

# Zhodnocení fungování turistického informačního centra ve Slatiňanech

Hana Chmelíková

---

Bakalářská práce  
2015



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky  
Vyšší odborná škola ekonomická  
akademický rok: 2014/2015

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: Hana Chmelíková  
Osobní číslo: M120360  
Studijní program: B6208 Ekonomika a management  
Studijní obor: Marketing  
Forma studia: prezenční

Téma práce: Zhodnocení fungování turistického informačního centra ve Slatiňanech

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- Prostudujte odbornou literaturu ve vztahu k cestovnímu ruchu.

II. Praktická část

- Charakterizujte mikroregion Chrudimsko-Hlinecko.
- Vytvořte SWOT analýzu k současnému stavu informačního centra.
- Realizujte anketu pro výsledek zjištění spokojenosti zákazníků.
- Navrhněte opatření směřující ke zlepšení současného stavu fungování informačního centra.

Závěr

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

BÁRTOVÁ, Hilda, Vladimír BÁRTA a Jan KOUDELKA. Chování spotřebitele a výzkum trhu. 2. přeprac. vyd. Praha: Oeconomica, 2004, 243 s. ISBN 80-245-0778-1.

HESKOVÁ, Marie. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. upr. vyd. Praha: Fortuna, 2011, 223 s. ISBN 978-80-7373-107-6.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. Marketing v cestovním ruchu. 1. vyd. Praha: Grada, 2009, 288 s. ISBN 978-80-247-3247-3.

JANEČKOVÁ, Lidmila a Miroslava VAŠTÍKOVÁ. Marketing služeb. 1. vyd. Praha: Grada, 2001, 179 s. ISBN 80-7169-995-0.

KINCL, Jan. Marketing podle trhů. 1. vyd. Praha: Alfa Publishing, 2004, 172 s. ISBN 80-86851-02-8.

KOTLER, Philip, John T BOWEN a James C MAKENS. Marketing for hospitality and tourism. 5th ed. Boston: Pearson, 2010, 683 s. ISBN 9780132453134.

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Vladimír Rašín

Datum zadání bakalářské práce:

6. března 2015


Termín odevzdání bakalářské práce:

24. dubna 2015

Ve Zlíně dne 10. dubna 2015

  
Mgr. Pavel Hýl  
ředitel ústavu



  
Ing. Miloslava Kubičková, Ph.D.  
ředitel ústavu

## PROHLÁŠENÍ AUTORABAKALÁŘSKÉPRÁCE

### Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk bakalářské práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen připouští-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

### Prohlašuji,

1. že jsem na bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval, v případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor;
2. že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 24.4.2015

Oldřich Kana

## ABSTRAKT

Bakalářská práce je napsána za účelem zhodnocení fungování turistického informačního centra ve Slatiňanech. Hlavním cílem práce je navržení opatření pro zlepšení fungování informačního centra a nabízených služeb za účelem zvýšení atraktivity ve směru k zákazníkům. V první části práce je provedena rešerše teoretických poznatků z problematiky rozebírané v části druhé. Pro zhodnocení slouží SWOT analýza, která je sestavena na základě komparace turistického informačního centra ve Slatiňanech s ostatními v mikroregionu Chrudimsko-Hlinecko a na základě vyhodnocení ankety, na kterou odpovídali návštěvníci turistického informačního centra ve Slatiňanech. V závěrečné části je pak navrženo ono opatření ke zlepšení fungování a zatraktivnění informačního centra pro zákazníky.

Klíčová slova: cestovní ruch, turistické informační centrum, komparace s konkurencí, anketa, SWOT analýza

## ABSTRACT

The target of this bachelor thesis is valorization of touristic information centre in Slatiňany. Main aim of this thesis are suggestions that would lead to improvement of this touristic information centre and services that centre provides to make it more interesting for customers. In first part of the work there is research of theoretical findings that are used as a foundations for the practical part. Comparison of other turistic centers and results from questionnaire were used as a foundation for SWOT analyses. Based on this analysis the final valorization of touristic centre was made. In the final part of this work there are written suggestions for improvements and better attractiveness of touristic centre in Slatiňany.

Keywords: Tourism, Touristist information Centre, Comparison with competitors, Questionnaire, SWOT analysis

## OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>9</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>11</b>
<b>1 CESTOVNÍ RUCH</b> .....	<b>12</b>
1.1 HISTORIE .....	12
1.2 TYPOLOGIE CESTOVNÍHO RUCHU .....	12
1.3 CESTOVNÍ RUCH JAKO SYSTÉM .....	13
1.3.1 Subjekt a objekt cestovního ruchu.....	14
1.3.2 Prostředí cestovního ruchu .....	14
1.4 PRODUKT CESTOVNÍHO RUCHU .....	15
1.5 ORGÁNY KOORDINACE CESTOVNÍHO RUCHU .....	16
1.5.1 Ministerstvo pro místní rozvoj .....	16
1.5.2 Kraje a obce.....	17
1.5.3 Asociace turistických informačních center České republiky (A.T.I.C. ČR).....	17
1.5.4 Další organizace .....	17
<b>2 TURISTICKÁ INFORMAČNÍ CENTRA (TIC)</b> .....	<b>18</b>
2.1 JEDNOTNÁ KLASIFIKACE TURISTICKÝCH INFORMAČNÍCH CENTER ČESKÉ REPUBLIKY .....	18
2.1.1 Požadavky k získání certifikátu.....	19
2.1.2 Proces certifikace .....	20
2.1.3 Požadavky na pracovníka TIC .....	21
2.2 FINANCOVÁNÍ TIC .....	22
<b>3 MARKETINGOVÝ PRŮZKUM</b> .....	<b>23</b>
3.1 VÝZKUM TRHU VE SLUŽBÁCH.....	24
3.2 TŘÍDĚNÍ MARKETINGOVÉHO VÝZKUMU .....	24
3.3 PROCES MARKETINGOVÉHO VÝZKUMU .....	25
3.4 ANKETA.....	26
3.4.1 Druhy otázek .....	27
<b>4 SITUAČNÍ ANALÝZA</b> .....	<b>28</b>
4.1 SWOT ANALÝZA.....	29
4.1.1 Analýza vnitřního prostředí.....	29
4.1.2 Analýza vnějšího prostředí .....	30
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>31</b>
<b>5 CHARAKTERISTIKA MIKROREGIONU CHRUDIMSKO-HLINECKO</b> .....	<b>32</b>
5.1 TURISTICKÁ OBLAST CHRUDIMSKO-HLINECKO .....	33
5.1.1 Chrudim.....	34
5.1.1.1 Kulturní a společenské vyžití .....	35
5.1.1.2 Sportovní vyžití a volný čas .....	36
5.1.2 Hlinsko v Čechách.....	36
5.1.2.1 Kulturní a společenské vyžití .....	36
5.1.2.2 Sportovní vyžití a volný čas .....	37
5.1.2.3 Skanzen Veselý kopec.....	37
5.1.3 Nasavrky.....	38

5.1.3.1	Zámek Nasavrky.....	38
5.1.3.2	Keltský archeopark.....	39
5.1.3.3	Přírodní rezervace Krkanka a Strádovské peklo .....	39
5.1.4	Vlastivědná stezka a pramen řeky Chrudimky.....	40
5.1.5	Heřmanův Městec.....	40
5.1.6	Chrast.....	41
5.1.7	Luže .....	41
5.1.8	Ronov nad Doubravou.....	41
5.1.9	Seč .....	42
5.1.10	Skuteč .....	42
5.1.11	Třemošnice .....	42
<b>6</b>	<b>MĚSTO SLATIŇANY .....</b>	<b>43</b>
6.1	HISTORIE .....	43
6.2	ZÁMEK SLATIŇANY A ANGLICKÝ PARK.....	43
6.3	ŠVÝCÁRNA SLATIŇANY .....	44
6.4	KOČIČÍ HRÁDEK A VRCHLICKÉHO NÁVRŠÍ.....	45
6.5	REKREAČNÍ LESY PODHŮRA .....	45
<b>7</b>	<b>TURISTICKÉ INFORMAČNÍ CENTRUM SLATIŇANY .....</b>	<b>46</b>
7.1	A.T.I.C. ČR A CZECH TOURISM .....	46
7.2	FINANCOVÁNÍ.....	47
7.3	POSKYTOVANÉ SLUŽBY .....	47
7.3.1	Typy na výlet.....	47
7.3.2	Ubytování a stravování.....	48
7.3.3	Zdravotnictví .....	48
7.3.4	Sport a volný čas .....	49
7.3.5	Knihovna .....	49
7.3.6	Zboží a ostatní služby a informace TIC ve Slatiňanech.....	49
<b>8</b>	<b>OSTATNÍ TIC V TURISTICKÉ OBLASTI CHRUDIMSKO- HLINECKO .....</b>	<b>51</b>
8.1	CHRUDIM.....	51
8.2	HLINSKO.....	52
8.3	SEČ .....	54
8.4	LUŽE.....	55
8.5	TŘEMOŠNICE .....	56
8.6	NASAVRKY .....	58
8.7	SKUTEČ .....	59
8.8	HEŘMANŮV MĚSTEC .....	60
8.9	ZHODNOCENÍ OSTATNÍCH TIC .....	62
<b>9</b>	<b>ANKETA .....</b>	<b>63</b>
9.1	DEMOGRAFICKÉ OTÁZKY .....	63
9.2	BYDLIŠTĚ .....	64
9.3	POVOLÁNÍ.....	65
9.4	ZDROJE .....	66
9.5	PERSONÁL .....	67

