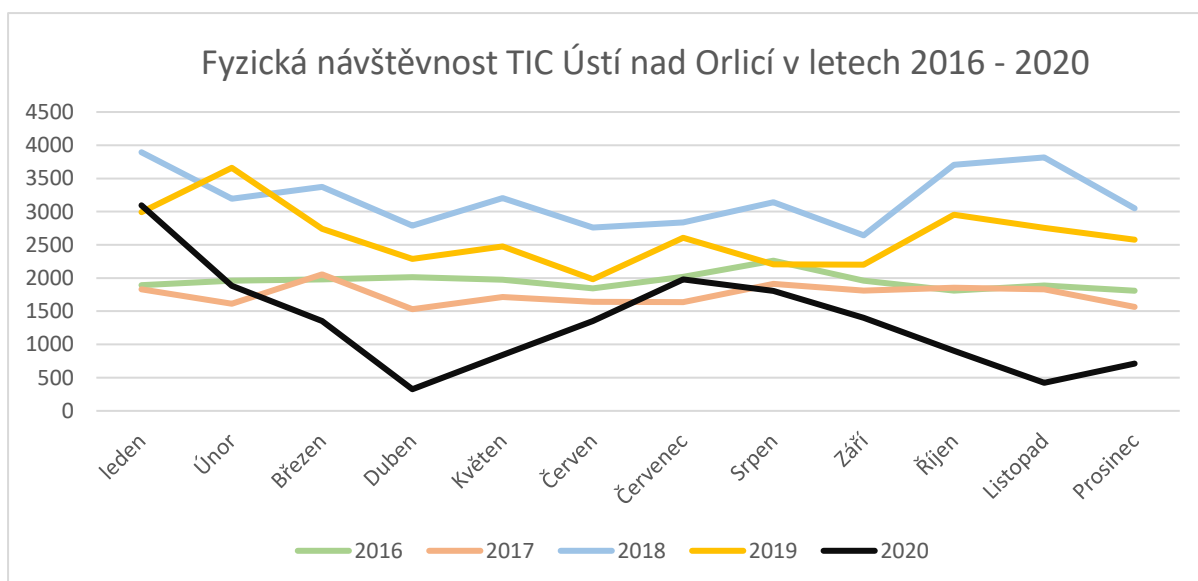
V tuzemských ubytovacích zařízeních klesl v roce 2020 počet hostů o 51 % na 10,8 milionů osob, počet přenocování klesl o 45 % na 31,2 milionu nocí. „Aktuální výsledky jen potvrzují, jak náročný rok za sebou celé odvětví cestovního ruchu má. Počet hostů se meziročně snížil o více než polovinu a návštěvnost ubytovacích zařízení se po několikaletém nepřetržitém růstu propadla na úroveň 90. let,“ hodnotí uplynulý rok Marek Rojíček, předseda Českého statistického úřadu.

Počet domácích hostů klesl za rok 2020 o 28 % na 8 milionů osob. Ještě většímu propadu zabránily letní měsíce. „Prázdninové uvolnění restrikcí vedlo k obrovskému zájmu o dovolenou v Česku. Ubytovaní domácích hostů vzrostlo v červenci a srpnu meziročně o více než dvacet procent. Dorovnat výpadek, který vznikl kvůli 128 dnům, kdy bylo v loňském roce omezeno poskytování ubytovacích služeb, ovšem léto nemohlo, uvádí k letní sezóně Pavel Vančura, vedoucí oddělení statistiky cestovního ruchu ČSÚ.

V TIC během uzavření zůstala v provozu telefonní a webová komunikace, proto v datech návštěvnosti TIC není uvedena 0.



Obrázek č. 12. Počet fyzických návštěvníků TIC Ústí nad Orlicí v průběhu roku 2020 (zdroj: vlastní zpracování dat z fyzické návštěvnosti TIC)



Obrázek č. 13. Fyzická návštěvnost TIC Ústí nad Orlicí v letech 2016–2020 (zdroj: vlastní zpracování z dat fyzické návštěvnosti TIC)

Porovnání fyzické návštěvnosti v roce 2020 se čtyřmi předchozími roky. Návštěvnost v roce 2020 od začátku roku prudce klesala a minima dosáhla návštěvnost v měsíci dubnu. V letních měsících došlo k rozvolnění protiepidemických opatření a nárůstu počtu návštěvníků. V měsíci listopadu byla protiepidemická opatření opět zpřísněna a je opět viditelný propad v počtu návštěvníků.

Fyzická návštěvnost klesla v roce 2020 oproti roku 2019 o 48,7 %.

Webová návštěvnost klesla v roce 2020 oproti roku 2019 o 46 %.

## 5.8. Diskuze

Turistické informační centrum je vyhledávaný zdroj turistických informací. Má své cíle a úkoly, které musí zabezpečovat. V současné době roste důležitost internetu, který také přebírá některé úkony turistického informačního centra. Na internetu a webových stránkách, diskuzích a sociálních sítích mohou turisté čerpat podobné informace jako v Turistickém informačním centru. Internet má v porovnání s TIC výhody. Je to například neomezená otevírací doba, snadná dohledatelnost informací, přístup odkudkoliv a rychlé vyřízení požadavku. Turistické informační centrum má naopak lidský element, osobní doporučení a radu, kterou zaměstnanci předávají turistovi. Turista také může využít jedinečné služby, které na internetu nejsou technicky možné, například nákup suvenýrů, využití razítka atd. Předpokládala jsem, že dochází ke snižování fyzické návštěvnosti informačních center z důvodu vyhledávání informací na internetu.

