

Vysoká škola logistiky o.p.s.

**Služby turistického informačního centra
v Prostějově**

(Bakalářská práce)



**Vysoká škola
logistiky**
o.p.s.

Zadání bakalářské práce

studentka

Ivana Korčáková, DiS.

studijní program
obor

Logistika
Logistika služeb

Vedoucí Katedry bakalářského studia Vám ve smyslu čl. 22 Studijního a zkušebního řádu Vysoké školy logistiky o.p.s. pro studium v bakalářském studijním programu určuje tuto bakalářskou práci:

Název tématu: **Služby turistického informačního centra v Prostějově**

Cíl práce:

Zhodnotit stávající úroveň služeb poskytovaných turistickým informačním centrem a navrhnout opatření, která povedou ke zlepšení zjištěných nedostatků.

Zásady pro vypracování:

Využijte teoretických východisek oboru logistika. Čerpejte z literatury doporučené vedoucím práce a při zpracování práce postupujte v souladu s pokyny VŠLG a doporučeními vedoucího práce. Části práce využívající neveřejné informace uveďte v samostatné příloze.

Bakalářskou práci zpracujte v těchto bodech:

Úvod

1. Teoretická východiska související s tématem bakalářské práce
2. Analýza poskytovaných služeb vybraného informačního centra
3. Návrh a doporučení pro zlepšení poskytovaných služeb

Závěr

Rozsah práce: 35 – 50 normostran textu

Seznam odborné literatury:

HALÁSEK, Dušan a kol. Logistika v odvětvích služeb. Přerov: VŠLG, 2013. ISBN 978-80-87179-30-7.

VAJČNEROVÁ, Ida a Kateřina RYGLOVÁ. Management kvality služeb v cestovním ruchu: jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků. Praha: Grada, 2017. ISBN 978-80-247-5021-7.

VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. Marketing služeb: efektivně a moderně. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-5037-8.

Vedoucí bakalářské práce:

Mgr. Irena Kalupová

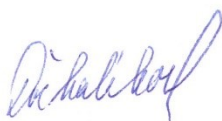
Datum zadání bakalářské práce:

31. 10. 2019

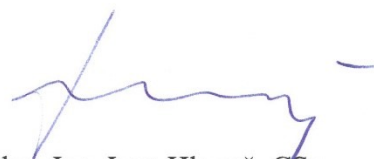
Datum odevzdání bakalářské práce:

5. 5. 2020

Přerov 31. 10. 2019



Ing. et Ing. Iveta Dočkalíková, Ph.D.
vedoucí katedry



doc. Ing. Ivan Hlavoň, CSc.
rektor

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a že jsem ji vypracovala samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná a že jsem v práci neporušila autorská práva ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o autorském právu, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů.

Prohlašuji, že jsem byla také seznámena s tím, že se na mou bakalářskou práci plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, zejména § 60 – školní dílo. Beru na vědomí, že Vysoká škola logistiky o.p.s. nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro pedagogické, vědecké a prezentační účely školy. Užiji-li svou bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti Vysokou školu logistiky o.p.s.

Prohlašuji, že jsem byla poučena o tom, že bakalářská práce je veřejná ve smyslu zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů, zejména § 47b. Taktéž dávám souhlas Vysoké škole logistiky o.p.s. ke zpřístupnění mnou zpracované bakalářské práce v její tištěné i elektronické verzi. Tímto prohlášením souhlasím s případným použitím této práce Vysokou školou logistiky o.p.s. pro pedagogické, vědecké a prezentační účely.

V Přerově, dne 05. 05. 2020

.....

podpis

Poděkování

Chtěla bych poděkovat své vedoucí bakalářské práce, paní Mgr. Ireně Kalupové, za cenné rady, věcné připomínky a vstřícnost při konzultacích a vypracování bakalářské práce.

Anotace

Bakalářská práce se věnuje problematice poskytování služeb uživatelům turistických informačních center. Výzkumným problémem pro řešení je kvalita poskytovaných služeb uživatelům Turistického informačního centra v Prostějově. Pro zhodnocení stávající úrovně služeb poskytovaných konkrétním turistickým informačním centrem je použita metoda dotazníkového šetření. Na základě dotazníkového šetření jsou navržena opatření, která povedou ke zlepšení zjištěných nedostatků.

Klíčová slova

informační centrum, kulturní služby, městské informační centrum, Prostějov, turistické informační centrum

Annotation

The bachelor thesis deals with the issue of providing services to users of tourist information centres. The research problem for the solution is the quality of services provided to the users of the Tourist Information Centre in Prostějov. A questionnaire survey is used to evaluate the current level of services provided by the Tourist Information Centre in Prostějov. Measures for the improvement of the identified deficiencies are proposed based on the results of the questionnaire survey.

Keywords

information centre, cultural services, municipal information centre, Prostějov, tourist information centre

Obsah

Úvod.....	8
1 Teoretická východiska související s tématem bakalářské práce.....	9
1.1 Logistika služeb	9
1.2 Poskytování služeb.....	13
1.3 Informační centrum a zajištění služeb.....	14
1.4 TIC a cestovní ruch	15
1.4.1 Funkce a činnosti v TIC.....	16
1.4.2 Zřizovatelé a financování TIC	17
1.4.3 Asociace turistických informačních center.....	18
1.4.4 Kategorizace	19
1.4.5 Kulturní služby	21
1.4.6 Služby cestovního ruchu	21
2 Analýza poskytovaných služeb vybraného informačního centra	26
2.1 Město Prostějov.....	26
2.2 TIC v Prostějově	27
2.3 Služby poskytované turistům v TIC.....	29
3 Návrh a doporučení pro zlepšení poskytovaných služeb	33
3.1 Dotazníkové šetření.....	33
3.2 Vyhodnocení dotazníkového šetření	33
3.3 Návrhy a doporučení pro zlepšení poskytovaných služeb v TIC Prostějov.....	49
Závěr	52
Seznam zdrojů.....	54
Seznam grafických objektů.....	57
Seznam zkratk	59
Seznam příloh	60

Úvod

Oblast cestovního ruchu se v posledních letech dynamicky rozvíjí. Významným faktorem ovlivňujícím spokojenost účastníků cestovního ruchu je kvalita služeb a informovanost návštěvníků. Tímto se zabývají turistická informační centra, která různými způsoby propagují danou destinaci. Hrají proto v cestovním ruchu významnou roli. Slouží jak turistům, tak místním obyvatelům. Obě skupiny vyžadují co nejaktuálnější a nejpresnější informace. Stěžejním cílem všech turistických informačních center je proto dbát na kvalitu nabízených služeb, přizpůsobovat se požadavkům návštěvníků a plnit jejich potřeby.

Turistická informační centra, zvláště na lokální úrovni, mají velký vliv na atraktivitu a turismus dané oblasti. Ve většině případů jsou to turistická informační centra, která navštíví právě turista toužící po informacích. I v dnešní době, kdy má možnost připojení k internetu téměř každý, jsou turistická informační centra využívána. Mají tedy možnost udělat na turistu tzv. dobrý první dojem, kterým mohou ovlivnit celý jeho pobyt v destinaci, jeho spokojenost, případně i jeho budoucí reference (získat nové potenciální návštěvníky).

Cílem mé bakalářské práce je zhodnotit stávající úroveň služeb poskytovaných turistickým informačním centrem v Prostějově a navrhnout opatření, která povedou ke zlepšení zjištěných nedostatků.

Bakalářská práce je rozdělena na dvě části, a to na část teoretickou a praktickou. V první kapitole se obecně věnuji službám a turistickým informačním centřům. Zde uvádím informace o logistice služeb a vlastnostech turistických informačních center. Turistická informační centra poskytují různé služby, které lze zařadit mezi kulturní služby, služby cestovního ruchu, služby vzdělávací i informační. Ve druhé kapitole uvádím základní informace o městě Prostějov a poté se již podrobněji věnuji Turistickému informačnímu centru Prostějov. Třetí kapitola je věnovaná vyhodnocení zjištěných dat z dotazníkového šetření, návrhu i doporučením ke zlepšení nedostatků.

1 Teoretická východiska související s tématem bakalářské práce

V této kapitole definuji základní pojmy související s tématem mé bakalářské práce. Na základě uvedených teoretických východisek analyzuji v následujících kapitolách současný stav poskytovaných služeb v Turistickém informačním centru Prostějov a navrhnou jejich možná zlepšení.

1.1 Logistika služeb

Evropská logistická asociace definuje **logistiku** jako „*organizaci, plánování, řízení a výkon toků zboží vývojem a nákupem počínaje, výrobou a distribucí podle objednávky finálního zákazníka konče tak, aby byly splněny všechny požadavky trhu při minimálních nákladech a minimálních kapitálových výdajích.*“ [1, s. 3]

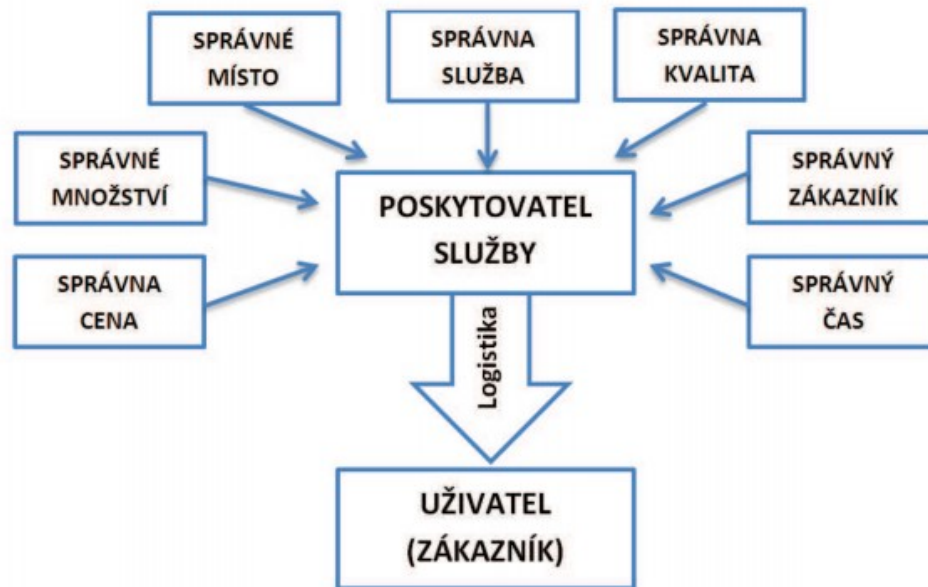
Logistika je tedy „*disciplína, která se zabývá celkovou optimalizací, koordinací a synchronizací všech činností, jejichž řetězce jsou nezbytné k pružnému a hospodárnému dosažení daného konečného (synergického) efektu.*“ [2, s. 80]

Z hlediska poskytování služeb je hlavním cílem logistiky optimální uspokojení potřeb zákazníků. Zboží a služby musí být zákazníkovi dodány na požadované úrovni při minimálních nákladech.

Logistiku a služby propojuje tzv. pravidlo 7S. Mojžíš [3, s. 11] uvádí ve formě 5S, že „*logistika uvádí do vztahu lidi, zboží, výrobní kapacitu a informace, aby to všechno bylo:*

- *na správném místě;*
- *ve správném čase;*
- *ve správném množství;*
- *ve správné kvalitě;*
- *za správnou cenu“.*

Pravidlo 7S uvádím na Obr. 1.1. V centru tohoto schématu se nachází poskytovatel služeb, který musí (by měl) dodržovat 7S při poskytování logistických služeb svým uživatelům, zákazníkům.



Obr. 1.1 Pravidlo 7S

Zdroj: [3, s. 11].

Logistika se dnes uplatňuje v mnoha oblastech každodenního života, včetně oblasti služeb. Významnou roli v logistice služeb hrají informace a způsoby jejich zpracování.

Podle Vašítkové je služba „*jakákoliv činnost nebo výhoda, kterou jedna strana může nabídnout druhé straně, je v zásadě nehmotná a jejím výsledkem není vlastnictví. Produkce služby může, ale nemusí být spojena s hmotným produktem.*“ [4, s. 13]

Oblast služeb je rozmanitá, je tedy nesnadné uvést pouze jedno obecné rozdělení a kategorizaci. Např. podle Kotlera je vhodné rozřadit služby do několika kategorií.

První dělení je podle toho, zda služby závisí na:

- lidech – služby poskytují špičkoví nebo nekvalifikovaní pracovníci;
- zařízeních (strojích) – služby poskytují zařízení ovládané automaticky nebo operátory. [5]

Další dělení je podle toho, zda je možné služby rozlišovat z hlediska nabídky poskytovatele na:

- hmatatelné zboží s doprovodnými službami;
- důležitá služba s doprovodnými výrobky a službami;
- služba. [5]

Tab. 1.1 Rozdělení služeb podle uplatnění lidského faktoru

Služby			
Lidé		Zařízení	
Kvalifikované práce (např. právní, účetní, instalatérské práce)	Nekvalifikované práce (např. domovnícké služby, udržování trávníku)	Plně automatizované (např. automatické mytí automobilů)	Sledované a ovládané kvalifikovanými operátory (např. taxislužba, aerolinie)

Zdroj: vlastní zpracování podle [3, s. 17].

Služba je tedy jakákoli hospodářská činnost, která uspokojuje nějakou potřebu. Výsledkem je efekt, nikoliv výrobek. Z hlediska statistického sledování lze služby dělit na tržní, kdy poskytovatel nabízí službu zákazníkovi za úplatu, a netržní, které jsou nabízeny s přispěním veřejných zdrojů.