9.6	INFORMOVANOST PERSONÁLU .....	69
9.7	ZMĚNY .....	70
9.8	DOPORUČENÍ .....	71
9.9	PŘIPOMÍNKY .....	71
<b>10</b>	<b>SWOT ANALÝZA TIC VE SLATIŇANECH .....</b>	<b>72</b>
10.1	SILNÉ STRÁNKY .....	72
10.2	SLABÉ STRÁNKY .....	72
10.3	PŘÍLEŽITOSTI .....	73
10.4	HROZBY .....	73
<b>11</b>	<b>NAVRH OPATŘENÍ .....</b>	<b>74</b>
	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>76</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....</b>	<b>77</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK .....</b>	<b>81</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>82</b>
	<b>SEZNAM TABULEK .....</b>	<b>83</b>
	<b>SEZNAM GRAFŮ .....</b>	<b>84</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH .....</b>	<b>85</b>



## ÚVOD

Cestovní ruch je jedním z nejvýznamnějších společensko-ekonomických fenoménů, který se v každodenní praxi dále obměňuje a rozvíjí. Svůj význam má v mezinárodním měřítku stejně jako uvnitř daného státu. Důležitou součástí je rozvoj turistických oblastí v rámci jednotlivých krajů republiky. Právě problematika turismu je popsána v teoretické části bakalářské práce. Podstata samotného turismu, historie a typologie. Pohled na cestovní ruch jako na systém ukazuje rozdělení do různých prvků, společně s jejich popisem a významem. Další podkapitola je věnována produktu cestovního ruchu.

Důležitým prvkem turismu je jeho legislativní část. Proto jsou zde charakterizovány orgány, které koordinují veškerou činnost cestovního ruchu uvnitř státu. Popsán je jejich význam a funkce. Vzhledem k hlavnímu tématu bakalářské práce je jedna podkapitola věnována Asociaci turistických informačních center České republiky (A.T.I.C. ČR), v jejímž zájmu je koordinace činností právě turistických informačních center (TIC).

V další kapitole je provedena rešerše odborné literatury týkající se TIC. Definice vymezující pojem TIC napomáhají k pochopení jeho podstaty. Jednotná klasifikace turistických informačních center České republiky je jedním ze stěžejních dokumentů věnujících se TIC. Na jejím základě jsou popsány požadavky na proces k získání certifikátu a požadavky určené personálu TIC.

Marketingový výzkum tvoří podstatnou část podniků působící na současném trhu. Vysvětlen je rozdíl mezi marketingovým výzkumem a průzkumem. Rozepsané jsou různé metody a druhy, jakožto i samotný proces marketingového výzkumu. Hlavním nástrojem pro zjištění spokojenosti zákazníků byla zvolena metoda ankety, která je také teoreticky popsána.

Závěr teoretické části je věnován analýze současného a popisu budoucího stavu, a proto je zde také popsána jedna z nejdůležitějších situačních analýz, SWOT analýza. Ta je pak dále aplikována v praktické části v souvislosti s TIC ve Slatiňanech.

První kapitola praktické části bakalářské práce je věnována turistické oblasti Chrudimsko-Hlinecko. Je proveden popis jednotlivých měst mikroregionu s ohledem na přínos v oblasti cestovního ruchu. V další části je představeno město Slatiňany, jeho nejvýznamnější místa, která jsou hlavními cíli turistů a rovněž mají velký význam pro oblast cestovního ruchu v celém mikroregionu.

TIC města - jeho historii, právní formě, personálu a způsobu financování je věnována následující kapitola. Dále je proveden popis jednotlivých služeb a oblastí informací, které TIC ve Slatiňanech nabízí svým klientům. Jelikož TIC ve Slatiňanech není jediné v oblasti Chrudimsko-Hlinecko, dalším tématem je popis ostatních TIC, která v mikroregionu leží. Hlavním záměrem je zjištění oblasti nabízených služeb, produktů, lokace TIC, přístupnost, personál a v neposlední řadě otevírací doba.

Pro správné zhodnocení fungování nesmí být opomenut názor návštěvníků TIC. K tomuto účelu je zvolena anketa, která je sestavena z jedenácti otázek. Výsledek slouží k zjištění objektivního náhledu na zkoumanou problematiku. Prostřednictvím porovnání ostatních TIC v okolí a vyhodnocením anketního šetření se dosahuje relevantnějších podkladů k tvorbě SWOT analýzy TIC ve Slatiňanech.

Závěrečná část praktického oddílu se věnuje návrhům na zlepšení fungování TIC ve Slatiňanech. Návrhy vyplývají z výsledků jednotlivých oblastí SWOT analýzy a povedou ke zlepšení fungování TIC ve Slatiňanech a k jeho zatraktivnění vzhledem k jeho zákazníkům.

# **I TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 CESTOVNÍ RUCH

„Za cestovní ruch je 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.“ (Jakubíková, 2009, s. 18)

Pro pojem cestovní ruch se využívá několik dalších označení, například turismus, turistika, rekreace, zotavení, atd. Je považován za prostředek ke zlepšení životní úrovně dané země a jejich jednotlivých oblastí. Zlepšuje ekonomické příležitosti všech zainteresovaných jednotek. Uspokojuje nejrůznější potřeby svých klientů. Existuje vzájemná závislost mezi cestovním ruchem a ekonomikou dané oblasti (Hesková, 2011, s. 10).

### 1.1 Historie

Cestovnímu ruchu se systematicky začalo věnovat začátkem minulého století. V první řadě byla snaha o vymezení pojmu turismus od pojmu cestování. V pozdější době se stal cestovní ruch předmětem zkoumání jiných disciplín. Vznikaly pojmy jako ekonomie cestovního ruchu, geografie cestovního ruchu, sociologie cestovního ruchu, psychologie cestovního ruchu, atd. V průběhu času byly napsány publikace a byly vytvořeny studie o turismu, které mají význam i pro dnešní dobu (Hesková, 2011, s. 9–10).

Velkým mezníkem se stal rok 1841, který je spojován se vznikem novodobého cestovního ruchu. Tohoto roku se pořádal první hromadně organizovaný výlet. Před druhou světovou válkou bylo cestování privilegiem zejména zámožnějších jedinců. Cestovní ruch se rozvíjel díky lázním, kam si lidé jezdili zlepšovat své zdraví. Lázeňské pobyty byly také místem společenského a kulturního dění. Po druhé světové válce přicházela doba obnovy ekonomiky. Většina odvětví začala pomalu prosperovat. Lidé měli prostředky pro cestování. Začal se rozvíjet masový turismus, vznikaly nové destinace a turismus se stal celosvětovým odvětvím (Jakubíková, 2009, s. 17).