Po průzkumu a vypočítání temp růstu jsem zjistila, že počet návštěvníků informačního centra neklesá, ale dokonce mírně vzrůstá. Průměrné meziroční tempo růstu návštěvnosti je 7,8 %. Tímto tempem rostla návštěvnost z roku na rok. Vypočítala jsem i průměrné meziroční tempo růstu s rokem 2020. Zde se jsem dostala výsledek v záporném tempu růstu -2,5 %. Rok 2020 byl ale ovlivněn zavřením TIC, a myslím si, že větší výpovědní hodnotu má údaj, který rok 2020 nezahrnuje. Dále jsem si položila otázku, zda webová návštěvnost ze záložky „turista a volný čas“ také roste nebo zda klesá. Město Ústí nad Orlicí mi umožnilo přístup do nástroje Google Analytics, ve kterém jsou data o návštěvnosti webových stránek města. Z dat, která jsem čerpala z GA jsem vypočítala průměrná meziroční tempa růstu a zjistila jsem, že návštěvnost webových stránek má také stoupající meziroční tendenci a to 28,5 %. Když porovnáme obě tempa růstu, fyzické 7,83 % a webové 28,5 % je zde vidět větší dynamika webové návštěvnosti. Z toho usuzuji, že webová návštěvnost bude nadále dynamicky stoupat, a ještě nedosáhla svého vrcholu. Vrcholu webová návštěvnost dosáhne až bude tempo růstu v jednotkách % nebo bude kulminovat na nule. Pro zajištění dobré služby turistům je vhodné věnovat pozornost webovým stránkám.

Počty návštěvníků výrazně ovlivnila Pandemie Covid-19, která obecně omezila pohyb osob. Webová návštěvnost oproti roku 2019 klesla o 46 %. Pokles webové návštěvnosti je pravděpodobně zapříčiněn sníženým cestovním ruchem a omezením či úplným uzavřením

společenských, kulturních a sportovních akcí. Také kvůli vládním nařízením bylo TIC v průběhu roku 2020 několikrát uzavřeno, to se na fyzické návštěvnosti TIC projevilo snížením počtu návštěvníků z roku 2019 o 48,7 %.

Mystery shopping neboli měření úrovně služeb, které provádí Asociace turistických informačních center České republiky. Z poskytnutých dat za roky 2016, 2018 a 2020 vychází postupný nárůst. Nejvíce se zvýšení kvality služeb ukázalo v kategorii pracovník, tam se výsledky z 50 % zvýšily na 100 %. Dále byl viditelný nárůst v kategorii celkového skóre průzkumu a v kategorii exteriér a první dojem zákazníka. V měření v roce 2020 získalo TIC města Ústí nad Orlicí plný počet bodů ve všech kategoriích. Z mystery shoppingu vyplývá, že informační centrum zkvalitňuje své služby, a to se může pozitivně promítnout i do stálé návštěvnosti.

Údaje o návštěvnosti jsem prozkoumala podle věkových skupin abych mohla určit, zda se věkové skupiny liší či jsou shodné. Díky průzkumu věkových skupin lze pak upravit informace na dané platformě, aby lépe vyhovovaly dané cílové věkové skupině. Bohužel výsledky z fyzické návštěvnosti nemají potřebnou vypovídající hodnotu a nelze z nich vyvodit objektivní závěr, protože dotazník za fyzické návštěvníky vyplnilo pouze 67 respondentů. Výsledky z fyzické návštěvnosti zde uvádím pro zajímavost.

Z výsledků vyplývá, že fyzicky TIC navštěvuje nejvíce věková kategorie 45–54 let. Na webových stránkách nejvíce navštěvuje TIC věková skupina 25–34 let. Vidím zde jasnou segmentaci a možnost s těmito daty pracovat při návrhu obsahu webu tak i informačního centra.

Z práce vychází i otázka, kterou navrhuji k dalšímu zpracování. Položila jsem si otázku, zda je cílem turistického informačního centra co největší návštěvnost. Je velká návštěvnost žádoucí jev? Je na to TIC připravené? Domnívám se, že by bylo zajímavé prozkoumat, jak se TIC s nárůstem návštěvnosti vypořádá. Myslím si, že TIC by mělo turisty rychle odbavovat a distribuovat do cílových destinací. To lze vyřešit i jinak než fyzickou návštěvou. Myslím si, že počet návštěvníků v TIC by se dal regulovat mobilní aplikací, TIC by nemuselo řešit situace, které vyvstanou s větším počtem návštěvníků, jako například stěhování do větších prostor, pořízení dalších internetových kaváren atd., ale zároveň turisté by byli uspokojeni získáním potřebných informací a ušetří čas s fyzickou návštěvou TIC. Proto tedy v práci zmiňuji návrh aplikace. Tento návrh by mohl snížit fyzickou návštěvnost turistů a tím jim zjednodušit a zpřehlednit pobyt v oblasti.