Podle kategorizace od Vašítkové jsou tržní služby poskytovány za účelem dosažení zisku a mají tyto vlastnosti:

- poskytovatelem je z velké části soukromý sektor;
- za poskytnutou službu je jasně definovaná cena;
- jsou poskytovány v ideálním množství díky zohlednění nabídky a poptávky. [4]

Zato netržní služby jsou takové služby, které nejsou poskytovány prostřednictvím trhu. Mají tyto charakteristické vlastnosti:

- poskytovatelem je z velké části veřejný sektor;
- cena není jasně definována – buď je služba zdarma, nebo je podporovaná z veřejných rozpočtů;
- většinou poskytovány ve vyšším množství. [4]

Vlastnosti služeb

Služby mají několik obecných vlastností, díky kterým se liší od výrobků. Mezi ně podle Vašítkové [4] patří:

a) Nehmotnost

Je základní vlastností služeb. Většinu služeb si nelze nijak prohlédnout nebo vyzkoušet, takže mohou u zákazníků působit nedůvěryhodně. Důvěryhodnost a spolehlivost lze získat až při užití služby.

b) Neoddělitelnost

Spotřebu a produkci zboží je od sebe možné oddělit. Zákazník se účastní poskytování služby a stává se tedy neoddělitelnou součástí její produkce. Nemusí být přímo přítomen po celou dobu realizace služby (např. jídlo v hotelu je uvařeno v jeho nepřítomnosti). To se netýká některých veřejných služeb (např. lékař nemůže ošetřit pacienta bez jeho přítomnosti).

c) Heterogenita

Heterogenita, jiným slovem variabilita, souvisí především se standardem kvality služeb. Může se stát, že poskytnutí stejné služby, třeba i v jedné firmě, se může lišit (např. každá kadeřnice v salonu může stejný účes stříhat jinak). Dokonce i služby jedné osoby se mohou lišit (např. učitel jednou pronese zajímavou přednášku a podruhé je ta samá přednáška nudná, nezajímavá).

d) Zničitelnost

Službu na rozdíl od rozbitého výrobku nelze vrátit. Proto špatně poskytnutá služba je těžko napravitelná, jelikož lze vrátit peníze, poskytnout kvalitnější službu, ale vždy půjde o větší ztráty, než je výměna nebo vrácení zboží u hmotných výrobků. Ovšem

výhodou je flexibilita služby, protože službu lze rychleji přizpůsobit poptávce trhu, než hmotný produkt. Službu nelze skladovat, uchovávat, znovu prodat či vrátet. Např. neprodané místo v zájezdu je pro daný okamžik obchodně ztracené.

e) **Nemožnost vlastnictví**

Nemožnost vlastnit službu souvisí s její nehmotností a zničitelností. Při koupi služby získává zákazník pouze právo na poskytnutí služby a ne na její vlastnictví. Tedy, po využití služby zůstane zákazníkovi v některých případech pouze vzpomínka. Kupující může službu mnohdy využít pouze po omezený čas.

1.2 Poskytování služeb

Oblast služeb je velmi rozmanitá a proto je nutné u každé služby definovat jejího poskytovatele. Služby poskytuje jednak státní sektor, jednak sektor soukromý. Důležité je to, o jakou oblast služeb se jedná. Jsou služby, které může poskytovat pouze státní sektor, jsou služby, které může poskytovat pouze soukromý sektor, a jsou i služby, které může poskytovat jednak státní, jednak i soukromý sektor.

Služby v oblasti zákonodárství a výkonu práva, služby vzdělávací, zdravotní služby, obranu státu a bezpečnost občanů nejčastěji poskytuje ve většině zemí stát. Stát také řídí finanční služby, sociální služby, dopravní služby a některé informační služby.

Některé služby poskytují i neziskové organizace – nadace, charitativní organizace, církve aj. Podnikatelský sektor poskytuje služby s cílem dosáhnout zisk. Zde patří banky, pojišťovny, hotely, letecká doprava, marketingový výzkum, některé lékařské služby, cestovní ruch, právní a komerční poradenství, soukromá doprava, osobní a opravárenské služby.

Poskytovatelem služeb může být tedy jednak fyzická, jednak i právnická osoba, konkrétněji osoba, firma či jiná organizace.

Uživatel, jiným slovem zákazník/klient, je člověk, který se rozhodne využít nějakou službu či koupit si nějaký výrobek a své rozhodnutí také uskuteční. V současnosti se podle Spáčila [6] rozlišují zákazníci na spotřebitele a firemní zákazníky. Spotřebitel využívá danou službu či daný výrobek sám pro uspokojení svých potřeb. Zatímco firemní zákazník kupuje službu či výrobek, aby s nimi poté dále pracoval, vyráběl, nabízel.

Wessling [7, s. 47] tvrdí, že „*prodejce je povinen předat nabízené zboží nebo službu a následně má právo inkasovat sjednanou kupní cenu od zákazníka*“.

Podle Vašíkové [4] některé služby vyžadují přímo aktivní zapojení zákazníka. Ten se tedy stává spoluproducentem služby.

1.3 Informační centrum a zajištění služeb

Pro **informační centrum** se používá v oblasti cestovního ruchu častěji označení **turistické informační centrum** (dále jen **TIC**). Obecně se informační centrum definuje jako místo, kde poskytovatelé poskytují potřebné informace uživatelům. Informační centrum je vždy institucí, nikdy se nejedná o fyzickou osobu. Informace jsou sdělovány na základě zákona – právo na rovný přístup k informacím – a jsou poskytovány bezúplatně (podrobněji viz služby TIC). Informační centra jsou však financována, a to jak ze zdrojů státního rozpočtu, tak ze soukromých finančních příjmů.

„TIC má v systému řízení turismu již nepostradatelné místo. V současnosti je v České republice více než 400 TIC, přičemž v této profesi dnes pracuje více, než 800 zaměstnanců. ... TIC se podařilo zakotvit do pozice mezičlánku linie systému služeb: Návštěvník (zákazník) – služba TIC – služby cestovního ruchu návštěvníkům (zákazníkům). ... Význam TIC v cestovním ruchu je primárně v uspokojení potřeb návštěvníka. ... Např. cesta za odpočinkem, za poznáním, za povinnostmi (služební, pracovní apod.), za rodinou a přáteli, za sportem a kulturou.“ [8, s. 34].

Služby TIC

TIC by mělo poskytovat aktuální a přesné informace. Zaměstnanci by měli být schopni komunikace s návštěvníky. TIC poskytuje jak služby bezplatné, tak služby placené. Mezi bezplatné patří informace o:

- možnostech ubytování a stravování, rezervace ubytování;
- turistických atraktivitách v místě a oblasti, tipy na výlet;
- kulturním, sportovním a společenském dění v dané oblasti, rezervace vstupenek;
- autobusových, trolejbusových, tramvajových a vlakových spojích, včetně informací o spojích městské hromadné dopravy/integrovaného dopravního systému (MHD/IDS);
- místních firmách, obchodech, institucích a organizacích – možnost získat zdarma propagační materiály o městě. [8]

Mezi standardní placené služby patří:

- prodej vstupenek;
- fax;
- kopírování;
- veřejná internetová stanice;
- poskytování formulářů finančního úřadu;
- průvodcovské služby. [8]

Dále TIC poskytují doplňkové placené služby, jako jsou inzertní vývěska, směnárna, seznamka a další. [8]

1.4 TIC a cestovní ruch

TIC je prostředníkem mezi poskytovatelem a uživatelem služeb v cestovním ruchu. TIC může být užitečné pro obě strany. Poskytovatelé mohou prostřednictvím TIC nabízet své služby a informovat své potencionální uživatele. Uživatelé mohou prostřednictvím TIC poptávat informace o poskytovaných službách v dané oblasti apod. Každé TIC by mělo ve svých materiálech uvádět všechny provozovatele služeb (např. hotely, restaurace, galerie, kavárny atd.), aby si zachovalo nestrannost.

Důležitým účelem TIC je propagace daného regionu a prezentace turistické atraktivity v příslušné oblasti.

Metodika TIC uvádí, že TIC má charakter veřejné služby, jenž zahrnuje:

- odbornou pracovní sílu;
- technické prostředky a vybavení;
- provozní finance;
- obecně platné systémové normy a pravidla, včetně základních standardů rozsahu a kvality poskytovaných služeb.

Existuje mnoho různých definic TIC. Např. podle ABECEDY turistického informačního centra je TIC „účelové zařízení poskytující v oblasti svého působení (město, region, turistická oblast) komplexní informace o všech službách souvisejících s cestovním ruchem“ [9, s. 47 – 48].

Podle Orišky jsou TIC „účelová zařízení cestovního ruchu zřizovaná v místech a střediscích cestovního ruchu. TIC má charakter veřejné služby poskytované na základě společenské objednávky státní správy a samosprávy jako součást informačního systému České republiky. Pracoviště TIC se označují mezinárodní značkou „i“.“ [10, s. 28]

Asociace turistických informačních center (dále jen **A.T.I.C.**) uvádí, že TIC 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.“ [11, s. 5]

V ČR je momentálně registrováno více než 500 TIC. Jejich kvalitu posuzuje udělováním certifikátů A.T.I.C. ve spolupráci s agenturou CzechTourism. CzechTourism je státní příspěvková organizace, jejímž zřizovatelem je Ministerstvo pro místní rozvoj. Jeho základním cílem je propagace České republiky jako destinace cestovního ruchu na domácím i zahraničním trhu. [13, s. 160]

Označení TIC je jednotné. Uprostřed na zeleném podkladu se nachází malé bílé i. Základní velikosti 50 x 50 cm, 40 x 40 cm, nebo 60 x 60 cm slouží k značení provozovny, tj. místa, kde jsou poskytovány informace. Ve zmenšené velikosti 15 x 15 cm patří jako doplněk ke směrovkám, které jsou umístěny např. na parkovištích, které směřují k TIC.

1.4.1 Funkce a činnosti v TIC

TIC je nedílnou součástí cestovního ruchu a může plnit různé funkce. ABECEDA informačního turistického centra uvádí, že TIC slouží ke shromažďování informací a vytváří databanku, což je souhrn všech dat cestovního ruchu v dané oblasti. Zahrnuje data turistická, kulturní a všeobecné informace. Všeobecnými informacemi se rozumí informace o dopravě, obchodní síti, kultuře, sportu nebo ubytovacích možnostech. Podmínkami pro tvorbu databanky je úplnost, soustavnost a aktuálnost. Informace

uložené v databance je možné sdělit osobně, telefonicky, poštou, v tištěné formě, elektronicky (rozhlas, televize, internet). Tyto informace jsou poskytovány zdarma; bezplatné poskytování informací je podle Metodiky A.T.I.C. hlavní činností TIC.

Další funkcí TIC je poskytování služeb za úplatu. Patří sem prodej upomínkových předmětů, které mohou představovat dané místo nebo region. Mezi upomínkové předměty patří např. turistická známka, magnetka, přívěsek a jiné proprietu označené logem místa či objektu. TIC také mohou vytvářet či nabízet letáčky, publikace, mapy a jiné propagační materiály. Dále si v TIC lze pořídit průvodcovské služby, kopírování, vstupenky a mnoho dalšího. [11]

Každé TIC by mělo být schopno nabídnout své služby v českém a minimálně v jednom světovém jazyce, a zároveň mít připojení k internetu. Své služby nabízí po celý rok prostřednictvím svých webových stránek.

1.4.2 Zřizovatelé a financování TIC

V České republice existují různé právní formy zřizovatelů TIC a to z důvodů, že jejich činnost není legislativně upravena. A.T.I.C. uvádí, že nejčastějším zřizovatelem TIC je obec. Dalšími zřizovateli TIC v ČR mohou být:

- příspěvkové či rozpočtové organizace státní správy;
- orgány samosprávy;
- příspěvkové nebo rozpočtové organizace samosprávy;
- obecně prospěšné společnosti;
- zájmová sdružení právnických osob;
- nadace či fondy;
- občanská sdružení;
- společnosti s ručením omezeným;
- akciové společnosti;
- veřejné obchodní společnosti;
- družstva;
- fyzické osoby. [11]

Výdaje na provoz TIC jsou větší než příjmy, tudíž je provozování TIC de facto ztrátovou činností. Hlavní činností TIC je poskytovat bezplatně informace veřejnosti. Finance na tuto činnost se tak musí získat z jiných zdrojů. Převážnou část veřejných zdrojů by měl poskytovat stát a samospráva. Dalším zdrojem jsou finance od partnerů a sponzorů. Nedílnou součástí rozpočtu jsou finance z fondů Evropské unie a jiné zahraniční zdroje. Doplňkovou činností, jako je prodej upomínkových předmětů nebo výroba propagačních materiálů, by si mělo každé TIC hradit z vlastních zdrojů; TIC by mělo být v této činnosti soběstačné.

1.4.3 Asociace turistických informačních center

„A.T.I.C. ČR je samostatné, dobrovolné, nezávislé profesní sdružení hájící zájmy turistických informačních center.“ [12]

A.T.I.C. zahájila svoji činnost 9. 11. 1994 pod názvem Asociace turistických informačních středisek ČR (A.T.I.S.). Dnešní název A.T.I.C. se užívá od roku 1997. Hlavním účelem A.T.I.C. je být středem informační sítě cestovního ruchu ČR a vyhovět potřebám obyvatel, návštěvníků a podnikatelských subjektů. A.T.I.C. se snaží neustále zvyšovat informovanost a odbornost svých členů, kteří si mezi sebou předávají informace a zkušenosti, ať už pozitivní či negativní.

A.T.I.C. pořádá odborné zájezdy a společenské akce pro své členy, ale také pořádá vzdělávací semináře pro pracovníky TIC. Dále představuje TIC veřejnosti prostřednictvím webových stránek či různých propagačních materiálů. Snaží se o prosazení zájmů svých členů v ČR i na mezinárodním poli. Společně s dalšími asociacemi se podílí na právních úpravách činnosti TIC. Spolupracuje s orgány státní a místní správy, se kterými se snaží rozvíjet oblast cestovního ruchu a služby občanům. Je brána prestižně hlavně díky spolupráci s Ministerstvem pro místní rozvoj ČR a jeho příspěvkovou organizací CzechTourism.

A.T.I.C. pro své členy zajišťuje certifikaci podle Jednotné klasifikace TIC (dále jen JK TIC), kterou spravuje ve spolupráci s agenturou CzechTourism od dubna 2013. Certifikát je platný dva roky. Poté se provádí opětovná kontrola a zařazení TIC do příslušné kategorie. Následně se vystaví nový certifikát. Aby byla klasifikace jednotná, je potřeba dodržovat minimální standard služeb. Tím se rozumí požadavky, které musí TIC splňovat. Dělí se na závazné, kterých je 19, a doporučené, kterých je 11. Závazné požadavky se dělí do několika tříd (např. lokalizace a navigace k TIC, činnost TIC, databáze TIC a další).

Mezi závazné patří například:

- TIC sídlí na veřejně přístupném místě, na místě přirozené koncentrace turistů, má bezbariérový přístup nebo umožňuje obsluhu imobilních jiným způsobem;
- TIC vyhledává, shromažďuje, aktualizuje a dále šíří přesné turistické informace z oblasti své působnosti (obec, region, stát);
- u vstupu do TIC je na viditelném místě uvedena otevírací doba v českém jazyce a v jazyce skupiny převažujících zahraničních návštěvníků.

Všechny požadavky na minimální standard služeb poskytovaných TIC jsou uvedeny v dokumentu JK TIC, viz [11].

Nyní má A.T.I.C. 339 certifikovaných členů. Do nedávna ještě neměla oporu v zákoně ohledně značení TIC bílým i v zeleném poli. To se změnilo 3. 4. 2019, kdy A.T.I.C. zaregistrovala tuto značku u Úřadu průmyslového vlastnictví jako ochrannou známku. Nyní už tedy tuto značku mohou využívat jen certifikovaná turistická centra. Tato centra navštívilo v roce 2018 8,7 milionu návštěvníků.