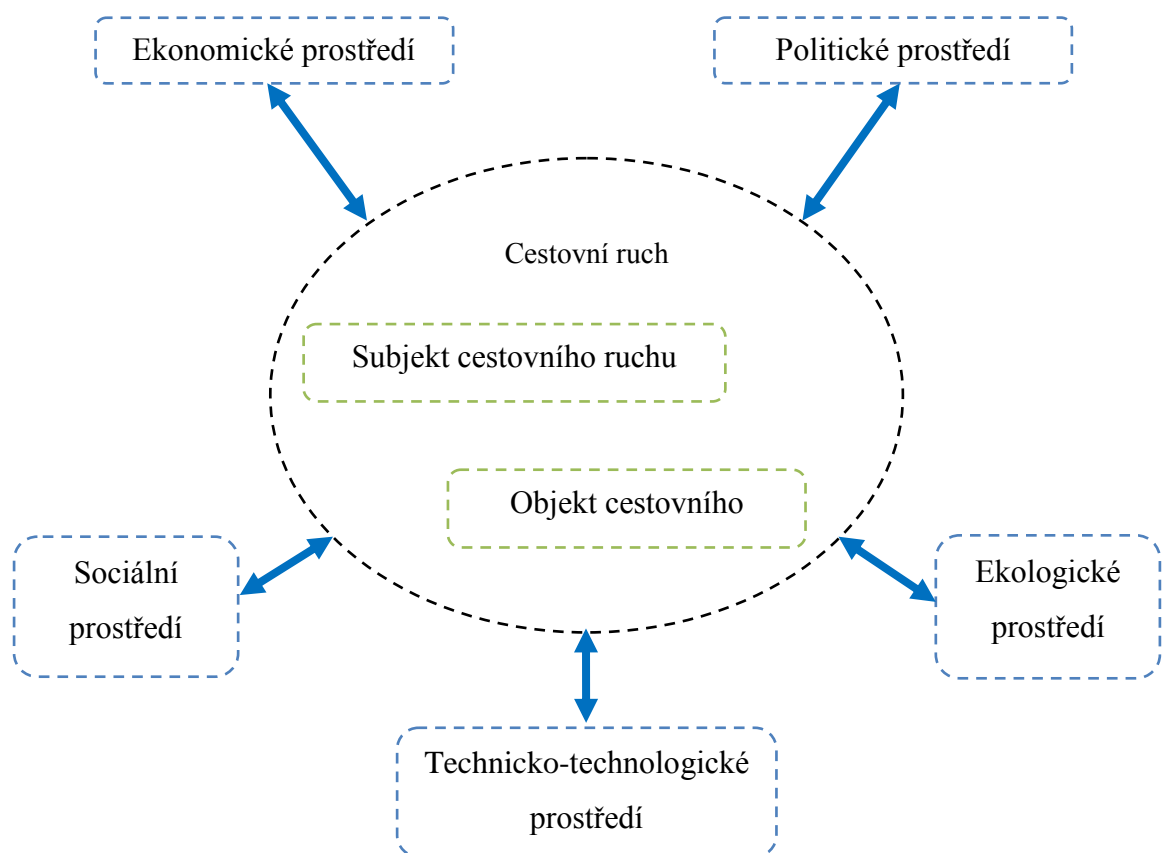
### 1.2 Typologie cestovního ruchu

Cestovní ruch lze rozdělit do různých druhů a forem, které se v každodenní praxi dále rozvíjejí a obohacují v přímé závislosti na zvyšující se poptávce na trhu cestovního ruchu. Klasifikace podle druhu znamená jeho dělení podle motivace zákazníků. Podle toho, za jakým účelem klienti využívají služeb cestovního ruchu (například rekreační, sportovní náboženský, lázeňský cestovní ruch) (Hesková, 2011, s. 19–20).

Dále pak formy představují členění podle příčin, jimiž je ovlivňován a podle důsledků, které přináší. Členění z geografického hlediska může být na domácí, zahraniční, mezinárodní, vnitřní, národní nebo regionální cestovní ruch; nebo podle počtu klientů na individuální, skupinový, masový nebo ekologický. Podle délky pobytu pak lze turismus dělit na krátko, středně a dlouhodobý. Klasifikačních hledisek je mnoho, záleží na tom, z jakého pohledu se na problematiku nahlíží (Jakubíková, 2009, s. 19–20).

### 1.3 Cestovní ruch jako systém

V rámci systémové teorie se na cestovní ruch nahlíží jako na problematiku složenou z určitých částí, které mezi sebou tvoří vazby a určitým způsobem se navzájem ovlivňují. Základem systému cestovního ruchu je uváděno vnitřní prostředí tvořené subjektem cestovního ruchu a objektem cestovního ruchu. Kolem nich je dále tvořeno vnější prostředí, které se skládá z dalších jednotlivých podsystémů (Hesková, 2011, s. 10–11).



Zdroj: Hesková, 2011, s. 11; Vlastní zpracování

Obr. 1: Cestovní ruch jako systém

### 1.3.1 Subjekt a objekt cestovního ruchu

Subjekt je zastoupen účastníky. Vytváří poptávku a je spotřebitelem služeb, které se nabízejí na trhu cestovního ruchu. Účastník dále může být nazýván jako návštěvník, turista či výletník (Hesková, 2011, s. 11).

Objekt je místo nebo cíl subjektu cestovního ruchu. Zahrnuje v sobě přírodu, kulturu, historii, hospodářství, atd. Vytváří nabídku na trhu cestovního ruchu. Cílové místo je možné rozdělit na dva druhy, primární a sekundární nabídku. Primární nabídka znázorňuje přírodní a kulturní potenciál dané oblasti. Sekundární nabídka představuje různorodé infrastrukturní zázemí. Sekundární nabídka je odvozena od primární (Hesková, 2011, s. 11–12).

### 1.3.2 Prostředí cestovního ruchu

Prostředí tvoří vnější činitele, které působí přímo či nepřímo na subjekt a objekt cestovního ruchu. Je tvořeno prostředím ekonomickým, politickým, sociálním, technicko-technologickým a ekologickým. Je zřejmé, že mezi vnějším prostředím a vnitřním prostředím existuje vzájemná kooperace, která se podílí na rozvoji cestovního ruchu v určité zemi. Na tomto základu existuje aktuální i zpětná vazba, okolí má vliv na cestovní ruch a zpětně má pak sám cestovní ruch vliv na své okolí (Hesková, 2011, s. 14).

Ekonomické prostředí má velký dopad na rozvoj cestovního ruchu státu. Rozděluje se na pozitivní a negativní faktory. Mezi ekonomické vlivy patří například ekonomický růst, nezaměstnanost, inflace. Všechny tyto faktory ovlivňují subjekt cestovního ruchu, který, jak již bylo řečeno, je nositelem poptávky na trhu cestovního ruchu (Hesková, 2011, s. 14–15).

Politické prostředí cestovního ruchu dané země záleží na tom, zda je daný stát přístupný trhu, zdali je otevřený či uzavřený pohybu lidí. Velký vliv mají i mírové smlouvy a dohody mezi různými státy. Mnoho lidí se obává vycestovat do zemí, kde panují nepokoje, kde by mohlo být ohroženo zdraví turistů, ohrožen jejich majetek, atd. Dále pak stát sám přímo ovlivňuje turismus, protože právě on vytváří politiku cestovního ruchu, vytváří právní normy, má pod svou záštitou programy na rozvoj regionů, budování infrastruktury, vytváření podmínek pro cizince atd. Avšak cestovní ruch má i svůj zpětný hospodářsko-politický vliv, kde s jeho pomocí dochází k vzájemnému poznávání způsobu života, kultur jiných zemí a dochází k upevňování mírových vztahů (Hesková, 2011, s. 15–16).

Sociální prostředí je dáno společenským zřízením daného státu. Týká se oblasti pracovních i mimopracovních podmínek a sociální politiky státu. Mezi pracovní podmínky se může řadit délka pracovní doby, podmínky pro vykonávání práce atd. Volný čas a jeho využívání patří do mimopracovních podmínek. Záleží také na tom, v jaké míře stát podporuje občany, kteří nedisponují žádným pracovním příjmem (Hesková, 2011, s. 16).

Technické a technologické podmínky se týkají hlavně oblasti infrastruktury. Dopravní infrastruktura je dána například vybudováním dálničních sítí, hustotou železniční sítě, rozmachem letecké, nebo lodní dopravy. Významným technologickým faktorem je existence nových technologií usnadňujících celkové poskytování služeb klientům cestovního ruchu (Hesková, 2011, s. 16–17).

Ekologické faktory jsou další důležitou součástí vnějšího prostředí. Ekologie má čím dál tím větší význam, a to nejen v oblasti cestovního ruchu. Zásady cestovního ruchu musí přijímat a respektovat požadavky na ochranu životního prostředí. Musí se zachovávat rovnováha země a jejích prvků (půdy, vody, ovzduší). Nedodržování zásad ochrany přírody a životního prostředí může vést i k celkové likvidaci cestovního ruchu v dané oblasti (Hesková, 2011, s. 17–18).

#### **1.4 Produkt cestovního ruchu**

Produktem se rozumí veškerá nabídka, která je poskytována na trhu cestovního ruchu. Má za úkol uspokojovat potřeby svých zákazníků. Produkt je vnímán jako soubor služeb, které na sebe vzájemně navazují a doplňují se. Patří sem nabídka primární i sekundární. Pokud je nahlíženo na produkt cestovního ruchu z hlediska ekonomického, lze uvést, že se jedná o volný statek, službu, zboží nebo veřejný statek. Všechny tyto formy jsou předmětem spotřeby zákazníků cestovního ruchu (Hesková, 2011, s. 96–97).

Produkt má tyto následující tři části:

- všeobecný produkt – tvoří jádro produktu, nabídka specializovaných služeb cestovního ruchu, z pohledu zákazníka je jádro samozřejmostí;
- očekávaný produkt – produkt, se kterým se zákazník doopravdy setká, odlišení se od konkurence, tato vrstva vyplývá z očekávání zákazníka;
- širší produkt – je tzv. dodatečný užitek nebo přidaná hodnota, to co zákazník neočekává, co ho překvapí, může to být i forma nadstandardních služeb (CR pro odborné a VS, 98–99).

Služby jsou nejdůležitější součástí produktu cestovního ruchu. Komplexnost tvoří nespočet jednotlivých heterogenních služeb. Jsou zajišťovány různými podnikatelskými i nepodnikatelskými subjekty, které se nacházejí v místě nabídky i poptávky. Heterogenita služeb umožňuje jejich dělení do určitých skupin dle různých klasifikačních hledisek. Členění je možné například podle místa, způsobu úhrady, způsobu zabezpečení, atd. (Jakubíková, 2009, s. 22–23).