## 6. ZÁVĚRY A DOPORUČENÍ

Hlavním cílem práce byl průzkum návštěvnosti turistického informačního centra Ústí nad Orlicí. Prozkoumala jsem návštěvnost fyzickou, z dat, které poskytlo turistické informační centrum města Ústí nad Orlicí z jejich databáze. Zjistila jsem, že fyzická návštěvnost má rostoucí lineární trend. Z dat měření vychází, že ročně se fyzická návštěvnost meziročně zvyšuje průměrně o 7,8 % tento údaj zahrnuje i pandemií ovlivněný rok 2020. S vynecháním roku 2020 je průměrné roční zvýšení návštěvnosti -2,5 %. Značné navýšení bylo viditelné začátkem roku 2018, kdy se změnil systém měření počtu návštěvníků. Tato změna byla aplikována během ledna 2018 do všech certifikovaných turistických informačních center v České republice. I přes dostupnost informací na webových stránkách, cestovatelských diskuzích a fórech tedy fyzická návštěvnost neklesá.

Porovnání návštěvností ostatních turistických informačních center v okrese Ústí nad Orlicí, které poskytli stejně rozsáhlá data. Žádné z turistických informačních center nemělo výraznou odchylku. TIC Ústí nad Orlicí disponuje nejvyšším počtem návštěvníků z uvedených měst, důvodem může být fakt, že město Ústí nad Orlicí je městem okresním.

Výsledky v počtu návštěvníků webových stránek poskytlo město Ústí nad Orlicí z měření v Google Analytics. Na těchto webových stránkách jsem změřila počty návštěvníků pouze v záložce „Turista a volný čas“, protože pouze tato záložka je plněna informacemi z turistického informačního centra a také se zde nacházejí informace o turistickém informačním centru samotném. Data bylo možné použít pouze od května 2017 z důvodu reorganizace webových stránek města Ústí nad Orlicí.

Z dat webové návštěvnosti byl také viditelný růst, s výjimkou roku 2020 je průměrný meziroční nárůst o 28,5 %. Ve fyzické návštěvnosti je tento nárůst za období 2011–2019 7,8 % Fyzická i webová návštěvnost mají pozitivní výsledky růstu.

Z průzkumu Asociace turistických informačních center České republiky formou mystery shopping je vidět zvyšující se kvalita služeb. Z dostupných měření, tedy v letech 2016, 2018 a 2020 se kvalita služeb v kategorii pracovník v průběhu let zvýšila až o 50 %, exteriér a první dojem se zvýšil až o 14 % a v celkovém skóre průzkumu se z 71,4 % zvýšilo na 100 %.

Pandemie Covid-19 výrazně ovlivnila fyzickou i webovou návštěvnost. V roce 2020 oproti roku 2019 činil ve fyzické návštěvnosti propad 48,7 % a v návštěvnosti webových stránek činil propad 46 %.

## 6.1. Doporučení pro TIC

### Vytvoření vlastní webové adresy

Různá turistická informační centra jsou na internetu pod různými doménami. Další velká část turistických informačních center má webovou stránku pouze jako záložku na webové stránce daného města. To je příklad TIC Ústí nad Orlicí. Při vyhledávání různých turistických informačních center jsem narazila na různá zobrazení.

Turistická informační centra nemají vždy vlastní webovou stránku, která je shodná či logicky spjatá s daným turistickým centrem. V turistických centrech z okresu Ústí nad Orlicí, ve kterém jsem prováděla výzkum, mají vlastní webovou stránku pouze dvě turistická informační centra, ostatní TIC mají webovou stránku v rámci městských webů. Na příkladu TIC Ústí nad Orlicí se informace nachází v podkategorii „Turista a volný čas“.

Příklady domén různých TIC.

[www.ustinadorlici.cz/cs/turista-a-volny-cas/informacni-centrum](http://www.ustinadorlici.cz/cs/turista-a-volny-cas/informacni-centrum)

[www.ticlitomysl.cz](http://www.ticlitomysl.cz)

[www.chocen.cz/informacni-centrum-mesta-chocen](http://www.chocen.cz/informacni-centrum-mesta-chocen)

[www.tourism.olomouc.eu](http://www.tourism.olomouc.eu)

[www.prague.eu](http://www.prague.eu)

Navrhuji, aby TIC Ústí nad Orlicí mělo vlastní doménu, nesoucí název [www.ticustinadorlici.cz](http://www.ticustinadorlici.cz). Dle mého názoru by bylo vhodné sjednocení typu webových adres, na které naleznete TIC daného města či oblasti. Nejjednodušší a tím pádem nejvíce vhodná je dle mého názoru webová adresa, která se skládá ze známé zkratky turistického informačního centra s názvem města. Stejný formát jména webové stránky používá TIC města Litomyšle, tedy [www.ticlitomysl.cz](http://www.ticlitomysl.cz).

Existují i webové stránky, na kterých lze najít jednotlivá TIC na jednom místě. Jedná se o webovou stránku [www.icka.cz](http://www.icka.cz), kde najdete abecední seznam měst s jedním nebo více turistickými informačními centry. Město, případně konkrétní TIC, rozkliknete a najdete základní informace o daném TIC, tedy adresu, telefonní číslo, email, otevírací dobu a odkaz na vlastní webovou stránku TIC.

Další webová stránka, která funguje podobným principem je [www.aticcr.cz](http://www.aticcr.cz), což jsou webové stránky Asociace turistických informačních center. Zde můžete najít TIC dle krajů nebo po zadání daného města do vyhledávacího okna.