1.4.4 Kategorizace

První kategorizace byla přijata na podzim roku 1994 a byla platná až do 14. 4. 2011. V této době byla turistická centra rozdělena do čtyř kategorií (A, B, C, D). Poté byla přijata nová Klasifikace a certifikace turistických informačních center A.T.I.C., která platila do 25. 4. 2013. Dnes je platná JK TIC, podle níž jsou TIC rozdělena do tří kategorií (A, B, C) podle rozsahu nabízených služeb. V Tab. 1.2 uvádím kategorizaci TIC podle JK TIC ve všech třech kategoriích (A, B i C), včetně požadavků na minimální standard služeb poskytovaných TIC.

Tab. 1.2 Kategorizace TIC podle JK TIC

Kategorie A – celorepubliková působnost, označeno čtyřmi hvězdičkami	
-	Minimální standard služeb
-	Otevřeno celoročně (kromě 24. 12., 25. 12. a 1. 1.), 7 dní v týdnu
-	Informace poskytuje alespoň ve dvou světových jazycích (aktivně)
-	Výstup z databáze zveřejněn na internetu
-	Přístup na internet pro veřejnost
-	Zajišťuje průvodcovskou činnost
-	Nabízí turistické produkty
-	Zprostředkovává ubytovací služby
-	Zpracovává interní systém pro řízení kvality poskytovaných služeb
-	Zaměstnanci TIC mají vystudovanou minimálně střední školu, alespoň jeden ze zaměstnanců má prokazatelné vzdělání nebo 5 let praxe v cestovním ruchu
-	Minimálně dva zaměstnanci TIC se alespoň 1x ročně musí zúčastnit vzdělávacího programu A.T.I.C., CzechTourism, nebo jiného vzdělávacího programu v oblasti cestovního ruchu
Kategorie B – oblastní působnost, označeno třemi hvězdičkami	
-	Minimální standard služeb
-	Otevřeno celoročně, alespoň 5 (v sezoně 6) dní v týdnu, minimálně 40 (v sezoně 45) hodin týdně
-	Informace poskytuje alespoň ve dvou světových jazycích (jeden aktivně, druhý pasivně)
-	Přístup na internet pro veřejnost
-	Zajišťuje průvodcovskou činnost
-	Zaměstnanci TIC mají vystudovanou minimálně střední školu
-	Minimálně jeden zaměstnanec TIC se alespoň 1x ročně musí zúčastnit vzdělávacího programu A.T.I.C., CzechTourism, nebo jiného vzdělávacího programu v oblasti cestovního ruchu
Kategorie C – místní působnost, označeno dvěma hvězdičkami	
-	Minimální standard služeb
-	Otevřeno celoročně i v sezoně alespoň 5 dní v týdnu, minimálně 30 hodin týdně
-	Informace poskytuje alespoň v jednom světovém jazyce

Zdroj: vlastní zpracování podle [11].

1.4.5 Kulturní služby

Kultura „*musí být považována za soubor distinktivních duchovních a hmotných, intelektuálních i citových rysů, které charakterizují společnost nebo společenskou skupinu, kultura zahrnuje vedle umění a písemnictví také způsoby života, způsoby soužití, hodnotové systémy, tradice a přesvědčení.*“ [14]

Kultura pomáhá k rozvoji celkové úrovně každého jedince. Plní při tom vzdělávací, socializační, výchovnou a kreativní funkci. Kulturní služby lze nalézt v tržních i netržních službách, viz podkapitola 1.1 této práce. Celosvětovým trendem je globalizace, díky níž je mnohem snazší prolínat kultury napříč národy. Určitou hrozbou však může být kulturní rozmanitost. V Evropské unii proto mají na starost rozkvět kultur vlády členských států. [3]

Část kulturních služeb je umístěna do soustavy veřejných služeb. Smyslem veřejných kulturních služeb je v první řadě ukojení kulturních potřeb obyvatel. Nabídka služeb musí na tyto potřeby brát zřetel. Kulturní služby jsou buď poskytovány a financovány veřejným, nebo soukromým sektorem. Podle poskytovatelů jsou hlavními kritérii kvality veřejných kulturních služeb návštěvnost a spokojenost návštěvníků. Poskytovateli veřejných kulturních služeb mohou být subjekty zajišťující kulturní činnost na úrovni profesionální (muzea, hrady, zámky, knihovny, kina, galerie) nebo amatérské (domy dětí a mládeže, neprofesionální umělecké soubory). [15]

1.4.6 Služby cestovního ruchu

Každý člověk si pod pojmem cestovní ruch představí něco jiného. Těžko se také určuje, jak daleko vlastně musí člověk cestovat, případně jak dlouho musí být na cestách, aby se dal považovat za turistu. Cestovní ruch se definuje mnoha způsoby. Záleží na zvoleném kritériu. Například podle Hornerové a Swarbrooka [16, s. 53] se jedná o „*krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností.*“ Tato definice však nezahrnuje možnost služební cesty, kdy se cestuje především kvůli práci, nikoli za zábavou.

Podle Jakubíkové [17, s. 18] je „*za cestovní ruch označován pohyb lidí mimo jejich vlastní prostředí do míst, která jsou vzdálena od místa jejich bydliště, za různými účely, vyjma migrace a výkonu normální denní práce.*“

Cestovní ruch, nazývaný také turismus, se dělí na domácí a zahraniční. Do domácího se řadí osoby, které trvale žijí na území státu, po kterém cestují a nepřekročí při své cestě hranice

tohoto státu. V druhém případě se už jedná o překročení hranic státu. Zahraniční turismus se dělí na příjezdový (incoming – např. návštěva České republiky zahraničními hosty) a výjezdový (outgoing – např. návštěva Čechů v zahraničí). Dále se cestovní ruch dělí na vnitřní (domácí cestovní ruch + incoming) a národní (domácí cestovní ruch + outgoing).

„Služby cestovního ruchu představují činnosti, jejichž výsledkem je užitečný efekt buď individuální, nebo společenský.“ [18, s. 27] Služby v cestovním ruchu hrají velkou roli. Na tyto služby by měl být kladen patřičný důraz, jelikož turista skrze tyto služby uspokojuje své potřeby. Životní úroveň populace narůstá. Část obyvatelstva vyhledává tzv. substituci služeb. Jedná se o záměnu dražší služby za levnější. Pro cestovní ruch je také důležitá komplementarita služeb. Tzn., že po spotřebě jedné služby následuje spotřeba další. [18]

Klasifikace a charakteristika služeb cestovního ruchu

Jakubíková [17] uvádí, že nabízené služby, které se pohybují v oblasti cestovního ruchu, jsou velmi různorodé, což umožňuje jejich klasifikaci z několika hledisek. Mezi ta nejdůležitější kritéria patří spotřeba uživatelů, charakter spotřeby, způsob úhrady služby a místo, kde je služba poskytována, způsob zabezpečení poskytovaných služeb a funkce poskytovaných služeb.

Podle významu ve spotřebě účastníků cestovního ruchu:

- základní – ubytování, stravování, doprava;
- doplňkové – služby spojené s využíváním atraktivit, které jsou charakteristické pro určitý rekreační prostor.

Podle charakteru spotřeby:

- osobní – např. odnesení zavazadel aj. – užitný efekt se dostaví bezprostředně;
- věcné – úprava lyžařského vybavení aj. – užitný efekt se dostaví zprostředkovaně hmotným statkem.

Podle způsobu úhrady:

- služby placené;
- služby nezaplacené.

Podle místa:

- služby poskytované v místě obvyklého pobytu;
- služby poskytované během přepravy;
- služby v rekreačním prostoru.

Podle způsobu zabezpečení:

- služby vlastní;
- služby poskytované dodavatelským způsobem (ubytovací, stravovací služby) – není zapojen mezičlánek;
- služby obstarávané (s využitím cestovní kanceláře, cestovní agentury apod.).

Podle funkcí ve vztahu k jednotlivým uspokojovaným potřebám účastníků cestovního ruchu:

- dopravní;
- ubytovací;
- stravovací;
- zprostředkovatelské;
- společensko-kulturní;
- sportovně-rekreační;
- lázeňsko-léčebné;
- směnářenské;
- průvodcovské;
- informační;
- obchodní;
- komunální;
- horská služba;

- zdravotní;
- pasové;
- celní aj. [17, s. 21 – 22]

Jedna z priorit Koncepce státní politiky cestovního ruchu je kvalita poskytovaných služeb. V roce 2010 tak Ministerstvo pro místní rozvoj začalo realizovat projekt s názvem Národní systém kvality služeb cestovního ruchu. Od roku 2016 tento projekt realizuje agentura CzechTourism ve spolupráci s Ministerstvem pro místní rozvoj. Výsledkem projektu je tvorba Českého systému kvality služeb, který by měl pomoci zlepšovat kvalitu služeb v oblasti cestovního ruchu. [19]

Tab. 1.3 Služby v cestovním ruchu

Služby v cestovním ruchu			
Služby cestovního ruchu		Ostatní služby	
Dodavatelské služby	Zprostředkovatelské služby	Specializované služby	Služby místní infrastruktury v cílovém místě
dopravní, informační, ubytovací, stravovací, sportovně-rekreační, kulturně- společenské, lázeňské, kongresové, venkovského CR, průvodcovské a asistenční, animační	informační, cestovních kanceláří, cestovních agentur	informační, pojistné, směnárenské, pasových orgánů, celních orgánů	informační, obchodní, komunální, zdravotnické, policejní, záchranné, poštovní a telekomunikační

Zdroj: vlastní zpracování podle [10, s. 15].

Informace v cestovním ruchu

Sběr a poskytování informací tvoří výraznou část náplně práce TIC. Informace hrají důležitou roli v rozhodování potencionálních turistů o jejich návštěvě. Nejvyhledávanější jsou informace o klimatu, obyvatelstvu, infrastruktuře, přírodních a historických památkách či sportovním vyžití.

Orieška uvádí, že „*informace je údaj, zpráva, kterou člověk nebo jiný zdroj předává jinému člověku. Je základem komunikace, člověk jejím prostřednictvím získává nové poznatky*“. [10, s. 26]

Ve fázi rozhodování si účastník cestovního ruchu zjišťuje o místě informace. Nejčastěji pomocí internetu, televize, tisku nebo pomocí komerčních zdrojů, jako jsou propagační materiály, výstavy, či veletrhy. Důležitým zdrojem informací jsou také cestovatelské časopisy a knižní průvodce.

V průběhu cesty do místa vybrané destinace mohou turisté využívat prostorové informace. Těmi se rozumí hlavně informační tabule, které upozorňují na cílová místa nebo objekty cestovního ruchu. Na Obr. 1.2 uvádím ilustrační obrázek prostorové informace, která odkazuje na Muzeum Prostějovska v Prostějově. Jedná se o silniční značení.



Obr. 1.2 Silniční značení odkazující na Muzeum Prostějovska v Prostějově

Zdroj: vlastní zpracování.

V cílovém místě je největší zájem o informace týkající se objektů cestovního ruchu a služeb. K poskytování těchto informací slouží TIC. Informování turistů se snaží zefektivnit pomocí jednotného systému složeného z informačních tabulí, směrovek, či značek upozorňujících na frekventovaná místa. [10]

2 Analýza poskytovaných služeb vybraného informačního centra

V této kapitole vycházím z teoretických poznatků, které aplikuji na konkrétní problematiku. Zde zanalyzuji služby, které poskytuje konkrétní TIC, a to TIC působící v Prostějově. Na začátku této kapitoly charakterizují město Prostějov, poté uvedu základní informace o TIC Prostějov a nakonec popíši a analyzuji služby poskytované daným TIC.

2.1 Město Prostějov

Statutární město Prostějov se nachází 45 km od města Brna a 15 km od města Olomouc. Prostějov se nachází v Olomouckém kraji a je největším městem regionu Prostějovsko. Rozprostírá se v severní části Hornomoravského úvalu, východně od Dražanské vrchoviny, v rovině, která se nazývá Haná. V těsné blízkosti města protékají dvě říčky, a to Hloučela a Romže. Prostějov je tvořen několika městskými částmi. Kromě centra města to jsou na západě Domamyslice, Čechovice a Krasice, na východě pak Čechůvky a Vrahovice a na jižním okraji města se nachází Žešov.

Podle Českého statistického úřadu žilo v roce 2018 v Prostějově 43 725 obyvatel. V posledních letech je trendem úbytek obyvatel, což je zapříčiněno jak odtržením městské části Držovice, tak stěhováním lidí do blízkých obcí. [20]



Obr. 2.1 Město Prostějov

Zdroj: [21].

2.2 TIC v Prostějově

Prostějovské TIC vzniklo v roce 2010 a mělo sídlo na prostějovském zámku. Funkci informačního centra v Prostějově plnilo oddělení informační služby již od roku 1998, tedy před vznikem samostatného TIC. TIC Prostějov sídlí na náměstí T. G. Masaryka v budově radnice. Do 2. září 2019 fungovalo TIC pod názvem Regionální informační centrum na Pernštýnském náměstí ve východní části prostějovského zámku. TIC prošlo rekonstrukcí a jednou z výhod rekonstrukce je např. bezbariérová úprava prostor TIC. Díky bezbariérovému přístupu není problém, aby TIC navštívil i turista s handicapem či s velmi malými dětmi – bez problémů je TIC přístupné invalidnímu vozíku nebo dětskému kočárku. S přemístěním do budovy radnice došlo ke spojení TIC a informačního centra městského úřadu. Dříve byla centra od sebe vzdálena cca 300 metrů a často se stávalo, že si lidé přišli pro informaci, kterou jim jedno centrum nebylo schopné sdělit a odkázalo je na centrum druhé. Nyní je vše dostupné na jednom místě, což je velká výhoda.



Obr. 2.2 Interiér TIC Prostějov

Zdroj:[22].

Celkem je v TIC zaměstnáno pět lidí. Z toho se dva zaměstnanci věnují TIC a tři městskému informačnímu centru. Ke své práci mají k dispozici moderní vybavení v podobě počítačů, tiskáren a dalších potřebných věcí. Na Obr. 2.3 uvádím provozní dobu TIC Prostějov.



Obr. 2.3 Provozní doba TIC Prostějov

Zdroj: vlastní zpracování.

Zřizovatelem TIC Prostějov je Magistrát města Prostějova. TIC patří pod Oddělení vnějších vztahů. TIC je značeno podle jednotného značení TIC bílým písmenem i v zeleném čtverci. Prostějovské TIC je označeno dvěma značkami; jedna je umístěna na okně a druhá na světelném billboardu nade dveřmi. Značení je podle mého názoru naprosto dostačující a nikdo by ho neměl přehlédnout.

TIC Prostějov je členem A.T.I.C. ČR a podle splněných kritérií patří do kategorie B. Poslední certifikát mu byl vydán 10. 9. 2019, který je platný do 9. 9. 2021.