## 1.5 Orgány koordinace cestovního ruchu

Jak již bylo popsáno ve vnějším prostředí cestovního ruchu, velký vliv na rozvoj turismu určitého státu má sám stát. Hlavním koordinátorem je Poslanecká sněmovna Parlamentu České republiky. Poslanecká sněmovna se prostřednictvím svého podvýboru zabývá problematikou cestovního ruchu a krizovými regiony (Hesková, 2011, s. 86).

### 1.5.1 Ministerstvo pro místní rozvoj

Hlavním metodickým a koordinačním orgánem všech subjektů cestovního ruchu je Ministerstvo pro místní rozvoj. Je v kooperaci s dalšími ministerstvy, orgány a organizacemi, které působí v oblasti turismu. Spolu řeší specifické problémy. Oddělení pro cestovní ruch pod vedením Ministerstva pro místní rozvoj je rozděleno do tří částí. První je oddělení integrace a konkurenceschopnosti; další je oddělení komunikace a zahraniční spolupráce a posledním je oddělení intervencí (Hesková, 2011, s. 86–87).

CzechTourism neboli Česká centrála cestovního ruchu je státní příspěvkovou organizací. Zřízena byla Ministerstvem pro místní rozvoj jako orgán, který se zabývá státní správou České republiky v oblasti cestovního ruchu. Hlavním cílem této organizace je zviditelnění České republiky jako cílové destinace na domácím i zahraničním trhu. K uskutečnění tohoto cíle plní mnoho úkolů, které přímo ovlivňují oblast turismu. CzechTourism má pod svou správou zahraniční zastoupení v několika různých zemích světa (CzechTourism, ©2005–2003).

Český systém kvality služeb je nástroj sloužící k podpoře turismu pomocí zvyšování kvality služeb organizací zainteresovaných na trhu cestovního ruchu. Ministerstvo pro místní rozvoj v rámci tohoto systému spolupracuje s ostatními organizacemi a asociacemi působícími v oblasti cestovního ruchu. Hlavním cílem je systematické zvyšování kvality a zjištění potřeb zákazníka. Oceněním pro úspěšné podniky je certifikát ověřené kvality, který má nadnárodní uznání (Český systém kvality služeb, ©2000–2015).



### 1.5.2 Kraje a obce

Důležitou součástí rozvoje cestovního ruchu jsou jednotlivé kraje a obce. V rámci krajů jsou vytvářeny jednotlivé turistické oblasti, které napomáhají růstu cestovního ruchu. Jelikož je kraj samostatně správní subjekt, má právo vydávat své vlastní vyhlášky, koordinovat územní rozvoj, schvalovat územně-plánovací dokumentace, předkládat návrhy zákonů atd. Obce pak prosazují své zájmy prostřednictvím různých svazků obcí, které přímo či nepřímo ovlivňují cestovní ruch dané oblasti (Hesková, 2011, s. 87).

### 1.5.3 Asociace turistických informačních center České republiky (A.T.I.C. ČR)

A.T.I.C. ČR je definována jako profesní organizace informačních center. Sdružuje TIC, zvyšuje odbornou úroveň členů, hájí jejich zájmy, je považována za centrum informační sítě cestovního ruchu a společně s jinými organizacemi upravuje legislativu týkající se TIC. Pomáhá k rozvoji cestovního ruchu v České republice. Společně s agenturou CzechTourism vytvořila Jednotnou klasifikaci turistických informačních center České republiky (Hesková, 2011, s. 87).

### 1.5.4 Další organizace

V České republice existuje několik dalších organizací, které se zabývají jednotlivými oblastmi cestovního ruchu. Jejich hlavním a společným cílem je rozvoj turismu České republiky. Mezi tyto organizace patří Svaz obchodu a cestovního ruchu České republiky, Asociace hotelů a restaurací České republiky, Asociace cestovních kanceláří České republiky, Asociace českých cestovních kanceláří a agentur, Sdružení průvodců České republiky, Česká asociace wellness a Asociace služeb cestovního ruchu (Hesková, 2011, s. 89–94).

Všechny uvedené organizace podporují cestovní ruch České republiky na národní i mezinárodní úrovni. Mezi jejich další funkce se řadí hájení zájmů svých členů, vytváření kvót kvality, zvyšování kvality služeb a podobně (Hesková, 2011, s. 89–94).

## 2 TURISTICKÁ INFORMAČNÍ CENTRA (TIC)

TIC je zařízení, jenž poskytuje svým zákazníkům služby a informace, které úzce souvisejí s oblastí turismu. Mezi nejdůležitější funkce patří vytváření databank obsahujících veškeré informace vztahující se k cestovnímu ruchu v dané oblasti. Na požádání pak tyto informace poskytuje bezplatně svým klientům. TIC spolu s poskytováním informací nabízí také doprovodné služby, které tvoří součást cestovního ruchu. TIC je většinou členem různých organizací, například A.T.I.C. ČR (Jakubíková, 2009, s. 33–34).

Jednotná klasifikace turistických informačních center České republiky definuje TIC jako viditelně označené a přístupné místo určené pro širokou veřejnost. Návštěvníci zde získávají informace týkající se cestovního ruchu, kultury a rekreace. Dále může nabízet produkty a placené služby, které úzce souvisí s oblastí cestovního ruchu. Avšak tyto produkty a služby nesmí narušovat podstatu platných právních předpisů (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Asociace turistických informačních center ČR a CzechTourism, 2013, s. 5).

TIC je považováno za veřejnou službu. Je součástí informačního systému cestovního ruchu. Provozováno je díky společenské objednávce, kterou tvoří samospráva či státní správa. TIC plní úlohu nejdůležitějšího prostředku k propagaci města, regionu a státu (A.T.I.C. ČR, ©2007–2015).

### 2.1 Jednotná klasifikace turistických informačních center České republiky

Již v dřívější době v České republice fungovalo několik certifikačních schémat, která popisovala činnost TIC. Tato schémata se od sebe v zásadě nelišila. Avšak později přišla potřeba odstranění duplicity a vzniku jednotného standardu a řádu. Proto se A.T.I.C. ČR společně s agenturou CzechTourism za podpory Ministerstva pro místní rozvoj České republiky rozhodly sestavit Jednotnou klasifikaci turistických informačních center České republiky. Součástí je i jednotná certifikace (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Asociace turistických informačních center ČR a CzechTourism, 2013, s. 5).

Součástí jednotné klasifikace je standard činností a služeb TIC, který je definovaný A.T.I.C. ČR a je doplněn o požadavky agentury CzechTourism. Klasifikace zahrnuje kvóty pro udělování certifikátu, vymezuje dobu platnosti certifikátu, popisuje podstatu, průběh kontroly, atd. Certifikace slouží k zajištění a udržení kvality poskytovaných služeb v rámci

cestovního ruchu. Standardizace a kategorizace jednotlivých informačních center má za účel zvýšení důvěryhodnosti TIC ve směru k veřejnosti (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Asociace turistických informačních center ČR a CzechTourism, 2013, s. 5).

Jednotný certifikát má mnoho výhod pro jednotlivá TIC i pro jejich zákazníky. V první řadě dokazuje, že určité TIC disponuje deklarovaným rozsahem služeb a činností. Dále slouží k získávání dotací, které dopomáhají k podpoře TIC a cestovního ruchu v rámci celého kraje. Jednotná klasifikace je také jednou z podmínek získání certifikátu, který se ukládá v rámci Českého systému kvality služeb (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Asociace turistických informačních center ČR a CzechTourism, 2013, s. 2–3).

### 2.1.1 Požadavky k získání certifikátu

Jednotná klasifikace je prováděna pod záštitou A.T.I.C. ČR a agentury CzechTourism. Pro udělení certifikátu je nutné nejprve splnit předem stanovené podmínky, které jsou rozděleny do dvou částí. První z nich je tzv. minimální standard služeb, který musí splňovat každé TIC. Dále tu jsou doplňující požadavky, které slouží k rozřazení do příslušných klasifikačních tříd (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Asociace turistických informačních center ČR a CzechTourism, 2013, s. 5).

Minimální standard služeb se dále rozděluje na dvě skupiny požadavků, závazné a doporučené. Jak již jejich název napovídá, závazné požadavky TIC musí bez výjimky splňovat. Doporučené požadavky slouží k lepšímu provozu a lepší kvalitě celkových služeb TIC. Závazné požadavky se týkají oblastí:

- lokalizace a navigace k TIC;
- informace o TIC pro veřejnost;
- činnosti TIC;
- databáze TIC ;
- vybavenosti TIC;
- zpětná vazba (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Asociace turistických informačních center ČR a CzechTourism, 2013, s. 5).

V rámci jednotné klasifikace se provádí rozřazení do tří klasifikačních tříd, které jsou označeny velkými písmeny A, B a C. Každá z nich se liší svými požadavky. Klasifikační třída A je nejvyšším oceněním a tudíž obsahuje nejvíce požadavků

(Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Asociace turistických informačních center ČR a CzechTourism, 2013, s. 9).