Domnívám se, že sjednocení webových adres ideálně všech TIC v České republice by znamenalo jednodušší vyhledání informací o TIC a o dané oblasti. Turisté by se nemuseli složitě proklikat přes jiné webové stránky, například [www.icka.cz](http://www.icka.cz) anebo přes webové stránky měst.

### **Připojení se na facebookové stránky**

Mým návrhem pro TIC Ústí nad Orlicí je pravidelně vytvářet kalendář, respektive seznam konaných sportovních, kulturních a společenských akcí v regionu a sdílet jej týdně nebo častěji na facebookové stránce Město Ústí nad Orlicí. Důvody proč sdílet kalendář na facebooku Město Ústí nad Orlicí a nikoli na Ousteckém infoservisu jsou následující: facebook Město Ústí nad Orlicí je oficiální facebookovou stránkou města, spravuje ji informatik, webmaster městského úřadu p. Lukáš Prokeš. Z toho důvodu zde bude jednodušší komunikace a pravděpodobně za sdílení kalendáře nebude účtován žádný poplatek, ani nebude třeba shánět pracovníka, který kalendář upraví a vloží na facebook.

### **Nastavení pevné otevírací doby**

Z osobní zkušenosti vím, že se otevírací doba TIC v Ústí nad Orlicí hlavně sobotní a nedělní často měnila. TIC Ústí nad Orlicí uvádí dvě různé otevírací doby, které mohou návštěvníky zmást. Na webových stránkách města Ústí nad Orlicí je uvedena mimosezónní otevírací doba TIC v sobotu od 8:00 do 11:00. V prohlížeči Google je u TIC Ústí nad Orlicí uvedena otevírací doba od 8:00 do 12:00. Tato chyba může být zapříčiněna nepozorností či častými změnami v posledních letech.

Doporučuji průzkum vhodné otevírací doby pro obyvatele města a pro turisty a její následující pevné stanovení. V letních měsících TIC Ústí nad Orlicí zaznamenává větší počet návštěvníků. Proto je otevírací doba rozdělena na sezónní a mimosezónní. Sezóna je definována TIC Ústí nad Orlicí od 1. července do 31. srpna. V sobotu a v neděli je v TIC Ústí nad Orlicí otevřeno do 14:00 hodin, bohužel neexistuje záznam počtu lidí, kteří by využili TIC po 14. hodině. Prozkoumání otevírací doby doporučuji provést jednoduchým dotazníkem, který bude uveden ve fyzické podobě a umístěn v TIC na viditelném místě a také v online podobě umístěn na webových stránkách, aby dotazník mohli vyplnit i návštěvníci mimo pracovní dobu TIC. Pro získání informací o návštěvnících TIC mimo otevírací dobu doporučuji na vstupní dveře TIC umístit dotaz: „Nevyhovuje Vám otevírací doba turistického informačního centra? Vyplňte prosím dotazník na webových stránkách města Ústí nad Orlicí.“ Zde bych umístila i QR kód, který by po načtení otevřel samotný dotazník.

## **Vytvoření mobilní aplikace**

Dále doporučuji vytvořit mobilní aplikaci, která by mohla obsahovat tipy na výlety a seznam ubytovacích a stravovacích zařízení jak v Ústí nad Orlicí, tak v jeho blízkém okolí, například v okolí 30. kilometrů. Dále by aplikace obsahovala mapu s vyznačenými turistickými trasami a cyklotrasami. V mapě by také byly vyznačeny body s výše zmíněnými tipy. Aplikace by mohla zapříčinit snížení fyzické návštěvnosti. Což dle mého názoru není špatný jev, pokud by aplikace od TIC pomohla s distribucí turistů, zjednodušila i zpříjemnila by tím turistům návštěvu dané oblasti. Domnívám se totiž, že jedním z cílů TIC je distribuce turistů do turistických cílů. Což se vylučuje s neustálým snažením se o vyšší návštěvnost informačních center.

## **Zavést online chat**

Dále doporučuji umístit do případné aplikace a webových stránek jak ve spojení s městem, tak i na případné samostatné doméně online chat, na facebookové stránce messenger, současná technologie dovolí spojení messengeru i online chatu do jednoho chatu, čímž se usnadní pracovníkovi hledání dotazů na různých platformách. Navrhuji nastavení pracovní doby na chatu, pokud návštěvník či turista napíše dotaz mimo pracovní dobu dostane odpověď od automatického chatbota. V případě nastavení automatizace chatu lze připojit nejčastější otázky a odpovědi na ně, aby zákazník dostal relevantní a rychlou odpověď. Chápu, že nastavení chatbota je složitější proces, ale do budoucna by uspokojil větší množství zákazníků.



## 7. SOUHRN

V bakalářské práci jsem se zabývala Turistickým Informačním centrem města Ústí nad Orlicí a sledovala jsem trendy v jeho návštěvnosti fyzické, kde byla shromážděna data od roku 2011 a v návštěvnosti webové, která jsem čerpala z Google Analytics, kde byla dostupná data až od poloviny roku 2017 z důvodu redesignu webových stránek města.

Výsledky z fyzické návštěvnosti jsem porovnávala s návštěvností dalších TIC v okrese Ústí nad Orlicí, která mi poskytla data fyzické návštěvnosti od stejného roku, tedy od roku 2011.