TIC Prostějov spravuje ještě další dvě kontaktní místa. Jedno se nachází na vlakovém nádraží v oddělení informací, kde je vystaven stojan s propagačními letáky. Druhým je audiovizuální informační tabule na náměstí T. G. Masaryka, která sděluje turistům nejrychlejší možnou trasu do jejich cíle, kde se nachází nejbližší veřejné WC apod.

TIC Prostějov se veřejnosti prezentuje především elektronicky, na internetu. Primárně mohou turisté Prostějova a jeho okolí nalézt informace na městských webových stránkách <https://www.prostějov.eu/>. Na těchto stránkách je záložka Volný čas, kde jsou základní informace o TIC Prostějov. Mezi základní informace, které může turista získat již z webových stránek, patří adresa TIC, telefon, fax, e-mail, provozní doba či poskytované služby (více viz podkapitola 2.3).

Zaměstnanci TIC se starají o celou záložku Volný čas na městských webových stránkách. Doplnují zde průběžně aktualizované informace, upravují potřebné údaje apod. Turisté tak v dnešní době mohou získat mnoho informací již návštěvou webových stránek a nemusí tak chodit do TIC osobně, kde je omezená pracovní doba. Velmi cenné informace jsou zejména ty o kultuře, ubytování a stravování, či o turistice. Fotogalerie nabízí reálný pohled na pořádané akce, o památkách, městu Prostějov apod. Tyto fotografie mohou turisty inspirovat na jejich toulkách po Prostějovsku.

Návštěvnost TIC Prostějov se určuje poměrně složitě. Do celkové návštěvnosti se totiž započítávají i údaje o dotazech, které patří Magistrátu města Prostějova, anebo CzechPOINTu. Pokud se vyčlení pouze oblast turistiky, tak se v roce 2019 jednalo o 11 644 dotazů od turistů.

2.3 Služby poskytované turistům v TIC

TIC Prostějov poskytuje mnoho různých služeb. Jedná se např. o služby informačního charakteru, prodej upomínkových předmětů, průvodcovské služby a prohlídky památek. Úplný výčet služeb poskytovaných TIC Prostějov uvádím níže. TIC poskytuje:

- informace o činnosti a službách magistrátu;
- informace o kultuře, památkách a sportu v Prostějově;
- informace o Prostějově, jeho institucích;
- informace o příjezdech a odjezdech vlaků a autobusů;
- mluvíme anglicky a německy;
- nahlížení do právních předpisů magistrátu;
- nahlížení do Sbírký zákonů;
- tiskoviny;

- prodej Olomouc region Card;
- prodej upomínkových předmětů, publikací, plánů města a regionu;
- prodej vstupenek DUHA;
- prohlídky radnice a radniční věže;
- přehled ubytovacích a stravovacích možností ve městě a okolí;
- příjem a výdej nalezených a opuštěných věcí;
- relace městského rozhlasu;
- služba při jednání na magistrátu pro tělesně postižené občany;
- turistické informace z města i regionu;
- veřejný internet;
- vydávání ověřených výpisů systému Czech POINT. [22]

Nově TIC Prostějov poskytuje mobilní aplikaci s názvem Moje město v mobilu, která je ke stažení na internetových stránkách města v kategorii Volný čas. Aplikace obsahuje například kontakty na radnici nebo tísňové linky. Umožňuje i hlášení závad, kdy občan jednoduše závalu vyfotí, popíše problém a odešle. Další novinkou je mobilní průvodce, kde je k nalezení např. mapa města, navigace, seznam památek, nebo přehled ubytování a stravování.

Z výše uvedeného přehledu návštěvníci nejčastěji chodí pro tiskoviny, převážně Radniční listy a letáky spojené s kulturními akcemi. Často využívaný je také veřejný internet. V těchto případech se jedná o obyvatele Prostějova, kteří využívají služeb TIC Prostějov. Turisté, kteří vyhledají služby TIC Prostějov, nejčastěji využívají informace o Prostějově a prodej upomínkových předmětů, publikací, plánů města a regionu.

Další hojně využívanou službou je prohlídka radniční věže. Tato služba je zdarma a provádí ji pracovnice TIC. Obzvláště během pouti, Velikonoc a dalších státních svátků, kdy se provádí každou hodinu, jsou kapacity skoro vždy naplněny. Prohlídku může absolvovat skupina v maximálním počtu třinácti osob.



Obr. 2.4 Komentovaná prohlídka radniční věže

Zdroj:[23].



Obr. 2.5 Radniční věž a výhled z ní

Zdroj: vlastní zpracování.

Ve spolupráci se Střední odbornou školou podnikání a obchodu v Prostějově poskytuje TIC bezplatnou průvodcovskou službu, kterou zajišťují studenti 1. ročníku. Jedná se o dva okruhy. Prvním okruhem je historické centrum města Prostějova. Turisté jsou tak v 1. okruhu seznámeni s historií města a významnými památkami – zámek, nová a stará radnice, historické domy, domovní znamení a mariánský sloup. 2. okruh je poznáním

kostela Povýšení sv. Kříže. Tato prohlídka zahrnuje exteriér a interiér farního a děkanského chrámu.

PROHLÍDKOVÉ OKRUHY V PROSTĚJOVĚ 29. 6. - 1. 9. 2019

STATUTÁRNÍ
MĚSTO PROSTĚJOV




RADNIČNÍ VĚŽ

Trasa: interiér radniční věže, vyhlídka
Délka: cca 45 min.
Počet účastníků: max. 13 osob
Časové intervaly:
PO až ČT 9:00, 10:00, 13:00, 14:00 hod.,
PÁ 9:00, 10:00, 13:00 hod.,
SO, státní svátky 13:00, 14:00, 15:00 hod.
Stanoviště průvodce: vchod radnice
Vstup zdarma!
Objednaní zájemci mají přednost



HISTORICKÉ CENTRUM MĚSTA

Trasa: zámek, Pernštýnské,
Masarykovo a Žižkovo náměstí
Délka: cca 1 hod.
Počet účastníků: max. 20 osob
Termíny prohlídek: sobota a neděle
Časový interval: 14:00, 15:00 hod.
Stanoviště průvodce: socha
T. G. Masaryka
Vstup zdarma!



KOSTEL POVÝŠENÍ SV. KŘÍŽE

Trasa: exteriér a interiér farního
a děkanského chrámu
Délka: cca 1 hod.
Počet účastníků: max. 20 osob
Termíny prohlídek: sobota a neděle
Časový interval: 14:00, 15:00 hod.
Stanoviště průvodce: kostel
Vstup zdarma!

Obr. 2.6 Prohlídkové okruhy v Prostějově

Zdroj: [24].

3 Návrh a doporučení pro zlepšení poskytovaných služeb

V této kapitole vyhodnotím jednotlivé odpovědi respondentů z dotazníkového průzkumu. Na základě zjištěných dat zhodnotím stávající úroveň služeb poskytovaných TIC Prostějov a navrhuji možná opatření, která povedou ke zlepšení zjištěných nedostatků.

Dotazníkové šetření je jednou z kvantitativních metod používaných při průzkumu veřejného mínění. Její uplatnění je např. v oblasti marketingu, sociologii, antropologii, demografii apod. Díky použití dotazníkového průzkumu je možné získat velký objem dat, která mohou být aplikována na široký okruh respondentů. Každý dotazník je tvořen několika posloupnými fázemi, podrobněji o dotazníkovém šetření např. viz [25].

3.1 Dotazníkové šetření

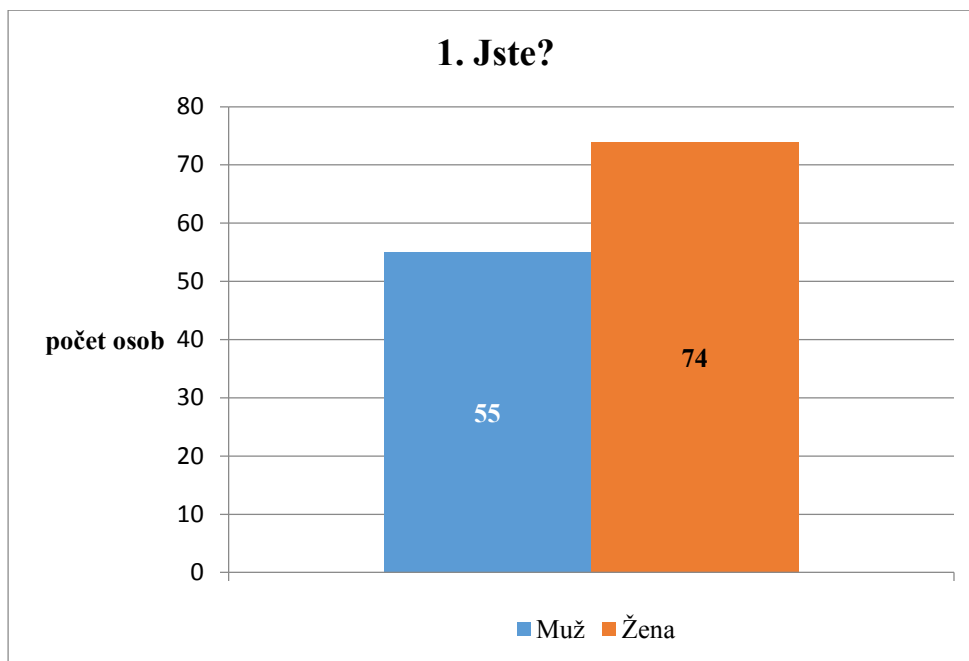
Dotazník byl vytvořen v elektronické i tištěné podobě. Oběma způsoby byl i distribuován. Elektronicky byl distribuován prostřednictvím softwarového programu Survio (<https://www.survio.com/survey/d/D4Y2Y6O2N8I9K3I6S>). Vytisknuto bylo 50 dotazníků, které byly distribuovány v TIC Prostějov. Obsahem dotazníku je patnáct otázek, z nichž tři otázky jsou uzavřené, jedna otázka je otevřená a zbylých jedenáct otázek je polouzavřených.

Cílovou skupinu dotazníku tvoří jednak obyvatelé města Prostějova, jednak i turisté, kteří navštívili Statutární město Prostějov a jeho okolí. Jedná se o respondenty všech věkových kategorií.

3.2 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Celkem bylo vyhodnoceno 129 dotazníků, z nichž bylo 97 vyplněno elektronicky a 32 fyzicky (papírová forma). Získané informace z dotazníků jsem analyzovala a výsledky uvádím níže. Každé vyhodnocení otázky je znázorněno graficky i okomentováno slovně.

První tři otázky dotazníku jsou otázkami doplňkovými, které zjišťují od respondentů sociodemografické údaje. Těmi jsou pohlaví, věková kategorie a bydliště (= místo, odkud přijeli do TIC Prostějov). Ostatní otázky, otázka č. 4 – 15, se týkají vlastního dotazníkového průzkumu.



Graf 3.1 Pohlaví respondentů

Zdroj: vlastní zpracování.

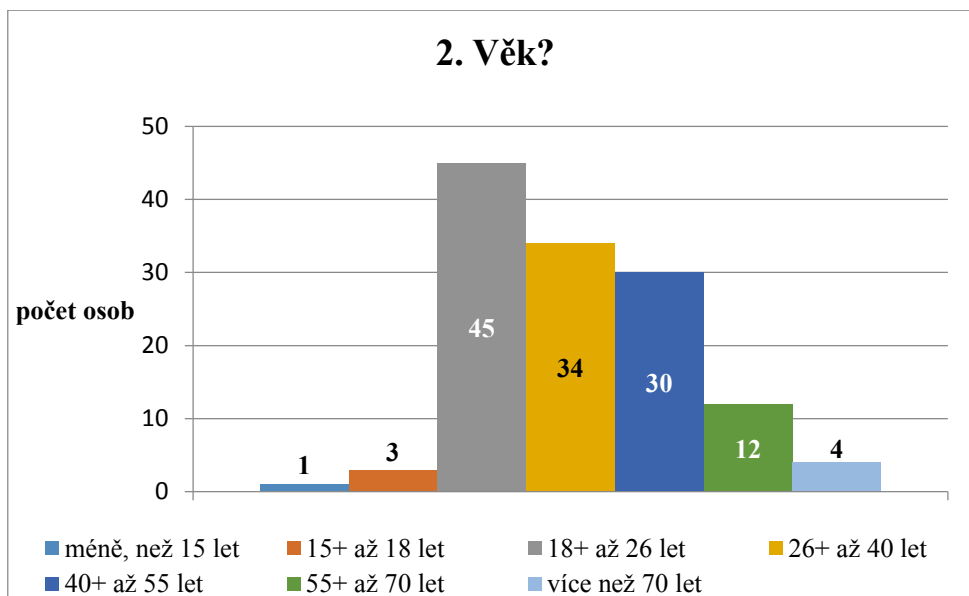
Tab. 3.1 Pohlaví respondentů

Pohlaví	Počet	Procenta
Muž	55	42,60 %
Žena	74	57,40 %
Celkem	129	100,00 %

Zdroj: vlastní zpracování.

Z celkového počtu 129 respondentů se dotazníkového průzkumu zúčastnilo 55 mužů (42,60 %) a 74 žen (57,40 %). Ze získaných údajů uvedených v Grafu 3.1 a Tab. 3.1 vyplývá, že zastoupení respondentů z hlediska pohlaví je v poměru cca 2:3 (muži:ženy).

Z hlediska věku, viz Graf 3.2 a Tab. 3.2, jsou pouze 4 respondenti v dětském věku, tedy ve věku do 18 let a 4 respondenti ve věku 70+ let. Lze zde uvažovat o tom, že tyto věkové kategorie tvoří respondenti, kteří buď navštívili TIC Prostějov s dalšími rodinnými příslušníky v tzv. produktivním věku, nebo se jedná o občany Prostějova.



Graf 3.2 Věková kategorie

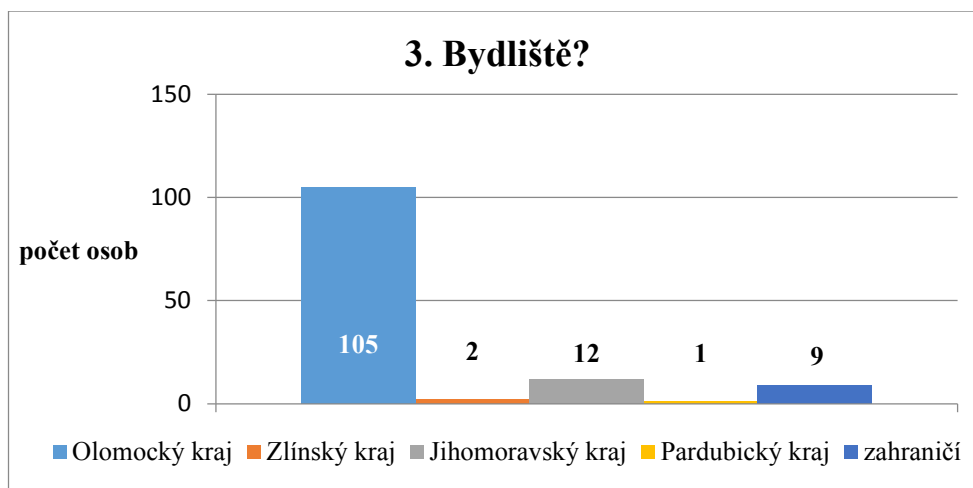
Zdroj: vlastní zpracování.