### 2.1.2 Proces certifikace

Proces jednotné klasifikace a udělení certifikátu má standardizovaný postup, který vytvořili a za jehož chod odpovídají organizace A.T.I.C. ČR a CzechTourism. Obsah procesu lze rozdělit do šesti částí:

- udělení, obnova, odmítnutí certifikátu;
- certifikát samotný – jeho obsah a platnost;
- symbol pro certifikované TIC;
- komise – pravomoci, složení, předseda, atd.;
- kontrola – certifikační a průběžná;
- poplatek (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Asociace turistických informačních center ČR a CzechTourism, 2013, s. 10–12).

A.T.I.C. ČR uvádí, že TIC nemusí být nutně členem asociace, aby mu byl udělen certifikát. Členové i nečlenové asociace však musí projít jistým standardizovaným postupem, aby jim byl certifikát udělen a aby byli zařazeni do určité klasifikační skupiny. Tento postup se skládá celkem z jedenácti kroků:

- opatření platné verze jednotné klasifikace;
- vyplnění a zaslání přihlášky;
- obdržení přihlášky sekretariátem A.T.I.C. ČR a odpovědnou osobou v rámci kraje;
- poplatek (jen pro ty, jenž nejsou členy A.T.I.C. ČR);
- sjednání návštěvy kontrolora;
- kontrola;
- předání protokolu kontroly a stanovení návrhu pro zařazení do klasifikační třídy;
- certifikační komise posuzuje podklady od kontrolora;
- zaslání certifikátu a označení certifikovaného subjektu;
- TIC vyvěsí ve vhodném místě provozovny a na internetových stránkách certifikát;
- TIC vyvěsí ve vhodném místě vstupu provozovny označení (samolepku) (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Asociace turistických informačních center ČR a CzechTourism, 2013, s. 13).

Certifikované TIC má povinnost nahlásit jakoukoli změnu kontaktních údajů, odpovídat na emaily obdržené organizacemi A.T.I.C. ČR a CzechTourism a oznámit případné zrušení provozu. Všechny tyto skutečnosti mají svoji lhůtu, do kdy musí být nahlášeny. Tyto lhůty jsou uvedeny v Jednotné klasifikaci turistických informačních center České republiky (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Asociace turistických informačních center ČR a CzechTourism, 2013, s. 15).

### 2.1.3 Požadavky na pracovníka TIC

Každé TIC je založené za účelem poskytování vysoce kvalitních služeb svým zákazníkům. Proto jsou definovány kvalitativní parametry, které se týkají obsluhy návštěvníků TIC. Parametry jsou určeny pro pracovníky TIC a jejich povinností je tyto dodržovat. Rozdělují se do tří částí. Každá z částí v sobě obsahuje soubor pravidel týkajících se provozu, znalostí a komunikace s klienty TIC. Jejich rozdělení je následující:

- všeobecná pravidla:
  - přístupnost – TIC by mělo být přístupné pro všechny typy zákazníků a doporučuje se maximalizace opatření pro zpřístupnění (pro osoby se sníženou mobilitou, pro důchodce, pro těhotné, atd.);
  - prostory – čisté, přehledné, produkty označené cenovkami, pravidelné doplňování propagačních materiálů, atd.;
  - oblečení a úprava personálu – musí odpovídat ročnímu období, musí podléhat společenským konvencím, apod.;
  - obsluha návštěvníka – dodržování pořadí, atd.;
  - znalosti personálu – informace o turisticky zajímavých místech okolí, tipy na výlety; historické údaje, atd.;
  - zodpovědný turista – poskytování informací o kultuře okolí, o kulturním dědictví, o tradicích, atd.;
  - práva spotřebitelů – podávání informací o podmínkách a zvyklostech, které souvisejí s poskytováním služeb v ČR, atd.;
  - životní prostředí – provoz by neměl v žádném případě ohrožovat životní prostředí, patří sem i poskytování informací o likvidování odpadu, atd. (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Asociace turistických informačních center ČR a CzechTourism, 2013, s. 21–22).

- Osobní komunikace – definuje, jak se má personál chovat a jak postupovat směrem ke klientům TIC. Definuje tyto oblasti:
  - pozdrav;
  - chování;
  - vyjasňování otázky;
  - poskytování informací;
  - poznámky klientů;
  - soukromé telefonáty
  - setkání s jinou činností;
  - pití, jídlo, odpočinek;
  - oslovení při odchodu klienta (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Asociace turistických informačních center ČR a CzechTourism, 2013, s. 22-23).
- Telefonická komunikace – stejně jako komunikace osobní definuje, jak se má personál zachovat při telefonickém kontaktu s klientem. Definuje tyto oblasti:
  - pozdrav;
  - chování
  - vyjasňovací otázky;
  - poskytování informací;
  - setkání s jinou činností (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Asociace turistických informačních center ČR a CzechTourism, 2013, s. 24).

## 2.2 Financování TIC

Financování TIC pochází z více zdrojů. Lze jej rozdělit do tří částí podle toho, jakému účelu finance slouží. První pocházejí z veřejných zdrojů podle předem stanoveného kalkulačního vzorce. Tyto finance slouží k provozu hlavní činnosti, kterou je poskytování informací veřejnosti (Metodika turistických informačních center, 2007–2015).

Druhý zdroj získávání financí jsou výtěžky z doplňkové činnosti - tou je prodej výrobků spojených s cestovním ruchem. Tyto finance jsou dále použity právě pro pokrytí nákladů doplňkové činnosti. Posledním zdrojem může být získávání financí od soukromých investorů, grantů a také z dotací z veřejných fondů. Finance od těchto zdrojů se používají pro realizaci projektů TIC (Metodika turistických informačních center, 2007–2015).

### 3 MARKETINGOVÝ PRŮZKUM

Marketingový výzkum je proces, který identifikuje marketingové příležitosti a definuje problémy, monitoruje a ohodnocuje marketingové konání a veškeré poznatky předkládá managementu podniku (Kotler, Bowen a Makens, 2010, 124–125 s.).<sup>1</sup>

„Na rozdíl od průzkumu trhu, který chápeme především jako jednorázovou záležitost, zjišťující zvolenou výzkumnou technikou aktuální situaci na trhu a poskytující zadavatelům především základní popis této situace, je marketingový výzkum dlouhodobější prací, kombinující hned několik výzkumných postupů, uplatňující náročnější postupy statistického zpracování, porovnávající a vyhodnocující výsledky získané z různých zdrojů a docházející k hlubším poznatkům a souvislostem.“ (Foret a Stávková, 2003, s. 13)

Výzkum trhu je dynamicky se vyvíjející disciplína, která má svou teoretickou i aplikační část. Jedním z hlavních mezníků ve vývoji byl začátek používání informačních technologií. Výzkum trhu se opírá o poznatky z dalších disciplín: matematiky, statistiky, informatiky, psychologie, sociologie, atd. (Bártová, Bárta a Koudelka, 2004, 109).

Výzkum trhu se stal nejdůležitější součástí marketingově orientovaného podniku. Jeho prostřednictvím se firma spojuje s trhem a zákazníky. Díky informacím získaných výzkumem se podnik dozvídá užitečné informace, které může dále aplikovat pro úspěšný chod podniku. Díky těmto informacím je podnik schopen identifikovat případné příležitosti a definovat problémy, které mohou v budoucnu nastat a připravit se, jak tyto situace řešit. Využívá se při rozhodování strategickém, taktickém i operativním. (Kincl a kol., 2004, s. 48)

---

<sup>1</sup>Marketing research is a process that identifies and defines marketing opportunities and problems, monitors and evaluates marketing actions and performance, and communicates the finding and implications to managements.

### 3.1 Výzkum trhu ve službách

V rámci marketingu služeb tvoří výzkum trhu velice důležitou část. I přes tento fakt byl výzkum dlouhou dobu opomíjen. Postupem času manažeři firem přišli na jeho nenahraditelnost. Mezi nejzákladnější okruhy, kterým se výzkum trhu ve službách věnuje, patří:

- pomoc při rozhodování o podstatných činnostech firmy a omezení nejistoty;
- nejoptimálnější určení všech prvků marketingového mixu ve spojení s konkrétními podmínkami daných služeb;
- pozorování výsledků marketingových aktivit a jejich kontrola (Janečková a Vašítková, 2000, s. 42).

### 3.2 Třídění marketingového výzkumu

Jako základní rozlišení marketingového výzkumu je uváděn primární a sekundární marketingový výzkum. Primární výzkum představuje soubor informací, který musí podnik sám nebo za pomoci externí organizace získat. Jedná se o tzv. průzkum v terénu. Sekundární marketingový výzkum pak zahrnuje ty informace, které již dříve někdo shromáždil a zpracoval. Jedná se o tzv. průzkum od stolu. Nevýhodou sekundárních informací je jejich krátká životnost, neúplnost a neobjektivnost (Kyncl a kol., 2004, s. 51).