Dostupná data vykazovala zvyšování fyzické návštěvnosti v TIC. Popsala jsem pravděpodobné faktory, které mohou ovlivňovat zvýšení fyzické návštěvnosti. Z programu Mystery Shopping od Asociace turistických informačních center České republiky vychází v letech 2016, 2018 a 2020 data, která popisují zvýšení kvalit TIC města Ústí nad Orlicí. Druhým faktorem může být zvýšení domácího i příjezdového cestovního ruchu, data vychází z výzkumu organizace CzechTourism.

Dále jsem prozkoumala data z Google Analytics z webových stránek města Ústí nad Orlicí, a to ze záložky „turista a volný čas“, kde jsou dostupné informace, které jsou náplní TIC. Ve webové návštěvnosti nastal viditelný nárůst počtu návštěvníků v měsíci červnu, což bylo zapříčiněno každoroční akcí „město v pohybu“.

Data fyzické a webové návštěvnosti ukázala, že webová návštěvnost je vyšší než fyzická. U webové návštěvnosti není viditelný růst, tak jako u fyzické.

Práce obsahuje má doporučení k dalším postupům, které by dle mého názoru vedly ke zlepšení kvalit TIC města Ústí nad Orlicí. Doporučuji vytvořit vlastní webovou adresu se sjednoceným názvem s dalšími TIC. Z vlastní pracovní zkušenosti v TIC Ústí nad Orlicí vím, že se v předchozích letech často měnila otevírací doba, proto doporučuji provést výzkum a na základě něho stanovit pevnou otevírací dobu a také jsem apelovala na synchronizaci těchto informací na všech dostupných doménách, kde jsou k nalezení. Doporučila jsem vytvoření aplikace, která by sloužila jak pro občany města, tak pro turisty dané oblasti. S aplikací se pojí i zavedení online chatu, který doporučuji umístit i na další platformy, na kterých návštěvník hledá informace. Provedla jsem také rešerši facebookových stránek, které informují občany města Ústí nad Orlicí. Z dvou nalezených stránek jsem pro spolupráci s TIC vybrala facebookovou stránku Město Ústí nad Orlicí.

## 8. SUMMARY

This bachelor thesis is exploring the trends in the volume of presence visits of the Ústí and Orlicí Tourist Information Centre, as based on the data collected from the year 2011, as well as, the website statistics collected via Google Analytics from the midst of the year 2017 (the earlier data were not available due to the redesign of the website of the city of Ústí and Orlicí).

The data were compared with the statistics of the presence visits of other tourist information centres in the district, equally available from the year 2011. The data proved that there has been an increasing trend in the presence visits overall. The possible reasons that could have had an impact on the increasing trend were also described. It has been put into relation with the results of the programme 'Mystery Shopping' of the Association of Tourist Information Centres of the Czech Republic, taking place in years 2016, 2018 and 2020, and which describes the enhanced quality services provided to visitors by the Ústí and Orlicí Tourist Information Centre.

The alternative reason behind this trend may be the increase of the domestic and inbound tourism, as based on the data of the Czech Tourism.

I have explored the data of the website of the City of Ústí and Orlicí, collected via Google Analytics, the section 'tourism and leisure time', describing the main activities of the Ústí and Orlicí Tourist Information Centre. The website visitor statistics demonstrate the increase in the volume of visits during the month June, caused by the annual event 'City on the move'.

The data comparing presence and digital visits display that the volume of website visits is higher than the present ones. Also, the statistics of the website visits do not display the increasing trend as opposed to the increasing volume of the presence visits.

The paper concludes with the set of recommendations, that in my opinion, could result in the overall enhancement of the services for visitors of the Ústí and Orlicí Tourist Information Centre. One of such is to create the joint website with other tourist information centres, unifying name and the strategy. Due to my first-hand experience working at the Centre, the other suggestion is to stabilise the opening hours which have been frequently changing over last years. This shall be supported by a follow up questionnaire. This is also linked with the suggestion to sync the information about the opening hours in all available locations facing the visitors. Finally, there is a recommendation to start off with the new mobile application serving

both citizens and visitors of the centre. The application could also utilise the function of 'online chat' which could be disseminated to other platforms as well.

I have undertaken the desk top research of two facebook pages dedicating at informing the citizens of the City of Ústí and Orlicí, and selected one of those, named 'The City of Ústí nad Orlicí', as a partner for further cooperation with the Tourist Information Centre.

## 9. REFERENČNÍ SEZNAM

Hamarneh, I. (2014). *Mezinárodní cestovní ruch*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha

Hvizdal, F. (2021). *Jak nastavit Google Analytics – základní a pokročilá nastavení*. MarketingPPC. Retrieved 25. 5. 2021 from the World Wide Web:  
[https://www.marketingppc.cz/google-analytics/google-analytics-zakladni-a-pokrocila-nastaveni/?fbclid=IwAR00o7gDku5ulYeEIbcp3gkF0Dyb9oGhKSuKTK0LIMvwYYrT5TbsqK\\_AnMY](https://www.marketingppc.cz/google-analytics/google-analytics-zakladni-a-pokrocila-nastaveni/?fbclid=IwAR00o7gDku5ulYeEIbcp3gkF0Dyb9oGhKSuKTK0LIMvwYYrT5TbsqK_AnMY)

Kuchař, O., Novotný, V., Matouš, J. (2006). Poslání, činnost a význam turistického informačního centra (TIC) *Turistické informační centrum od A do Z*. Retrieved 15. 3. 2021 from the World Wide Web:  
[http://www.aticcr.cz/assets/File.ashx?id\\_org=200039&id\\_dokumenty=2750](http://www.aticcr.cz/assets/File.ashx?id_org=200039&id_dokumenty=2750)

Lansing, P., De Vries, P. (2006) Sustainable Tourism: Ethical Alternative or Marketing Ploy? *Journal of Business Ethics*, s. 77. Database on the World Wide Web:  
<https://www.jstor.org/stable/25075360>

Lochmannová, A. (2015). *Cestovní ruch*. Prostějov: Computer Media s.r.o.