Tab. 3.2 Věková kategorie

Věk	Počet	Procenta
Méně než 15 let	1	0,80 %
15 + až 18 let	3	2,30 %
18 + až 26 let	45	34,90 %
26 + až 40 let	34	26,40%
40 + až 55 let	30	23,30 %
55 + až 70 let	12	9,30 %
Více než 70 let	4	3,10 %
Celkem	129	100,00 %

Zdroj: vlastní zpracování.

V Grafu 3.2 a Tab. 3.2 jsou znázorněny věkové kategorie respondentů dotazníkového průzkumu. Nejvíce respondentů tvoří věková kategorie 18+ až 26 let (34,90 %) a naopak nejméně respondentů patří do věkové kategorie méně, než 15 let (0,80 %).



Graf 3.3 Bydliště

Zdroj: vlastní zpracování.

Tab. 3.3 Bydliště

Bydliště	Počet	Procenta
Olomoucký kraj	105	81,40 %
Zlínský kraj	2	1,50 %
Jihomoravský kraj	12	9,30 %
Pardubický kraj	1	0,80 %
Zahraničí	9	7,00 %
Celkem	129	100,00 %

Zdroj: vlastní zpracování.

Z Grafu 3.3 a Tab. 3.3 vyplývá, že většina respondentů, kteří navštívili TIC Prostějov, jsou z Olomouckého kraje. Z respondentů, kteří bydlí v ČR, pochází všichni respondenti z Moravy kromě jednoho z Pardubického kraje. Ze zahraničí navštívilo prostějovské TIC osm turistů ze Slovenské republiky a jeden turista z Polska. Podrobnější grafické zobrazení výsledků, viz Příloha B (jednotlivé obce). Na základě zjištěných dat lze konstatovat, že prostějovské TIC navštěvují zejména turisté, kteří znají více informací o Olomouckém kraji a tedy také o Prostějově. Všechny kraje ČR, z nichž byli respondenti, sousedí s Olomouckým krajem.

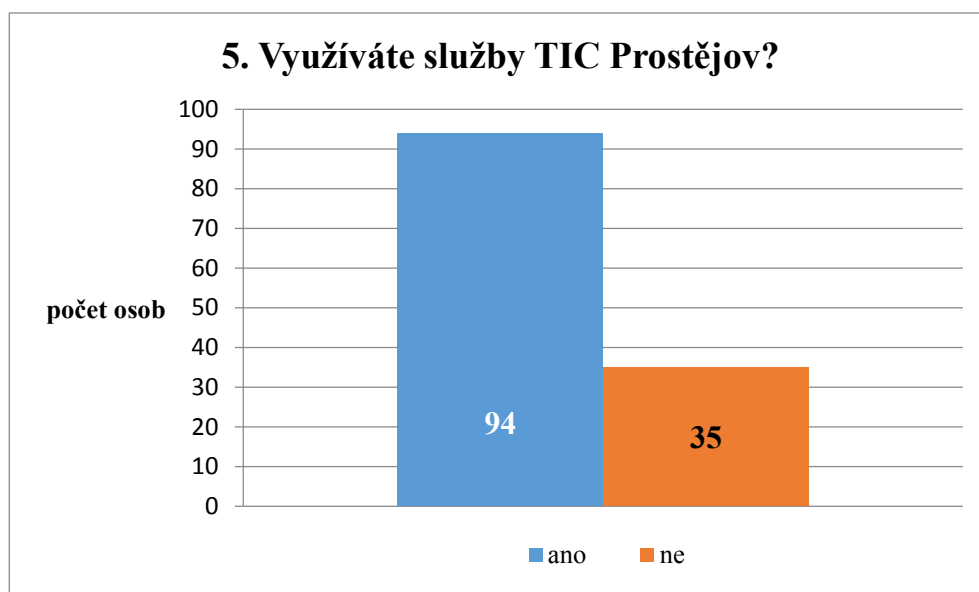
Tab. 3.4 Služby poskytované v TIC Prostějov

Služby TIC Prostějov	Počet	Procenta
Prodej propagačních materiálů	31	24,00 %
Informace o památkách, kultuře a sportu	43	33,30 %
Turistické informace z města i regionu	46	35,70 %
Veřejný internet	24	18,60 %
Místní časopisy, noviny	30	23,30 %
Prohlídka radnice, radniční věže	44	34,10 %
Přehled ubytovacích kapacit ve městě a okolí	16	12,40 %
Přehled stravovacích kapacit ve městě a okolí	17	13,20 %
Prodej vstupenek DUHA	15	11,60 %
Informace o Prostějově	48	37,20 %
Informace o dopravních spojkách	26	20,20 %

Zdroj: vlastní zpracování.

Respondenti mohli uvést u čtvrté otázky v dotazníku buď jednu možnost, nebo i možností více. V Tab. 3.4 je uveden počet odpovědí u jednotlivých variant, nikoli

počet respondentů. V příloze C uvádím přehled využitých/využívaných služeb respondenty v TIC Prostějov dle jejich četnosti. Z výsledků získaných dat je patrné, že mezi nejčastěji využívané služby patří čtyři služby, které TIC Prostějov nabízí, a to informace o Prostějově, turistické informace z města i regionu, prohlídka radnice, radniční věže a informace o památkách, kultuře a sportu. Naopak, nejméně žádané a tedy i využívané jsou služby prodeje vstupenek sdružení DUHA, přehled ubytovacích i stravovacích kapacit ve městě a okolí.



Graf 3.4 Využívání služeb TIC Prostějov

Zdroj: vlastní zpracování.

Tab. 3.5 Využívání služeb TIC Prostějov

Využívání služeb TIC Prostějov	Počet	Procenta
Ano	94	72,90 %
Ne	35	27,10 %
Celkem	129	100,00 %

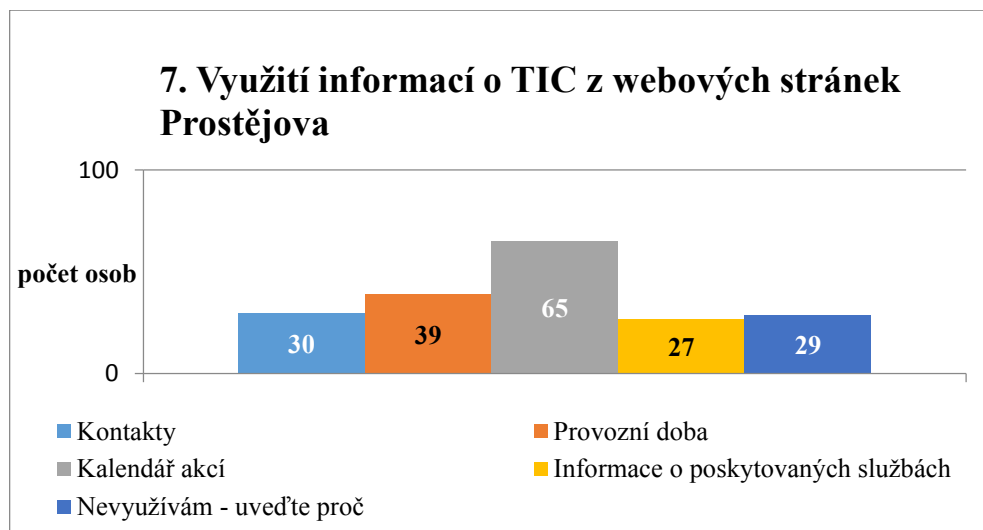
Zdroj: vlastní zpracování.

Z Grafu 3.4 a Tab. 3.5 lze vyčíst, že 94 respondentů (72,90 %) služby TIC Prostějov využilo/využívá, zbylých 35 respondentů (27,10 %) tyto služby nevyžilo/nevyužívá. Tedy, lze konstatovat, že téměř $\frac{3}{4}$ lidí, kteří navštíví město Prostějov, využijí i služeb TIC Prostějov. Proto je důležité, aby TIC Prostějov fungovalo a také aby poskytovalo kvalitní portfolio služeb svým zákazníkům. Každý spokojený zákazník (občan města Prostějov či turista) je tou nejlepší reklamou nejen pro toto TIC, ale také pro samotné město i mikro/region.

Šestá otázka dotazníkového šetření je otevřená a respondenti zde vyjadřovali svůj názor na to, zda by podle jejich názoru mohlo TIC Prostějov poskytovat ještě nějaké další služby, které doposud neposkytuje. Od této otázky již považují za 100 % respondentů pouze ty respondenty, kteří na pátou otázku dotazníkového šetření odpověděli, že využili/využívají služby TIC Prostějov. Tedy, 100 % respondentů od této otázky činí 94 respondentů. Ostatních 35 respondentů, kteří na předchozí dotaz odpověděli záporně, již dále dotazník nevyplňovalo. Tedy pro ně dotazníkové šetření skončilo.

39 respondentů (41,49 %) odpovědělo na danou otázku nevím či dostačující nebo již zmínili službu, kterou TIC Prostějov vykonává. Tyto odpovědi považují pro účely tohoto dotazníkového šetření i pro účely této BP jako odpovědi ne, tedy, že tito respondenti jsou spokojeni se stávajícím portfoliem poskytovaných služeb a že jim žádná další služba neschází.

55 respondentů (58,51 %) již nějaký návrh mělo. Respondenti uvedli, že by si přáli nově zařadit mezi nabízené služby např. možnost nákupu vstupenek na kulturní akce (např. divadlo, koncerty, plesy) či akce sportovní (např. tenis). Dále by ocenili nabídku občerstvení, alespoň v letních měsících, nebo nabídku průvodce v některých cizích jazycích kromě těch nejčastěji užívaných (anglický a německý jazyk), např. v polském jazyce. Veřejnosti prospěšné by byly určitě i informace o plánovaných silničních uzavírkách, které by jistě uvítali řidiči, či informace o baby/kids friendly prostředí, které by zase určitě ocenili rodiče s dětmi. Několik respondentů zmínilo i nízkou aktivitu TIC Prostějov na sociálních sítích, které jsou momentálně nejlepším způsobem, jak oslovit mladší generaci. Mnoho respondentů by uvítalo komentované prohlídky centra města Prostějova a jeho památek po celý kalendářní rok.



Graf 3.5 Využití informací o TIC z webových stránek Prostějova

Zdroj: vlastní zpracování.

Tab. 3.6 Využití informací o TIC z webových stránek Prostějova

Informace o TIC Prostějov na webových stránkách	Počet	Procenta
Kontakty	30	23,30 %
Provozní doba	39	30,20 %
Kalendář akcí	65	50,40 %
Informace o poskytovaných službách	27	20,90 %
Nevyžívám	29	22,50 %

Zdroj: vlastní zpracování.

Respondenti v této otázce mohli opět uvést buď jednu možnost, nebo i více možností. V Tab. 3.6 je tedy uveden počet odpovědí u jednotlivých variant, nikoli počet respondentů. Z Grafu 3.5 a Tab. 3.6 vyplývá, že respondenti využívají nejčastěji kalendář akcí a že téměř $\frac{1}{3}$ respondentů nevyužívá žádné informace z webových stránek města Prostějova. Respondenti, kteří odpověděli, že informace z webových stránek města Prostějova nevyužívají, uvedli, že nejsou z Prostějova, že nepotřebovali využít

zde uvedené informace, že nevěděli, že dané informace mohou získat z tohoto zdroje, či že nemají připojení k internetu.



Graf 3.6 Informace z TIC Prostějov získané e-mailem

Zdroj: vlastní zpracování.

Tab. 3.7 Informace z TIC Prostějov získané e-mailem

Informace získané z e-mailu	Počet	Procenta
Ano	8	8,50 %
Ne	86	91,50 %
Celkem	94	100,00 %

Zdroj: vlastní zpracování.

Pouze 8 respondentů (8,50 %) využívá e-mailovou komunikaci s TIC Prostějov. Tito respondenti zjišťují prostřednictvím e-mailové komunikace informace o akcích města Prostějova, o historii města Prostějova, nebo žádají o zaslání aktuálních informací o konaných turistických akcích. Většina respondentů, 86 respondentů (91,50 %), však e-mailovou komunikaci s TIC Prostějov nevyužívá. Lze konstatovat, že e-mailová komunikace není již v dnešní době u uživatelů daného TIC velmi využívanou službou. E-mailová komunikace je dnes již zdlouhavá, protože než se uživatel dozví potřebné informace, tak uplyne relativně dost času. V dnešní době jsou rychlejší způsoby získávání informací.



Graf 3.7 Informace z TIC Prostějov získané telefonicky

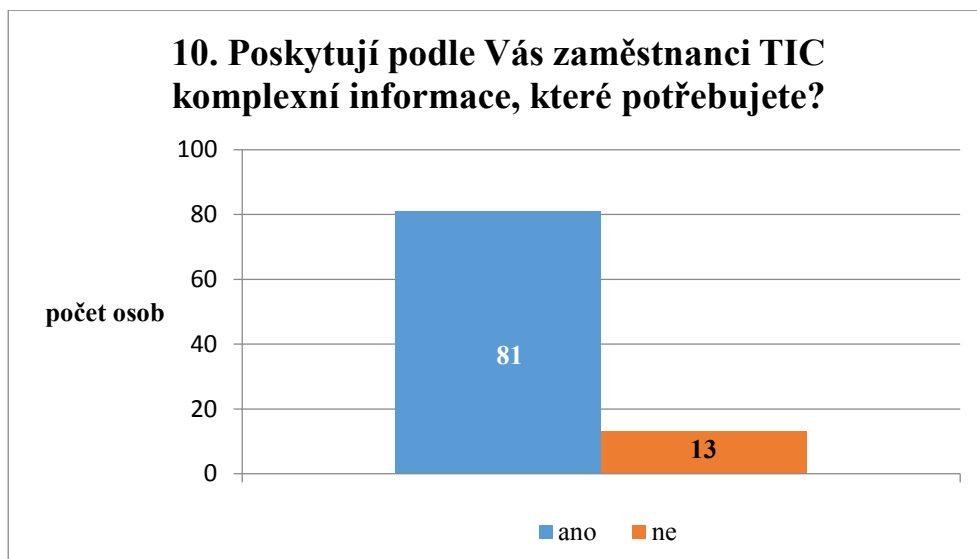
Zdroj: vlastní zpracování.