Dle knihy, kterou napsal Jan Kyncl a kolektiv (2004, s. 49) se marketingový výzkum může dělit podle předmětu výzkumu na následující nejčastější druhy:

- výzkum trhu - zaměřen na výzkum trhu jako takového, jeho umístění, vývoj, charakteristika, atd.;
- výzkum výrobků - zaměřen na spotřebitele a jeho spokojenost se stávajícími či novými produkty a službami;
- výzkum propagace – zaměřen na média a jejich výběr, nebo na zhodnocení jednotlivých komunikačních forem;
- výzkum konečného spotřebitele - zaměřeno na spotřebitele, snaží se pochopit jeho chování na trhu, jeho postoje a názory ke konkrétnímu produktu či službě;
- výzkum konkurence - zaměřen na konkurenci přímou i nepřímou a analyzuje podrobně jejich chování;



- výzkum prodeje - zaměřuje se na proces prodeje, jeho výsledky nebo například na sezónnost.

Další rozdělení se uvádí podle praktického využití marketingového výzkumu. Klasifikační hlediska jsou následující: podle cílů výzkumu; podle používaných materiálů potřebných k získání informací; nebo například podle metod, jak získat a analyzovat data. Nejčastěji využívané druhy výzkumu jsou:

- kvantitativní výzkumy;
- kvalitativní výzkumy;
- výzkumy médií a výzkumy účinnosti propagace;
- průmyslový výzkum (B2B) (Bártová, Bárta a Koudelka, 2004, 110).

Jako důležitá část výzkumu trhu se uvádí i činnosti sociálního výzkumu:

- výzkum veřejného mínění;
- výzkum menšin a konkrétních skupin populace (Bártová, Bárta a Koudelka, 2004, 110).

Výzkum trhu lze také rozdělit podle toho, kdo informace shromažďuje, analyzuje a vyhodnocuje:

- výzkum uskutečňovaný vlastními silami podniku;
- výzkum uskutečňovaný externí institucí (Bártová, Bárta a Koudelka, 2004, 110).

### 3.3 Proces marketingového výzkumu

V nejobecnější rovině se jedná o sběr, analýzu a zobecnění informací. Aby byl marketingový výzkum efektivní, musí projít určitým procesem. Tento proces se skládá z pěti základních kroků:

- definování problému a určení cílů;
- plán výzkumu;
- shromažďování informací;
- analýza a interpretace informací;
- prezentace výsledků a navržení opatření (Janečková a Vašítková, 2000, s. 47).

Největší potíží firem je jasné definování problému a přesné určení cíle. Určený cíl musí být definován ve vztahu k finančním prostředkům podniku. Součástí tohoto kroku je také vyslovení hypotéz, eventualit, které mohou za daných situací nastat (Janečková a Vašítková, 2000, s. 47).

V druhém kroku jde o analýzu situace, kde se zjišťuje, jaké informace již podnik má ze sekundárních zdrojů, a které musí dodatečně získat. Dochází ke zhodnocení, jaké nástroje přístupu a výzkumné přístupy podnik zvolí. Dále řeší vhodný výběr respondentů, a jaké metody kontaktu budou použity. Příprava výzkumu také zahrnuje určení, kdo se výzkumem bude zabývat, a jak bude financován (Janečková a Vašítková, 2000, s. 47–48).

Shromažďování informací se týká získávání primárních informací. Jejich zajišťování se uskutečňuje způsobem, jaký je definován v plánu výzkumu. V tomto kroku je možné se dopustit mnoha chyb. Je nutné, aby si je podnik dobře uvědomoval a snažil se jim vyvarovat (Janečková a Vašítková, 2000, s. 47–48).

Po shromáždění údajů se z nich následně odvozují určité závěry. Rozdílné postupy jsou u kvalitativního výzkumu a u kvantitativního. U kvantitativního výzkumu se jedná o statistické analýzy, sestavování tabulek, atd. U kvalitativního se posuzují informace dle psychologického přístupu, příčin výskytu, motivů, atd. Před posledním krokem je nutné informace roztřídit a klasifikovat (Kyncl a kol., 2004, s. 60).

Poslední krok se zabývá již zpracovanými informacemi, které jsou jasně konkretizovány a musejí být verbálně vyjádřitelné. Na základě těchto informací se navrhne opatření a postupy, které povedou ke zlepšení podnikových aktivit. Tato závěrečná zpráva by měla být detailně rozpracována, měla by být přehledná a měla by disponovat velice vysokou odbornou úrovní. (Janečková a Vašítková, 2000, 47–51; Kyncl a kol., 2004, s. 59–60)

### **3.4 Anketa**

Anketa je vedle dotazníku řazena do písemné komunikace. Převážně se používá pro prvotní představení firmy a oslovení veřejnosti. Na rozdíl od dotazníku anketa obsahuje jednu nebo několik málo otázek vztahujících se k určitému tématu. Nejčastější je anketa publikovaná v tisku, vysílaná v televizi nebo rozhlas, rozdávaná při různých událostech. Anketa především slouží ke zjištění názoru zákazníků. Další formou ankety může být hlasování zákazníků v rámci nejrůznějších soutěží. Tak jako každá technika marketingového výzkumu i anketa má svoje problémové části. Jednou z nich je nízká návratnost. Ta se dá do značné míry ovlivnit příslibem odměny při vyplnění ankety. Nejčastější odměnou bývá losování anketních lístků (Foret a Stávková, 2003, s. 43).

Anketa se řadí mezi tzv. výzkum kvantitativní, proto bývá uvedeno, že na úkor většího počtu respondentů je skladba vzorku nereprezentativní. Velkou skupinu odpovídajících lidí

tvoří respondenti, kteří disponují větším množstvím volného času (důchodci, ženy na mateřské dovolené, atd.). Velice málo se anket účastní lidé, kteří jsou ekonomicky aktivní (Foret a Stávková, 2003, s. 43).

I přes uvedené nevýhody má anketa i svoje světlé stránky. Je velice důležitým nástrojem pro komunikaci se zákazníky. Oslovuje zákazníky, navazuje a upevňuje vztahy. Díky anketě respondenti mohou vyjádřit svůj názor k určitému tématu (Foret a Stávková, 2003, s. 43).

### 3.4.1 Druhy otázek

Důležitou zásadou pro tvoření ankety by měla být snadná orientace a jednoduché vyplnění, na první pohled by anketa měla být zajímavá a nabídat respondenty k zodpovězení. Druh otázek u anket je podobný jako u dotazníkového šetření. Hlavní požadavek pro formulaci otázek je jednoznačnost a srozumitelnost. Otázky by měly být kladeny tak, aby dosahovaly co nejvyšší validity, aby se skutečně dostalo odpovědí, které jsou relevantní. Při sestavování ankety je nutné vyvarovat se záporně kladených otázek, dlouhých nesrozumitelných otázek a sugestivních otázek (Foret a Stávková, 2003, s. 34–35).

Nezákladnější rozdělení otázek je do následujících tří skupin: otevřené, uzavřené, polootevřené. Otevřené otázky mohou být různého typu. U volných otevřených otázek se nechává odpovídajícímu absolutní volnost pro jeho odpověď. U asociační otázky se odpovídá jedním slovem, které respondenta napadne jako první při vyřčení určitého pojmu. Dalším typem otevřené otázky může být volné dokončení věty, nebo dokončení povídky, tematického námětu či obrázku (Foret a Stávková, 2003, s. 35–36).

Uzavřené otázky jsou sestaveny s již předem stanovenými možnými odpověďmi. Respondentovi se nabízí několik variant odpovědí. Dotazovaný nemá jinou možnost než vybrat z uvedených možností. Velkou výhodou uzavřených otázek je jejich snadnost a rychlost vyplnění a následného zhodnocení. Nevýhodou je jejich sugestivnost, zároveň umožňují respondentovi odpovědi bez jakéhokoli přemýšlení. Uzavřené otázky se dělí na několik typů: dichotomické (dvě možnosti odpovědi), výběrové (více možností odpovědi, dotazovaný vybere jen jednu možnost), výčtové (možnost výběru více možností) a polytomické s určením pořadí (Foret a Stávková, 2003 s. 37–39).

## 4 SITUAČNÍ ANALÝZA

Situační analýza je velice důležitým prvkem marketingového a strategického plánování každého podniku. Vztahuje se k již existujícím firmám na trhu. Zaobírá se nejen současnou marketingovou situací, ale i tou, která může pro podnik nastat v budoucnu. Analyzuje prostředí určitého podniku (makroprostředí) a podnik samotný (mikroprostředí) (Jakubíková, 2009, s. 95).

Náplň situační analýzy lze pojmenovat 5C:

- Company – analýza vnitřního prostředí firmy;
- Collaborators – analýza spolupracujících firem a osob;
- Customers – analýza zákazníků a segmentů;
- Competitors – analýza konkurence;
- Climate/Context – analýza vnějšího prostředí firmy (makroprostředí), makroekonomické faktory (Jakubíková, 2009, s. 95–96).

Pro potřeby cestovního ruchu se zpravidla používá také analýza prostředí metodou 4C:

- Customers – zákazníci;
- Country – národní faktory;
- Cost – náklady;
- Competitors – konkurenti (Jakubíková, 2009, s. 96–97).

Na základě situační analýzy jsou pak vypracovávány strategie, které vedou k naplnění předem definovaných cílů podniku. Hlavním cílem provádění situační analýzy je nalezení vyváženého stavu mezi příležitostmi, které trh nabízí a možnostmi podniku (zdroji a schopnostmi) (Jakubíková, 2009, s. 96).