Lochmannová, A. (2015). Informace v cestovním ruchu. *Cestovní ruch*. Prostějov: Computer Media s.r.o.

Lochmannová, A. (2015). Klasifikace cestovního ruchu. *Cestovní ruch*. Prostějov: Computer Media s.r.o.

Machová, S. (2021). *Nové: Aktualizovaná analýza Dopady COVID 2020 a predikce roku 2021*. CzechTourism. Retrieved 24. 4. 2021 from the World Wide Web: <https://tourdata.cz/dopady-covid/aktualizovana-analyza-dopady-covid-2020-a-predikce-roku-2021/?fbclid=IwAR0URLkKuqOlwglTcuj-rU83hgweVF2NxmOjvLhG2kT8oiUwXA-PkyNUTvg>

Malá, V. (2002). *Základy cestovního ruchu*. In Hamarneh, I. (2014). *Mezinárodní cestovní ruch*. (s. 9-10). Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha

Matouš, J. (2006). Turistická informační centra a standardy poskytování služeb. *Jednotná klasifikace turistických informačních center České republiky*. Retrieved 17. 3. 2021 from the World Wide Web: [http://www.aticcr.cz/assets/File.ashx?id\\_org=200039&id\\_dokumenty=2538](http://www.aticcr.cz/assets/File.ashx?id_org=200039&id_dokumenty=2538)

Matouš, J. (2006). Dokumenty. *Jednotná klasifikace turistických informačních center České republiky*. Retrieved 17. 3. 2021 from the World Wide Web: [http://www.aticcr.cz/assets/File.ashx?id\\_org=200039&id\\_dokumenty=2538](http://www.aticcr.cz/assets/File.ashx?id_org=200039&id_dokumenty=2538)

Prokeš, L. *Město Ústí na Orlicí*. Retrieved 1. 5. 2021 from the World Wide Web: <https://www.ustinadorlici.cz/cs/mesto/mesto-usti-nad-orlici/o-meste>

Zelenka, J., Nunvář, L., Chylíková, L. (2002) *Informační a komunikační technologie v cestovním ruchu*. Hradec Králové: Gaudeamus

Asociace turistických informačních center České republiky. *O nás*. Retrieved 12. 2. 2021 from the World Wide Web: <http://www.aticcr.cz/o-nas/ds-1126/p1=2342>

Český statistický úřad. *Smutný rok pro cestovní ruch (2021)* Retrieved 1. 3. 2021 from the World Wide Web: <https://www.czso.cz/csu/czso/smutny-rok-pro-cestovni-ruch>

Google Analytics, [ustinadorlici.cz](http://www.ustinadorlici.cz), (2020), [webová aplikace]

*Mimořádná a ochranná opatření – co aktuálně platí.* Vláda České republiky. (2021). Retrieved 12. 5. 2021 from the World Wide Web: [https://www.vlada.cz/cz/epidemie-koronaviru/dulezite-informace/nouzovy-stav-a-mimoradna-opatreni\\_-\\_co-aktualne-plati-180234/](https://www.vlada.cz/cz/epidemie-koronaviru/dulezite-informace/nouzovy-stav-a-mimoradna-opatreni_-_co-aktualne-plati-180234/)

Ministerstvo zdravotnictví České republiky. COVID-19 a SARS-CoV-2. Retrieved 12. 5. 2021 from the World Wide Web: <https://onemocneni-aktualne.mzcr.cz/covid-19--vysvetleni-pojmu>

Mystery shopping TIC města Ústí nad Orlicí, CzechTourism, 2016

Mystery shopping TIC města Ústí nad Orlicí, CzechTourism, 2018

Mystery shopping TIC města Ústí nad Orlicí, CzechTourism, 2020

Město Ústí nad Orlicí, (2021), 17. dubna. Informace [facebook] Retrieved from the World Wide web: [https://www.facebook.com/mestouo/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/mestouo/about/?ref=page_internal)

Oustecký inforservis (2021), 17. dubna. Informace [facebook] Retrieved from the World Wide Web: <https://www.facebook.com/ousteckyinfoservis/about>

UNWTO Recommendations on Accessible Information in Tourism (2016). Retrieved 15. 6. 2021 from the World Wide Web: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284417896>

UNWTO. *Glossary of tourism terms.* Retrieved 19. 6. 2021 from the World Wide Web: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>

*Ústí nad Orlicí (okres Ústí nad Orlicí).* (2021) Český statistický úřad. Retrieved 17. 4. 2021 from the World Wide Web: [https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=profil-uzemi&uzemiprofil=31588&u=\\_\\_VUZEMI\\_\\_43\\_\\_579891](https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=profil-uzemi&uzemiprofil=31588&u=__VUZEMI__43__579891)