Tab. 3.8 Informace z TIC Prostějov získané telefonicky

Informace získané telefonicky	Počet	Procenta
Ano	13	13,80 %
Ne	81	86,20 %
Celkem	94	100,00 %

Zdroj: vlastní zpracování.

Stejně jako možnost získat informace z TIC Prostějov pomocí e-mailu, tak i možnost získat informace telefonicky využívá nízký počet respondentů. Podrobněji viz Grafy 3.6 a 3.7 a Tab. 3.7 a 3.8. V případě, že respondenti využijí telefonický kontakt s TIC Prostějov, tak poptávají informace týkající se např. dostupnosti vstupenek na různé akce, volají kvůli objednání prohlídky radniční věže, nebo kvůli platbám městu.



Graf 3.8 Poskytování ne/komplexních informací v TIC Prostějov

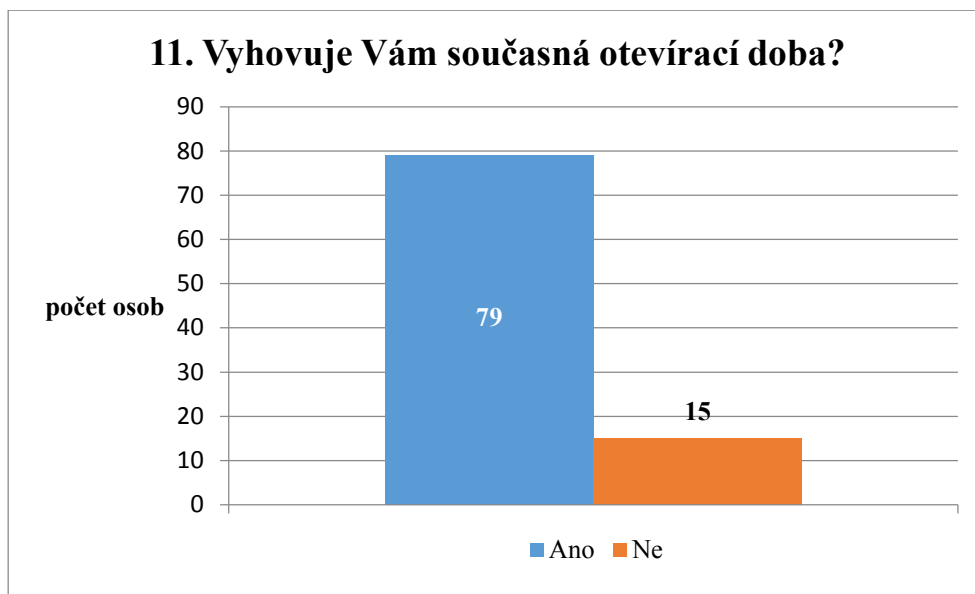
Zdroj: vlastní zpracování.

Tab. 3.9 Poskytování ne/komplexních informací v TIC Prostějov

Ne/komplexní informace v TIC Prostějov	Počet	Procenta
Ano	81	86,20 %
Ne	13	13,80 %
Celkem	94	100,00 %

Zdroj: vlastní zpracování.

Z Grafu 3.8 vyplývá, že 81 respondentů (86,17 %) je spokojeno s poskytováním informací uživatelům TIC Prostějov ze strany zaměstnanců daného TIC. Pouze 13 respondentů (13,83 %) není spokojeno s poskytovanými informacemi, resp. s jejich kvalitou, množstvím apod. Respondenti, kteří odpověděli na tuto otázku záporně, si nejčastěji stěžují na neinformovanost personálu o sportu a sportovních akcích.



Graf 3.9 Spokojenost s provozní dobou TIC Prostějov

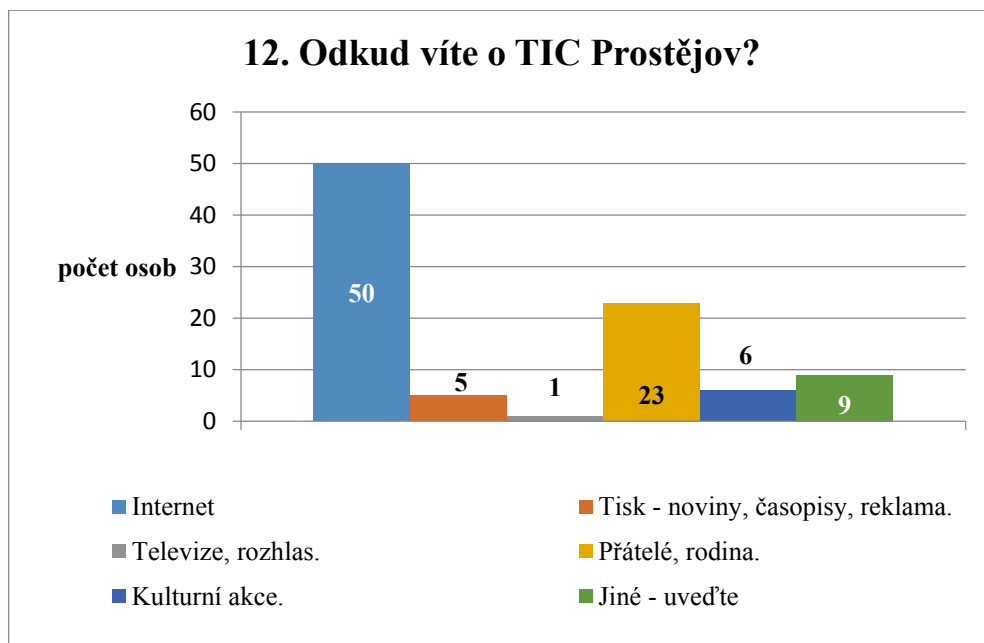
Zdroj: vlastní zpracování.

Tab. 3.10 Spokojenost s provozní dobou TIC Prostějov

Spokojenost s provozní dobou TIC Prostějov	Počet	Procenta
Ano	79	84,00 %
Ne	15	16,00 %
Celkem	94	100,00 %

Zdroj: vlastní zpracování.

Z Grafu 3.9 i Tab. 3.10 vyplývá, že 79 respondentů (84,04 %) je spokojeno se stávající provozní dobou TIC Prostějov, podrobněji viz otázka č. 11 dotazníkového šetření v Příloze A. Pouze 15 respondentů (15,96 %) spokojeno není a byli by raději, kdyby se provozní doba daného TIC změnila – prodloužila. Těmto respondentům nevyhovuje zavírací doba, kterou by prodloužili, zejména o víkendech, podrobněji viz podkapitola 3.3.



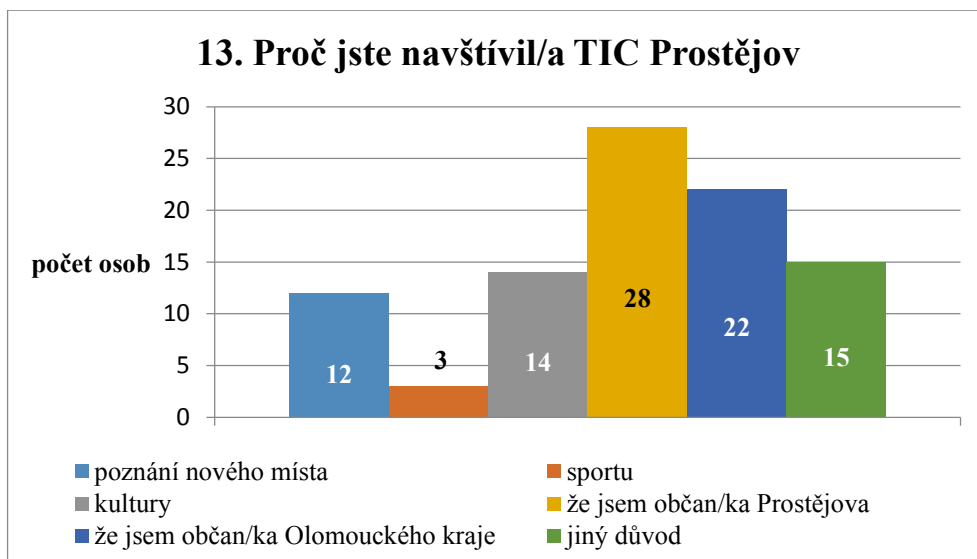
Graf 3.10 Odkud víte o TIC Prostějov

Zdroj: vlastní zpracování.

Tab. 3.11 Odkud víte o TIC Prostějov

Odkud víte o TIC Prostějov	Počet	Procenta
Internet	50	53,20 %
Tisk – noviny, časopisy, reklama	5	5,30 %
Televize, rozhlas	1	1,10 %
Přátelé rodina	23	24,50 %
Kulturní akce	6	6,30 %
Jiné	9	9,60 %
Celkem	94	100,00 %

Zdroj: vlastní zpracování.



Graf 3.11 Důvod návštěvy TIC Prostějov

Zdroj: vlastní zpracování.

Tab. 3.12 Důvod návštěvy TIC Prostějov

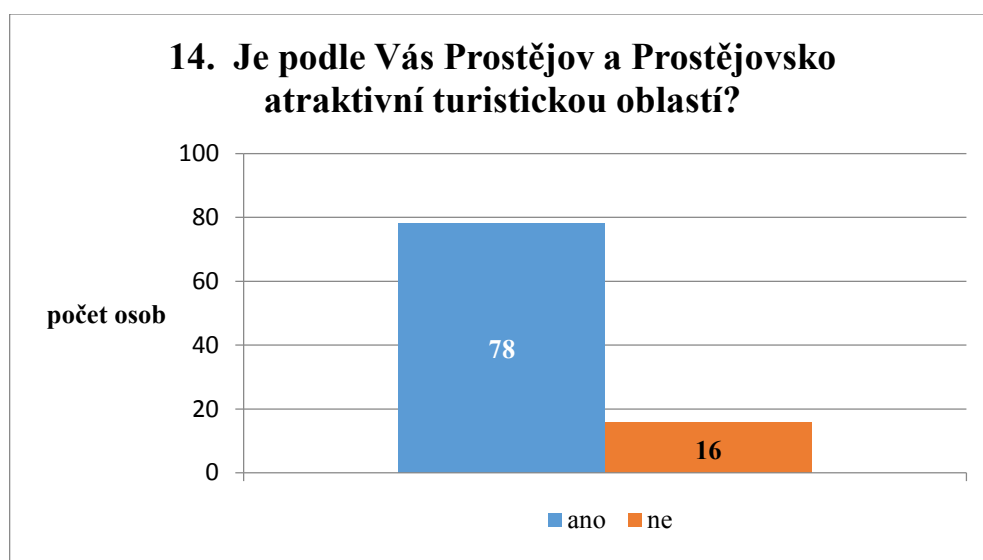
Důvod návštěvy TIC Prostějov	Počet	Procenta
Poznání nového místa	12	12,80 %
Sport	3	3,10 %
Kultura	14	14,90 %
Jsme občan/ka Prostějova	28	29,80 %
Jsem občan/ka Olomouckého kraje	22	23,40 %
Jiný důvod	15	16,00 %
Celkem	94	100,00 %

Zdroj: vlastní zpracování.

Respondenti se o TIC Prostějov dozvěděli z různých zdrojů. Nejvíce respondentů (50 respondentů, 53,19 %) se o daném TIC dozvědělo z internetu. Naopak jen jeden respondent získal (1,06 %) o daném TIC povědomí z televize či rozhlasu. Respondenti

měli možnost také uvést i jiný zdroj, z něhož se o daném TIC dozvěděli, pokud jim nevyhovovala žádná z nabízených možností. Jako jiný zdroj uváděli, že se o daném TIC dozvěděli například v práci nebo od bývalých spolužáků.

Nejčastějšími důvody, proč respondenti navštívili TIC Prostějov, jsou ty, že jsou buď občany Prostějova (28 respondentů, 29,79 %), nebo jsou občany Olomouckého kraje (22 respondentů, 23,40 %). Naopak, nejméně respondentů (3 respondenti, 3,19 %) navštívilo dané TIC z důvodu získání informací o sportovních akcích. Podrobněji viz Graf 3.11 a Tab. 3.12.



Graf 3.12 Turistická atraktivita Prostějova a okolí

Zdroj: vlastní zpracování.

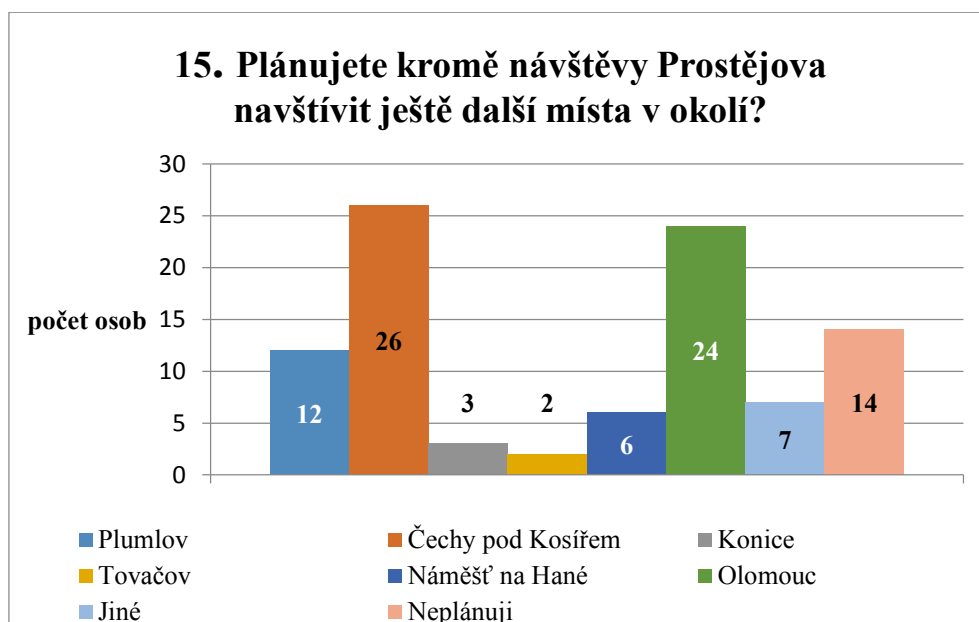
Tab. 3.13 Turistická atraktivita Prostějova a okolí

Turistická atraktivita Prostějova a okolí	Počet	Procenta
Ano	78	83,00 %
Ne	16	17,00 %
Celkem	94	100,00 %

Zdroj: vlastní zpracování.

78 respondentů (82,98 %) je přesvědčeno o tom, že Prostějov a Prostějovsko jsou turisticky atraktivní oblastí. 16 respondentů (17,02 %) je opačného názoru a atraktivitu dané oblasti nepocítují. Těmto respondentům, kteří odpověděli na danou otázku negativně, nejvíce vadí vysoký počet nepřizpůsobivých občanů v samotném městě Prostějov i jeho okolí, bezdomovců v centru Prostějova, či málo obchodních center a atrakcí jak pro děti, tak i dospělé.