Marketingová situační analýza se skládá ze tří částí:

- informační část – jedná se o získávání informací a jejich hodnocení;
- porovnávací část – zde vystávají různé strategie, které připadají v úvahu;
- rozhodovací část – možná vítězná strategie (Jakubíková, 2009, s. 96).

Důležitou součástí situační analýzy je i určování budoucího vývoje prostředí. Mnohými odborníky je tato část považována za důležitější než vyhodnocování současného stavu prostředí. Důvodem je dynamika prostředí, které připravuje pro podniky nekonečně mnoho hrozeb a příležitostí, které mohou v budoucnu nastat. Na základě uvědomění si tohoto faktu může být firma připravena na další vývoj (Jakubíková, 2009, s. 96–97).

## 4.1 SWOT analýza

Je to komplexní analýza, která pomáhá identifikovat veškeré interní a externí faktory firmy, které ovlivňují její současný i budoucí stav. Tyto faktory se vztahují k silným a slabým stránkám podniku a k hrozbám a příležitostem, které mohou pro podnik nastat. SWOT analýza může být souhrnem několika různých analýz - například analýzy dodavatelů, analýzy zákazníků, analýzy cen, analýzy výrobků atd. (Jakubíková, 2009, s. 97).

Název SWOT v sobě skrývá 4 oblasti, které tato metoda zkoumá:

- S – Strengths – silné stránky, interní faktory;
- W – Weaknesses – slabé stránky, interní faktory;
- O – Opportunities – příležitosti, externí faktory;
- T – Threats – hrozby, externí faktory (Jakubíková, 2009, s. 97).

### 4.1.1 Analýza vnitřního prostředí

Jedná se o analýzu silných a slabých stránek podniku. Je třeba zaměřit se na mnoho faktorů, které jsou v kompetenci samotné firmy. Výhoda těchto faktorů spočívá v tom, že je firma může snadno ovlivňovat. Mezi nejčastěji zkoumané oblasti patří například:

- analýza personálu firmy (kvalifikace, zkušenosti, rychlost, schopnost, atd.);
- analýza techniky a technologie firmy (vybavení, modernost, inovace, atd.);
- analýza zdrojů firmy (kapitál, financování, produktivita práce, atd.);
- analýza marketingového mixu (produkt, cena, propagace, distribuce, fyzické atributy, atd.) (Janečková a Vašítková, 2000, s. 78–80).

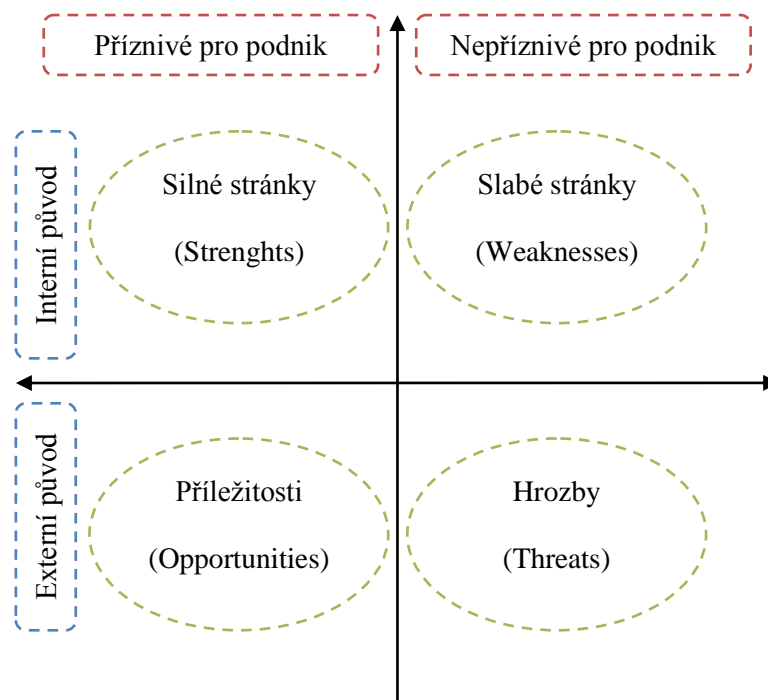
V oblasti silných míst podniku se analyzují ty činitelé, které mají přínos jak pro podnik samotný, tak pro jeho zákazníky. Skutečnosti, které dělají firmu jedinečnými, odlišitelnými od konkurence a vytvářejí silnou pozici na trhu. Naopak slabá stránka podniku je ta, kde má právě konkurence náskok. Co oslabuje pozici na trhu, to co firma nedělá dobře (Jakubíková, 2009, s. 97).

#### 4.1.2 Analýza vnějšího prostředí

Jedná se o analýzu hrozeb a příležitostí podniku. Ve sféře vnějšího prostředí leží ty faktory, které je schopna sama firma z části ovlivnit, nebo není je schopna ovlivnit vůbec. Vnější prostředí se skládá z::

- makroprostředí – politicko-právní, ekonomické, socio-kulturní, technologické, ekologické;
- mezoprostředí – konkurence, zákazníci, dodavatelé, média (Janečková a Vašítková, 2000, s. 74–75).

Ve skupině příležitostí jsou faktory, které mohou zvýšit úspěch podniku, poptávku po jejich výrobcích a službách nebo mohou zajistit lepší uspokojení potřeb zákazníků. Hrozby se týkají skutečností, které naopak snižují poptávku po jejich výrobcích a službách. Ohrožují stávající pozici na trhu a mohou znemožnit další rozvoj podniku (Jakubíková, 2009, s. 97).



Zdroj: Jakubíková, 2009, s. 97; Vlastní zpracování

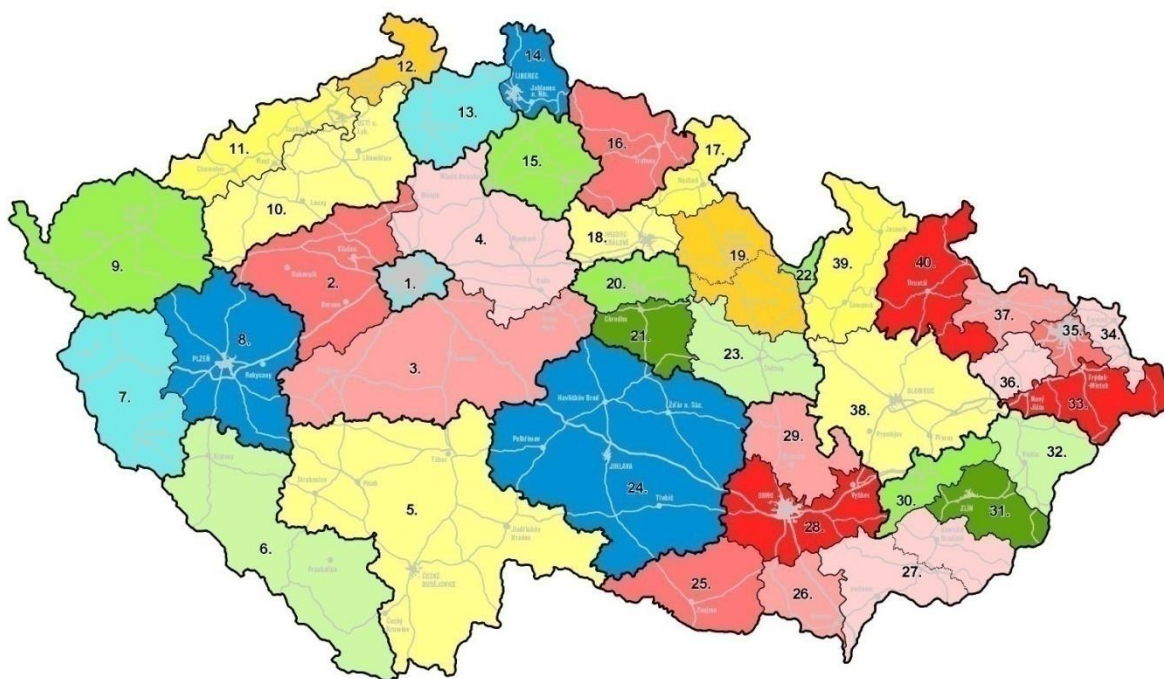
Obr. 2: SWOT analýza

## **II PRAKTICKÁ ČÁST**

## 5 CHARAKTERISTIKA MIKROREGIONU CHRUDIMSKO-HLINECKO

Pardubický kraj je jedním ze čtrnácti krajů České republiky. Leží na pomezí Čech a Moravy. Centrálním městem kraje je město Pardubice, které je vzdálené 100 km na východ od hlavního města Prahy. Velká výhoda města Pardubice je jeho poloha při hlavní železniční trati, která spojuje Berlín a Vídeň. Pardubice také vlastní svoje letiště, které se řadí mezi pět nejvýznamnějších České republiky (Krajský úřad pardubického kraje, ©2011).