*Ústí nad Orlicí.* Kudyznudy.cz Retrieved 20. 3. 2021 from the World Wide Web: <https://www.kudyznudy.cz/kam-pojedete/vychodni-cechy/orlicke-hory-a-podorlicko/usti-nad-orlici>

## 10. PŘÍLOHY

Příloha č. 1 Certifikát Turistického informačního centra města Ústí nad Orlicí

Jednotná klasifikace  
turistických informačních  
center České republiky

# CERTIFIKÁT

klasifikační třída

**B**

Název turistického informačního centra  
\_\_\_\_\_ a adresa provozovny \_\_\_\_\_

**Turistické informační centrum města Ústí nad Orlicí**

**Sychrova 16, 562 24 Ústí nad Orlicí**

Výše uvedené turistické informační centrum splňuje standard služeb  
dle Jednotné klasifikace turistických informačních center České republiky.

Datum vydání **14.05.2019** Platnost do **13.05.2021**

Předseda certifikační komise \_\_\_\_\_

**CzechTourism** **A.T.I.C.**  
ČESKÉ REPUBLIKY

**Jan Herget** **Pavel Hlaváč**  
ředitel prezident

České centrály cestovního ruchu - Czech Tourism Asociace turistických informačních center České republiky



## Příloha č. 2 průvodce městem Ústí nad Orlicí



<p><b>1. Mírové náměstí</b></p> <p>Historické náměstí s přílehlými ulicemi je jednou památkou na vznik kolonizačního města ve 2. polovině 13. století. Domy s podloubím jsou dnes státem chráněnými památkami.</p>  <p><b>Mariánský sloup</b> Stojí uprostřed náměstí a byl vysvěcen v roce 1739. Na podstavci s nápisu a chronogramem se tyčí sloup s kornatou Marií, zobrazenou Havraní andělkou, který nese sochu Panny Marie. Te stojí na pilířkách z hradu, tělo má ozvětvě prohnuté a kolem hlavy korunu z dvanácti hvězd.</p> <p><b>Budova čp. 7</b> Byla postavena v roce 1873 jako škola. Znak města na budově je dílem místního tkalce a sochaře Jana Čloj. Rekonstrukce byla provedena v roce 2004.</p>	<p><b>2. Radnice</b></p> <p>Stávala na Mírovém náměstí – pravděpodobně již od založení města. Po velkém požáru města byla</p>  <p>v letech 1721 – 1723 na spáleništi staré radnice postavena nová barokní budova s podloubím otevřeným směrem ke kostelu.</p> <p><b>Stará škola</b> Jednopatrová budova v Kostelní ulici z roku 1793. Nad hlavním portálem je pískovcová rokoková kartuš s městským znakem a letopočtem. V budově byla v roce 1803 založena Cecařská hudební jednota, jeden z nejstarších hudebních spolků v Ústí nad Orlicí.</p>	<p><b>3. Kostel Nanebevstí Panny Marie</b></p> <p>Jeho dnešní podoba pochází z let 1770 – 1776. Stojí v místě původního dřevěného kostela a zvanice. Oltární obraz Nanebevstí Panny Marie z roku 1776</p>  <p>pochází z dílny Jana Dallingers von Dallingen. V kostele se nachází uctívány starý obraz Panny Marie Oustecké.</p> <p><b>Budova děkanství</b> Je jednopatrová barokní stavba z let 1742 – 1748, o kterou se zasloužil kněz Jan Leopold Mosbender. Ten byl pochován v kostele Nanebevstí Panny Marie – dnes to připomíná pamětní deska.</p>	<p><b>4. Budova Jednoty bratrské</b></p> <p>Nejstarší zochovávalá budova ve městě vybudovaná v letech 1583 – 1585. Jednotu bratrskou byl sbor zahrán vrchností – Lichtenštejnů a odrodán jako</p>  <p>obytná budova. Roku 1901 získala obnovená Jednota bratrská dům opět do svého vlastnictví. To symbolizuje reliéf beránko s praporem v kartuši nad vstupním portálem.</p> <p><b>5. Rodný dům Jaroslava Kociána</b></p> <p>Na domě čp. 31 v ulici M. J. Kociána najdeme pamětní desku vzpomínajícího českého bouřnického vůdce</p>	<p><b>6. Světelná fontána</b></p> <p>Vodní prvek doprovázený barevnými světelnými efekty. Stavba byla realizována v roce 2016.</p>  <p><b>7. Malá scéna</b></p> <p>Původně dům katolických spolků, který byl slavnostně otevřen v roce 1927 a v posledních letech byl přebudován na loutkové divadlo.</p>  <p>Později pak na Malou scénu, která byla v roce 2008 otevřena jako kulturně-společenské centrum.</p> <p><b>8. Městská knihovna</b></p> <p>Dům čp. 376 řečený Pindulka. Dnešní podobu stavbě větskou přestavba z roku 1980. Dnes funguje jako knihovna pro děti i dospělé. Na zahradě knihovny je sítan, ve kterém jsou v létě pořádány různé výstavy.</p> 	<p><b>9. HERNYCHOVA VILA – MĚSTSKÉ MUZEUM</b></p> <p>Secesní stavbu si nechal v roce 1906 postavit Florián Hernych, majitel firmy Jan Hernych a syn, která vlastnila sousední textilní továrnu.</p>  <p>V budově sídlí Městské muzeum a Kulturně-společenské centrum česko-polského příhraní.</p> <p><b>„Oustecká“ betlémky</b> V Městském muzeu nalzeme nejstarší figurky ousteckých betlémů z 18. a 19. století. K nejznámějším pak patří pětmetrový betlém Jarolima Stantejského. Věrným pokračovatelem malířské tvorby je Jiří Knapovský, z jehož betlémů se lze setkat v muzeích v Ústí nad Orlicí, Vysokém Mýtě, Třebouchovicích i v Národním muzeu v Praze.</p> <p><b>10. Základní umělecká škola J. Kociána</b></p> <p>Budova ZUŠ Jaroslava Kociána od architekta Karla Blánka byla dokončena v roce 2003 a poskytuje</p>  <p>základní umělecké vzdělávání v jednotlivých uměleckých oborech. Je zde koncertní sál, malé divadélko, výtvarné ateliéry, taneční sál, zkušebna orchestrální a souborové hry a posluchové studio.</p> <p><b>Park Kociánka</b> Velké protáhlé Kociánka vzniklo v centru města v roce 2010. Autorem parku je architekt Přemysl Kokeš. Najdete zde zeleni osázené různé velké betonové skulpty, fontánu nebo dětské hřiště.</p>
---	--	---	--	--	---