Z informací uvedených v Grafu 3.13 a Tab. 3.14 je patrné, že kromě Prostějova nejvíce respondentů (26 respondentů, 27,66 %) navštívuje Čechy pod Kosířem, které jsou od Prostějova vzdálené pouhých 13 km. Čechy pod Kosířem mají rozhlednu Velký Kosíř, zámek, muzeum kočárů a kočárků, hasičské muzeum i pivovar. To jsou turisticky atraktivní památky, které si může užít celá rodina. Ze stejného grafu i tabulky lze vyčíst, že nejméně respondentů (2 respondenti, 2,13 %) navštívuje Tovačov, který je od Prostějova vzdálený 15 km. I přes podobnou vzdálenost od Prostějova, jako mají Čechy pod Kosířem, tak Tovačov nenabízí tolik památek. Tzv. na své si přijdou turisté, kteří mají rádi historii (novorenesanční zámek) či přírodní prostředí (zejména rybníkářství). Nejedná se však o všestranně zajímavou lokalitu, v níž si každý něco zajímavého najde.



Graf 3.13 Turisticky atraktivní místa v okolí Prostějova

Zdroj: vlastní zpravování.

Tab. 3.14 Turisticky atraktivní místa v okolí Prostějova

Turisticky atraktivní místa v okolí Prostějova	Počet	Procenta
Plumlov	12	12,80 %
Čechy pod Kosířem	26	27,70 %
Konice	3	3,10 %
Tovačov	2	2,10 %
Náměšť na Hané	6	6,40%
Olomouc	24	25,50 %
Jiné	7	7,50 %
Neplánuji	14	14,90 %
Celkem	94	100,00 %

Zdroj: vlastní zpracování.

Kromě nabízených možností mohli respondenti vybrat i možnost jiné a sami mohli uvést, co ještě kromě Prostějova navštíví. Respondenti tak uvedli různé lokality, mezi nimiž byly lázně, jeskyně apod. (lázně Slatinice, Moravský kras, Přerov, Lipník nad Bečvou, Sloupsko-Šošůvské jeskyně, celý Olomoucký kraj, Jeseníky, či Dub nad Moravou.

3.3 Návrhy a doporučení pro zlepšení poskytovaných služeb v TIC Prostějov

Díky dotazníkovému šetření jsem zjistila mnoho zajímavých informací a postřehů od dotazovaných respondentů. Prvním zjištěným nedostatkem v TIC Prostějov, a zároveň možností pro inovace a zlepšení, je problematika informovanosti veřejnosti o službách, které dané TIC poskytuje. Z dotazníkového šetření vyplývá, že mnoho lidí

mnohdy ani netuší, jaké služby jim dané TIC nabízí. K lepší informovanosti veřejnosti bych v dnešní době určitě využila sociální sítě, zejména Facebook a Instagram.

V průběhu zpracování mé BP byly založeny oficiální účty města Prostějova právě na zmíněných sociálních sítích. Zatím však nemají příliš mnoho sledujících, viz porovnání s Olomoucí (Facebook –Prostějov:Olomouc – cca 2500:16800 sledujících, Instagram – Prostějov:Olomouc – cca 500:8600 sledujících). Bylo by vhodné zvýšit dosah zveřejněných příspěvků a zaujmout tak větší počet obyvatel, převážně mladší generace.

Je patrné, že se město snaží jít s dobou a oslovit mladší generaci. Jasným příkladem toho jsou mobilní aplikace Moje město v mobilu a Mobilní průvodce. Městu Prostějov i jeho TIC však chybí větší informovanost obyvatel, že takové aplikace vůbec provozují. Město Prostějov i jeho TIC by měly zaměřit svou pozornost na lepší marketingovou propagaci jednak poskytovaných služeb veřejnosti, jednak i způsobům, jak tyto služby propagují.

Když už zmiňuji Olomouc, která je od Prostějova vzdálena 15 km a cesta po dálnici mezi městy trvá pouhých deset minut, určitě by městu Prostějov prospěla užší spolupráce mezi TIC obou měst. Olomouc, člena UNESCO a krajské město, navštíví ročně mnoho turistů. Díky spolupráci mezi TIC by se turisté mohli častěji dovědět o Prostějově a zajímavých místech v jeho okolí.

Další možností, jak se přiblížit potřebám návštěvníků, je možnost prodeje malého občerstvení. Primární funkce TIC je poskytování informací, ale kromě potřeby uspokojit návštěvníkovu zvědavost a podat mu dostatečné informace, je potřebné uspokojit i další lidské potřeby. Uspokojení (základních) biologických potřeb je nutné proto, aby mohly být uspokojovány i potřeby další, podrobněji viz Maslowova pyramida potřeb. Tedy, možnost koupit si v TIC Prostějov např. láhev vody či energetickou tyčinku by tak převážně v letních měsících uvítal téměř každý návštěvník.

Dále bych TIC Prostějov doporučila prodloužit provozní dobu o víkendech. Právě ve dvou víkendových dnech nemusí lidé do práce či školy a mají tak čas na výlety. Kdo by si však nyní chtěl zjistit nějaké informace v TIC Prostějov, má tu možnost pouze v sobotu dopoledne. Alespoň v hlavní turistické sezóně by se provozní doba o víkendech mohla rozšířit.

Obyvatelé města Prostějova by v TIC uvítali i možnost koupě vstupenek nejen na akce pořádané městem či sdružením Duha, ale např. i na divadelní představení, významná

sportovní klání ve městě, nebo na plesy. Příkladem může být divadelní hra, na kterou se spustí předprodej ve čtvrtek. V tento den má pokladna divadla otevřeno v čase od 13 do 17 hod. Další den, v pátek, má zavřeno. Pro starší obyvatele, kteří si třeba hned ve čtvrtek odpoledne nemůžou vstupenky koupit, je pak těžké se ke vstupenkám vůbec dostat. Zároveň s prodejem na pokladně divadla totiž probíhá i online předprodej na webových stránkách, který je spuštěný i přes víkend. Díky tomu je pravděpodobné, že v pondělí už na pokladně žádné lístky nebudou. Převážně starším lidem by tak přišlo vhodné, kdyby byla možnost zakoupení vstupenek i v TIC Prostějov.

Z dotazníkového šetření také vyplývá, že většina respondentů, kteří dotazník vyplnili, jsou z Moravy; pouze jeden respondent byl z Pardubického kraje a několik respondentů bylo ze Slovenska a Polska. Zde je další možnost, jak zvýšit potenciální zisk z cestovního ruchu. Řešením je přilákání i obyvatel ostatních částí ČR do Prostějova. Je sice pravda, že dotazníkové šetření se nekonalo v hlavní turistické sezóně, ale i tak je zcela zřejmé, že mnoho návštěvníků z ostatních oblastí ČR nemíří primárně do Prostějova či jeho okolí, což může být způsobeno tím, že o Prostějově mají málo informací a ani netuší, že přicházejí o návštěvu zajímavé turistické oblasti. Navrhovala bych tedy nejen užší spolupráci s TIC v Olomouci, viz výše, ale také s TIC z ostatních oblastí ČR, která by se mohla uskutečnit např. ve větší prezentaci města Prostějov na sociálních sítích daných měst.

Jak uvádím v kapitole 2.3, ve spolupráci s Odbornou školou podnikání a obchodu v Prostějově poskytuje TIC Prostějov v období července a srpna komentované prohlídky centra města. Prostějovskému TIC bych doporučila tuto službu prodloužit alespoň na celou turistickou sezónu, tedy na období dubnu až října.

Posledním tipem pro prostějovské TIC, který by ocenila zajisté spousta návštěvníků, je možnost v TIC platit kartou. V dnešní době je to již téměř standard. Momentálně však TIC postrádá platební terminál a tuto možnost nenabízí.

Závěr

Cestovní ruch je důležitý jednak pro ČR, jednak i pro všechny jednotlivce. Poskytovatelé služeb v cestovním ruchu jsou závislí na tom, kolik uživatelů budou mít. A díky uživatelům jejich služeb mají zisk, který mohou znovu investovat do zkvalitňování péče o své klienty, do lepší propagace, infrastruktury apod.

Každý člověk je konzumentem služeb cestovního ruchu. Ať už se jedná o služby dopravní, ubytovací, stravovací či mnoho dalších. Také, každý člověk má své zájmy, kterým se věnuje ve svém volném čase. Někdo poznává historické památky, jiný památky technické, přírodní či živé umění.

Jedním z pilířů cestovního ruchu je i síť TIC, která poskytují uživatelům cestovního ruchu informační podporu. V ČR je tato síť relativně hustá a mnoho těchto center neposkytuje pouze služby základní, ale v dnešní době se snaží poskytovat i služby doplňkové, které společně tvoří komplexní balík služeb pro své uživatele. Spokojený uživatel je pro každé TIC a turistickou oblast tou nejlepší reklamou. Nejen, že je zadarmo, ale spokojený uživatel šíří tzv. dobré jméno všech poskytovatelů služeb i turistické oblasti, kde byl spokojen. Na základě dobrých referencí se taková turistická oblast stává stále známější a tedy i atraktivnější. A turisticky zajímavá oblast láká další potenciální uživatele.

Ve své bakalářské práci jsem se věnovala službám, které poskytuje TIC Prostějov. Na základě dotazníkového šetření jsem zjistila několik nedostatků. Tyto nedostatky je možné eliminovat na minimum, nebo je zcela odstranit. V podkapitole 3.3 této práce jsem navrhla možná řešení, jak by TIC Prostějov mohlo pracovat se zjištěnými nedostatky, aby mohlo lépe a kvalitněji poskytovat své služby svým uživatelům.

Lokální TIC mají velký vliv na atraktivitu dané turistické oblasti. Ve většině případů jsou TIC prvním místem, která turisté navštíví, aby zjistili užitečné informace o dané lokalitě. Proto je důležité, aby nejen TIC ve velmi známých lokalitách poskytovala péči svým uživatelům na velmi vysoké úrovni, ale také i menší, lokální, TIC by měla mít kvalifikované zaměstnance a dostatečné objektivní informace, aby mohla poskytovat stejně kvalitní služby jako větší centra. A to se v TIC Prostějov daří naplňovat. Prostějovské TIC má

kvalifikované zaměstnance, kteří poskytují komplexní služby. Zjištěné nedostatky tak mohou pomoci zkvalitnit práci zaměstnanců daného TIC a zvýšit spokojenost jejich uživatelů.

Stávající úroveň poskytovaných služeb v TIC Prostějov lze hodnotit de facto kladně. Prostějovské TIC nabízí širokou škálu služeb a suvenýrů, které může svým uživatelům nabídnout. Velmi dobře byli hodnoceni i zaměstnanci TIC, s nimiž bylo spokojeno cca $\frac{5}{6}$ respondentů.

Seznam zdrojů

- [1] BOBÁK, Roman. *Základy logistiky*. Brno: VUT, 1999. ISBN 80-214-1428-6.
- [2] PERNICA, Petr. *Logistický management: teorie a podniková praxe*. Praha: Radix, 1998. ISBN 80-86031-13-6.
- [3] HALÁSEK, Dušan et al. *Logistika v odvětvích služeb*. Přerov: VŠLG, 2013. ISBN 978-80-87179-30-7.
- [4] VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb: efektivně a moderně*. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-5037-8.
- [5] KOTLER, Philip. *Marketing management: analýza, plánování, realizace a kontrola*. Překlad Václav Dolanský. Praha: Victoria Publishing, 1995. ISBN 80-7187-140-0.
- [6] SPÁČIL, Aleš. *Péče o zákazníky: co od nás zákazník očekává a jak dosáhnout jeho spokojenosti*. Praha: Grada, c2003. ISBN 80-247-0514-1.
- [7] WESSLING, Harry. *Aktivní vztah k zákazníkům pomocí CRM: strategie, praktické příklady a scénáře*. Praha: Grada, 2002. ISBN 80-247-0569-9.
- [8] MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ. *Školení a vzdělávání pracovníků v cestovním ruchu: Informační centrum (provoz a služby v kontextu EU)* [online]. Praha: MMR, 2020 [cit. 2020-01-03]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/29ef96b4-5c47-41d0-861e-e79a5c5aa057/GetFile46>.
- [9] RYGLOVÁ, Kateřina et al. *Cestovní ruch: podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada, 2011. 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.
- [10] ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis, 2011. ISBN 978-80-85970-68-5.
- [11] ASOCIACE TURISTICKÝCH INFORMAČNÍCH CENTER ČR A AGENTURA CZECHTOURISM. *Jednotná klasifikace turistických informačních center České republiky* [online]. Praha: MMR, © 2017, srpen © 2017 [cit. 2020-02-27]. Dostupné z: http://www.aticcr.cz/assets/File.ashx?id_org=200039&id_dokumenty=2538.
- [12] ASOCIACE TURISTICKÝCH INFORMAČNÍCH CENTER ČR. *O nás: Asociace turistických informačních center České republiky* [online].

- Praha: Asociace turistických informačních center ČR, 2020 [cit. 2020-02-27].
Dostupné z: <http://aticcr.cz/o-nbsp-nas/ds-1126/p1=2342>.
- [13] GALVASOVÁ, Iva et al. *Průmysl cestovního ruchu* [online]. Praha: MMR, 2008 [cit. 2020-02-05]. Dostupné z: http://www.garep.cz/wp-content/uploads/2013/03/Prumysl_CR.pdf.
- [14] SVOBODA, František. Informace o kurzu. *Informační systém Masarykovy univerzity is.muni.cz* [online]. Brno: Masarykova univerzita, 2020, 6. 4. 2020 [2020-04-06]. Dostupné z: https://is.muni.cz/el/1456/podzim2009/MPV_EKKU/um/EKMA_1._prednaska.txt.
- [15] OPLETALOVÁ, Lenka et al. *Lokální funkce kultury: analýza a evaluace kulturních služeb = Local functions of culture: analysis and evaluation of cultural services*. Praha: FF UK, 2015. ISBN 978-80-7308-584-1.
- [16] HORNER Susan, SWARBROOKE John. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003. ISBN 80-247-0202-9.
- [17] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0.
- [18] HLADKÁ, Jitka. *Technika cestovního ruchu*. Praha: Grada, 1997. ISBN 80-7169-476-2.
- [19] RAŠOVSKÁ, Ida a Kateřina RYGLOVÁ. *Management kvality služeb v cestovním ruchu: jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků*. Praha: Grada, 2017. ISBN 978-80-247-5021-7.
- [20] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Výstupní objekt VDB* [online]. Praha: ČSÚ, 2020, 31. 3. 2020 [cit. 2020-03-31]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt-vyhledavani&vyhltext=prost%C4%9Bjov&bkv=cHJvc3TEm2pvvdg.&katalog=all&skupId=42&pvo=DEM06a&pvoch=7108&pvokc=65>.
- [21] Prostějov. *Mapy.cz* [online]. Praha: Seznam.cz, © 2020 [cit. 2020-03-31]. Dostupné z: <https://mapy.cz/zakladni?x=17.1424082&y=49.4668948&z=13&l=0&source=muni&id=3185>.
- [22] STATUTÁRNÍ MĚSTO PROSTĚJOV. Turistické informační centrum – Prostějov. *Statutární město Prostějov – Prostějov* [online]. Prostějov: Statutární město Prostějov,

- © 2000 [cit. 2020-03-31]. Dostupné z: <https://www.prostejov.eu/cs/volny-cas/turisticke-informacni-centrum/>.
- [23] Prostějov-věž radnice | Obec Nelešovice. *Obec Nelešovice* [online]. Nelešovice, © 2020 [cit. 2020-03-31]. Dostupné z: <https://www.nelesovice.cz/turistika?id=66612&action=detail>.
- [24] STATUTÁRNÍ MĚSTO PROSTĚJOV. Prohlídky centra města a kostela Povýšení sv. Kříže. *Statutární město Prostějov - Prostějov* [online]. Prostějov: Statutární město Prostějov, © 2000 [cit. 2020-04-20]. Dostupné z: <https://www.prostejov.eu/redakce/index.php?rok=2019&mesic=8&den=31&lanG=cs&detail=21125&subakce=events&xuser=>.
- [25] BORŮVKOVÁ, Jana. *Základy statistiky: dotazníkové šetření: studijní text*. Jihlava: VŠP Jihlava, 2013. ISBN 978-80-87035-80-1.

Seznam grafických objektů

Seznam grafů

Graf 3.1	Pohlaví respondentů	34
Graf 3.2	Věková kategorie	35
Graf 3.3	Bydliště	36
Graf 3.4	Využívání služeb TIC Prostějov	38
Graf 3.5	Využití informací o TIC z webových stránek Prostějova	40
Graf 3.6	Informace z TIC Prostějov získané e-mailem	41
Graf 3.7	Informace z TIC Prostějov získané telefonicky	42
Graf 3.8	Poskytování ne/komplexních informací v TIC Prostějov	43
Graf 3.9	Spokojenost s provozní dobou TIC Prostějov	44
Graf 3.10	Odkud víte o TIC Prostějov	45
Graf 3.11	Důvod návštěvy TIC Prostějov	46
Graf 3.12	Turistická atraktivita Prostějova a okolí	47
Graf 3.13	Turisticky atraktivní místa v okolí Prostějova	48

Seznam obrázků

Obr. 1.1	Pravidlo 7S	10
Obr. 1.2	Silniční značení odkazující na Muzeum Prostějovska v Prostějově	25
Obr. 2.1	Město Prostějov	26
Obr. 2.2	Interiér TIC Prostějov	27
Obr. 2.3	Provozní doba TIC Prostějov	28
Obr. 2.4	Komentovaná prohlídka radniční věže	31
Obr. 2.5	Radniční věž a výhled z ní	31
Obr. 2.6	Prohlídkové okruhy v Prostějově	32

Seznam tabulek

Tab. 1.1	Rozdělení služeb podle uplatnění lidského faktoru	11
Tab. 1.2	Kategorizace TIC podle JK TIC	20
Tab. 1.3	Služby v cestovním ruchu	24
Tab. 3.1	Pohlaví respondentů	34
Tab. 3.2	Věková kategorie	35
Tab. 3.3	Bydliště	36
Tab. 3.4	Služby poskytované v TIC Prostějov	37
Tab. 3.5	Využívání služeb TIC Prostějov	38
Tab. 3.6	Využití informací o TIC z webových stránek Prostějova	40
Tab. 3.7	Informace z TIC Prostějov získané e-mailem	41
Tab. 3.8	Informace z TIC Prostějov získané telefonicky	42
Tab. 3.9	Poskytování ne/komplexních informací v TIC Prostějov	43
Tab. 3.10	Spokojenost s provozní dobou TIC Prostějov	44
Tab. 3.11	Odkud víte o TIC Prostějov	45
Tab. 3.12	Důvod návštěvy TIC Prostějov	46
Tab. 3.13	Turistická atraktivita Prostějova a okolí	47
Tab. 3.14	Turisticky atraktivní místa v okolí Prostějova	49

Seznam zkratek

%	procento
A.T.I.C.	Asociace turistických informačních center
A.T.I.S.	Asociace turistických informačních středisek
BP	bakalářská práce
cm	centimetr
CzechPOINT	Český Podací Ověřovací Informační Národní Terminál
č.	číslo
ČR	Česká republika
hod.	hodina
IDS	integrovaný dopravní systém
JK TIC	Jednotná klasifikace turistických informačních center
km	kilometr
MHD	městská hromadná doprava
Obr.	obrázek
Tab.	tabulka
TIC	turistické informační centrum
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Organizace Spojených národů pro výchovu, vědu a kulturu)

Seznam příloh

Příloha A	Dotazník
Příloha B	Odpověď na otázku č. 3 dotazníkového šetření
Příloha C	Odpověď na otázku č. 4 dotazníkového šetření

Dotazník

Vážení respondenti,

dovoluji si Vás oslovit a požádat Vás o spolupráci.

Jmenuji se Ivana Korčáková, jsem studentkou 3. ročníku bakalářského studia na Vysoké škole logistiky o.p.s. v Přerově a studuji obor Logistika služeb.

Chtěla bych Vás požádat o vyplnění krátkého dotazníku, který bude zpracován a použit jako podklad pro mou bakalářskou práci.

Všechny údaje budou zpracovány anonymně a budou použity pouze pro účely mé bakalářské práce.

Děkuji Vám za vstřícnost, ochotu, čas a spolupráci.

1) Jste:

- a) Žena
- b) Muž

2) Věková skupina:

- a) méně, než 15 let
- b) 15+ až 18 let
- c) 18+až 26 let
- d) 26+až 40 let
- e) 40+až55 let
- f) 55+ až 70 let
- g) více, než 70 let

3) Bydliště:

a) ČR – uveďte obec + kraj

.....

b) zahraničí – uveďte stát

.....

4) V Turistickém informačním centru Prostějov (dále jen TIC) poskytují níže uvedené služby. Vyberte ty, které využíváte.

a) Prodej propagačních materiálů

b) Veřejný internet

c) Místní noviny, časopisy

d) Prohlídka radnice, radniční věže

e) Přehled ubytovacích kapacit ve městě a okolí

f) Přehled stravovacích kapacit ve městě a okolí

g) Prodej vstupenek DUHA

h) Informace o Prostějově

i) Informace o dopravních spojkách

j) Informace o památkách, kultuře a sportu

k) Turistické informace z města i regionu

5) Využíváte služby TIC?

a) Ano – uveďte jaké.

.....

b) Ne – uveďte proč. (Při odpovědi Ne dále dotazník nevyplňujte.)

.....

6) Jaké další služby by mohlo TIC podle Vás poskytovat?

.....

.....

.....

.....

.....

7) Jaké využíváte informace o TIC uvedené na webových stránkách Prostějova (www.prostejov.eu)?

- a) Kontakty.
- b) Provozní doba.
- c) Kalendář akcí.
- d) Informace o poskytovaných službách.
- e) Nevyužívám – uveďte proč.

.....

8) Využíváte možnost získání informací z TIC prostřednictvím e-mailu?

- a) Ano – uveďte jaké.

.....

- b) Ne.

9) Využíváte možnost získání informací z TIC prostřednictvím telefonického kontaktu?

- a) Ano – uveďte jaké.

.....

- b) Ne.

10) Poskytují podle Vás zaměstnanci TIC komplexní informace, které potřebujete?

- a) Ano.
- b) Ne – uveďte proč.

.....

11) Vyhovuje Vám současná otevírací doba?(Po – Pá: 9 – 17 hod., víkend: 9 – 12 hod.)

- a) Ano.
- b) Ne – uveďte proč.

.....

12) Odkud víte o TIC?

- a) Internet.
- b) Tisk – noviny, časopisy, reklama.
- c) Televize, rozhlas.
- d) Přátelé, rodina.
- e) Kulturní akce.
- f) Jiné – uveďte.

.....

13) Proč jste navštívil/a TIC Prostějov? Z důvodu:

- a) poznání nového místa.
- b) sportu.
- c) kultury.
- d) že jsem občan/ka Prostějova.
- e) že jsem občan/ka Olomouckého kraje.
- f) jiný důvod – uveďte.

.....

14) Je podle Vás Prostějov a Prostějovsko atraktivní oblastí, která má občanům a návštěvníkům co nabídnout?

- a) Ano.
 - b) Ne – uveďte proč.
-

15) Plánujete kromě návštěvy Prostějova navštívit ještě další místa v okolí?

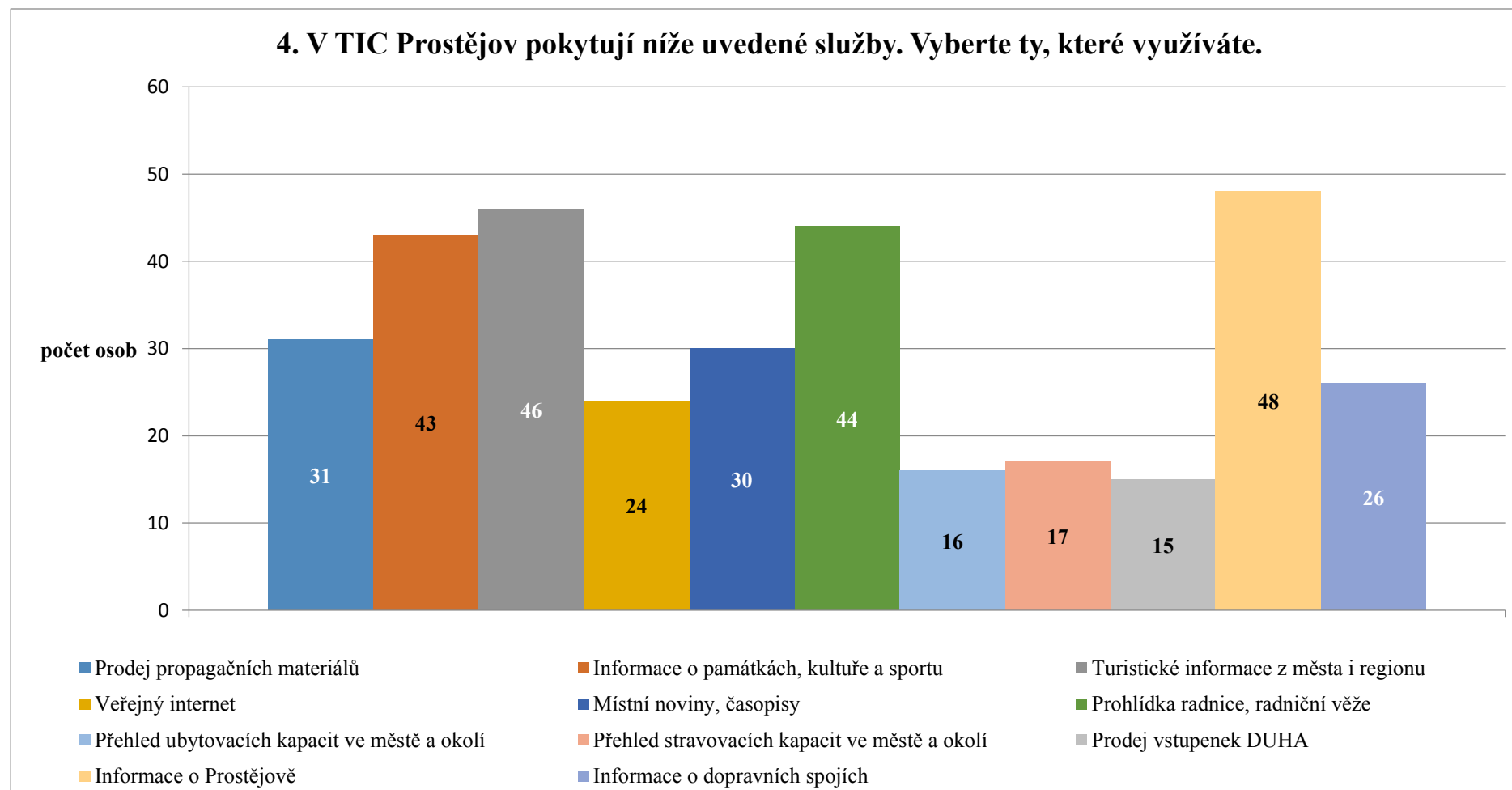
- a) Plumlov.
 - b) Čechy pod Kosířem. Rozhledna Velký Kosíř.
 - c) Konice.
 - d) Tovačov.
 - e) Náměšť na Hané.
 - f) Olomouc.
 - g) Jiné – uveďte.
-

- h) Neplánuji.

Obec (bydliště)	počet respondentů
Blansko	2
Boskovice	1
Brno	5
Drnovice	1
Dřevohostice	1
Grygov	1
Horka nad Moravou	1
Hranice	1
Hrubčice	1
Jaroměřice	1
Konice	6
Kostelec na Hané	1
Kralice na Hané	1
Kroměříž	2
Letovice	1
Ludmírov	2
Lysice	2
Měřovice nad Hanou	1
Mostkovice	3
Ohrozim	1
Olomouc	12
Olšany u Prostějova	1
Osek nad Bečvou	1
Otaslavice	1

Obec (bydliště)	počet respondentů
Plumlov	1
Prostějov	55
Přemyslovice	2
Přerov	4
Ptení	2
Samotíšky	1
Smržice	2
Uničov	1
Určice	1
Valašské Meziříčí	1
Veselí	1

Odpověď na otázku č. 4 dotazníkového šetření



Autor/ka	Ivana Korčáková, DiS.
Název BP	Služby turistického informačního centra v Prostějově
Studijní obor	LOS
Rok obhajoby BP	2020
Počet stran	46
Počet příloh	3
Vedoucí BP	Mgr. Irena Kalupová
Anotace	Bakalářská práce se věnuje problematice poskytování služeb uživatelům turistických informačních center. Výzkumným problémem pro řešení je kvalita poskytovaných služeb uživatelům Turistického informačního centra v Prostějově. Pro zhodnocení stávající úrovně služeb poskytovaných konkrétním turistickým informačním centrem je použita metoda dotazníkového šetření. Na základě dotazníkového šetření jsou navržena opatření, která povedou ke zlepšení zjištěných nedostatků.
Klíčová slova	informační centrum, kulturní služby, městské informační centrum, Prostějov, turistické informační centrum
Místo uložení	ITC (knihovna) Vysoké školy logistiky v Přerově
Signatura	