### 11. Gymnázium

Podnět secesní budova s prvky individualistické moderny, která byla postavena v letech 1910 - 1914



podle projektu architekta Jana Pacla pro obecnou a měšťanskou chlapeckou školu. Součástí školní budovy je sokolovna.

### 12. Secha bubnujicholegionáře - Památník odboje

Památník odboje obětem I. a II. světové války navrhl profesor Josef Mařacko. Znárodnuje legionáře



bubnenka z francouzské fronty, který bubnuje k útoku. Odstřelení pomníku se konalo 11. května 1925.

### 13. Staré nádraží

Původní empírová budova byla dílem architekta Antonína Junglöwa. Provoz na trati byl zahájen v srpnu roku 1845. Jedná se o nejstarší železniční budovu na trati Praha-Olomouc.



### 14. Wolkerovo údolí

Městský park kde najdete dětské hřiště, altánky, rybníček. Údolí je od náměstí vzdáleno cca 1 km (po žluté turistické značce).

### 15. Tkalcovské domky

Až do konce 19. století v životě značné části obyvatel města hrálo významnou roli domácí tkalcovství. V tzv. Podměstí stály typické dřevěné přístěnné chalupy kryté vysokou sedlovou střechou. Dnes jsou státem chráněnou památkou.

### 16. Roškovtovo divadlo

Bylo postaveno ve funkcionalistickém stylu podle návrhu významného českého architekta Kamila Roškota v letech 1935 - 1936. Stavba je



zmiňována v odborné literatuře a byla nominována v soutěži "10 století architektury" v kategorii stavba 20. století a je také českou kulturní památkou.

### 17. Městský všesportovní areál

V areálu najdete atletický a fotbalový stadion, venkovní posilovnu, běžeckou plošinku, volejbalové a basketbalové hřiště, tenisové kurty, zimní stadion, saunu, minigolf, skatepark, bowling ...

Aquapark  
Byl vybudován na břehu řeky Tichá Orlice a leží v blízkosti cyklostezek



Máte zde k dispozici tobogán, skluzavku Kamikadze, beach volejbalový kurt, stolní tenis, vodní fotbal, víceúčelové sportovní hřiště, prolézačky, skákací hraď....

### 18. Tábořiště a iodišnice v Cakli

Areál aktivní turistiky se nachází na břehu řeky Tichá Orlice v bezprostřední blízkosti cyklostezky



do Letohradu. Můžete zde vyzkoušet volejbalové hřiště, horolezeckou stěnu, dětské Tarzanovo hřiště, střelbu z luků nebo sjíždění řeky. Dále je zde půjčovna kol, lodí, vodáckého vybavení, turistických a horolezeckých potřeby. Tábořiště je od náměstí vzdáleno cca 2 km (po modré turistické značce).

### 19. Krytý plavecký bazén

V celém areálu se používá technologie slané vody. Můžete zde využít plavecký bazén 25 m, dětský



bazén se skluzavkou, tobogán, vřivku, pami kabiny, relaxační centrum ...

### 20. Rozhledna na Andrtově chlumu

"Stříbrná krasavice"  
Současná rozhledna pochází z roku 1996. K vyhlídkové plošině ve výšce 35 m vede 183 schodů, a můžete z ní zhlédnout vrcholky Orlických hor, Krkonoš i Jeseníků. Rozhledna je od náměstí vzdálená cca 5 km (po žluté turistické značce).



14 kapičkami kolem nově opraveného vodojemu - po zelené turistické značce, nebo Rehořovým dolem kolem Poustevnickovy studánky - po modré turistické značce).

Křížová cesta  
Původní křížová cesta byla vybudována v letech 1753 - 1755 při staré cestě do Litomyšle z iniciativy tkalce Augustína Andrese. Nová křížová cesta byla postavena v letech 1852 - 1853 a tvoří ji 14 kapiček. Všechny byly obnoveny roku 1994.

Vznik této publikace podpořil Pardubický úřad.

**Turistické informační centrum města Ústí nad Orlicí**

Syčtřova 16, 562 24 Ústí nad Orlicí  
tel.: 465 514 271, e-mail: ic@muia.cz