Pardubický kraj se nachází v turistickém regionu Východních Čech a je rozdělen do pěti hlavních turistických oblastí: Pardubicko (číslo 20 na obrázku níže), Chrudimsko-Hlinecko (číslo 21 na obrázku níže), Orlické hory a Podorlicko (číslo 19 na obrázku níže), Českomoravské pomezí (číslo 23 na obrázku níže) a Kralický Sněžník (číslo 22 na obrázku níže). Společně tvoří kraj bohatý svou historií a kulturou, průmyslem nedotčenou přírodou, významnými galeriemi a muzei a rozmanitým sportovním zázemím. Díky klimatickým podmínkám se zde nabízí místa k dlouhodobé i krátkodobé rekreaci, a to jak v zimních tak letních měsících (Krajský úřad pardubického kraje, ©2011).



Zdroj: CzechTourism, ©2005–2013

Obr. 3: Turistické oblasti České republiky



## 5.1 Turistická oblast Chrudimsko-Hlinecko

Turistická oblast Chrudimsko-Hlinecko je svou polohou ohraničena dvěma chráněnými krajinnými oblastmi. Na jižní straně je to chráněná krajinná oblast Žďárské vrchy a na straně jihozápadní to jsou Železné hory. Nejsou sice těmi nejvyššími horami v České republice, ale jsou proslulé svými rozmanitými přírodními podmínkami, svojí nedotčeností a mnohými možnostmi pro návštěvníky (Pardubický kraj, ©2006–2015).

Hlavní řekou regionu je řeka Chrudimka, která se vlévá ve městě Pardubice do řeky Labe. Pramen řeky Chrudimky je jednou z mnoha turistických záležitostí regionu Chrudimska-Hlinecka. U jejího pramene také začíná jedna z nejznámějších naučných turistických stezek zvaná „Vlastivědná stezka krajem řeky Chrudimky“ (Pardubický kraj, ©2006–2015).

Hlavními dominantami regionu jsou dvě města, podle kterých nese oblast název. Úplnost turistické oblasti Chrudimsko-Hlinecko pak dotvářejí společně s Hlinskem a Chrudimí města Heřmanův Městec, Chrast, Luže, Nasavrky, Ronov nad Doubravou, Seč, Skuteč, Slatiňany a Třemošnice (Pardubický kraj, ©2006–2015).

„Krajina zážitků“, i tak se dá oblast Chrudimska-Hlinecka nazvat, je kraj s bohatou historií a k té neodmyslitelně patří mnoho kulturních památek a zajímavostí. K nejznámějším v oblasti patří prehistorická památka keltského oppida v Hradišti u Nasavrky. Turisty oblíbenou atrakcí je Soubor lidových staveb Vysočina na Veselém kopci a Betlému, kde se nachází spousta dobových roubených chalup. Mezi další kulturní skvosty kraje se můžou řadit hrady, zámky, zříceniny hradů, kostely, kaple a jiné stavební památky (Okresní úřad, městské a obecní úřady, s. 2).

Všechna města na Chrudimsku i Hlinecku pečlivě pečují o své umělecké sbírky. Proto v každém městě návštěvníci naleznou galerie, muzea, a místa pro výstavní expozice. Mezi nejznámější patří Muzeum loutkářských kultur v Chrudimi, Regionální muzeum v Chrudimi, Městské muzeum s galerií v Hlinsku, Městské muzeum ve Skutči, Městské muzeum v Chrasti a Hipologické muzeum ve Slatiňanech (Okresní úřad, městské a obecní úřady, s. 2).

Jak již bylo řečeno, Chrudimsko-Hlinecko má díky své přírodě vybudovanou základnu pro pěší turistiku. To však není jediný způsob, jak v tomto regionu trávit dovolenou aktivním způsobem. Jednou z dalších oblíbených aktivit je cykloturistika, pro kterou nechal region



Chrudim má bezpochyby velký význam pro oblast cestovního ruchu. Proto je o ni zmínka i v prvním souhrnném průvodci po Čechách z roku 1882. Od té doby se město dále rozvíjí v oblasti turismu a přizpůsobuje mu každodenní život. I když je město navštěvované spíše pro krátkodobé pobyty, nejsou výjimkou ani delší pobyty turistů. Vzhledem ke své poloze je Chrudim strategickým bodem pro pokračování do dalších oblastí Pardubického kraje (Kobetič a kolektiv, 2005, s. 190).

### **5.1.1.1 Kulturní a společenské vyžití**

Mezi hlavní dominantu obce patří gotický kostel Nanebevzetí Panny Marie stojící na Resslerově náměstí. Uvnitř je vystaven soubor obrazů od místního malíře Josefa Ceregettiho, který nese název Křížová cesta. Dodnes je kostel aktivně využíván pro konání bohoslužeb a koncertů. Zároveň je velice oblíben mezi turisty (Kobetič a kolektiv, 2005, s. 67, 68, 76).

Nedaleko Resslerova náměstí se nachází renesanční Mydlářovský dům. Stavba známá svými arkádami a věží zvanou hvězdárna. V roce 1972 se tento dům stal sídlem loutkářského muzea. Muzeum je oblíbené nejen mezi nadšenci loutkového divadla, ale především mezi dětmi. Každoročně Muzeum loutkářských kultur pořádá na přelomu června a července festival loutkového divadla Loutkářská Chrudim. Letos se bude konat již 64. ročník. Událost bývá každoročně cílem mnoha návštěvníků ze všech koutů České republiky (Kobetič a kolektiv, 2005, s. 101).

Ke kulturnímu zázemí města Chrudim bezpochyby patří i Regionální muzeum, které bylo vystaveno v letech 1897–1901. Každoročně je muzeum využíváno pro pořádání velkolepých společenských a kulturních událostí, koncertů, plesů, výstav, přednášek atd. Dále nabízí výukové programy pro školy a vydává odborné publikace (Kobetič a kolektiv, 2005, s. 100).

Dalším důležitým kulturním střediskem je Chrudimské divadlo Karla Pippicha. Jeho slavnostní otevření se konalo roku 1934 a jako první představení divadlo uvedlo Smetanovu Libuši. Dnes je divadlo využíváno nejen pro účely divadelnictví. Každoročně se zde koná mnoho zajímavých a návštěvníky velice oblíbených výstav (Kobetič a kolektiv, 2005, s. 31–32).

### **5.1.1.2 Sportovní vyžití a volný čas**

Pro aktivní výletníky nabízí Chrudim nespočet možností jak trávit volný čas. Město vybudovalo tenisové kurty, sportovní haly, venkovní i zastřešená hřiště, letní i zimní koupaliště, fitcentra, atd. Městské parky pak mohou sloužit jako místa pro volný čas a odpočinek (Kobetič a kolektiv, 2005, s. 54).

Velkým fenoménem se v posledních letech stala cyklistická turistika. Městem Chrudim protíná celkem 8 cyklistických stezek, které dále pokračují do různých koutů Pardubického kraje. Vzhledem k rozhodnutí zástupců mikroregionu Chrudimsko o rozvoji cykloturistiky, se stále vytvářejí nové trasy, které se napojují na již vzniklé nebo připravované trasy pro cyklisty (Mikroregion chrudimsko, ©2015).

### **5.1.2 Hlinsko v Čechách**

Město Hlinsko leží na povodí řeky Chrudimky a spadá do okresu Chrudim. Bylo určeno jako centrální město sdružení obcí mikroregionu Hlinecko Počátky osídlení na místě, kde se dnes rozkládá město Hlinsko, spadají již do 12. století, kdy na návrší stála malá osada s kostelíčkem. První písemná zmínka o městě se datuje k roku 1349. Své jméno nese od bývalých ložisek jílu a jeho dávných zpracovatelů. Postupem času se město stalo středobodem společenského života, kultury, průmyslu a rozmáhajícího se trhu v oblasti Hlinecka (Městský úřad Hlinsko, ©2008–2015a; Okresní úřad, městské a obecní úřady, s. 44).

Malebná krajina okolí města láká po celý rok nejen návštěvníky z různých koutů země, ale i slavné malíře, spisovatele či básníky. Ti se nechávají inspirovat malebným okolím a mnozí z nich zde vytvořili svá významná umělecká díla. Jedním z nich byl například Karel Václav Rais, slavný spisovatel a učitel (Městský úřad Hlinsko, ©2008–2015a).

#### **5.1.2.1 Kulturní a společenské vyžití**

Nejznámější částí Hlinska je bezpochyby historická část, která je zasazena přímo do centra. Památková rezervace lidové architektury Betlém Hlinsko vznikla v roce 1995. Jedinečný soubor roubených domků patřil v minulosti drobným řemeslníkům (hrnčířům, řezníkům, tkalcům, truhlářům, hračkářům a sedlákům). Před nedávnem osada Betlém prošla značnou renovací. Její součástí bylo postavení několika informačních panelů, které návštěvníky provedou souborem staveb. Revitalizace se dočkalo i pár stavení a do jednoho z nich bylo nově zasazeno TIC Hlinsko. Betlém láká jak turisty, kteří se zajímají o historii a lidovou

architekturu, ale i rodiny s dětmi. Právě pro ně je zde přichystána expozice s názvem „Příběh dřevěné panenky“ (Městský úřad Hlinsko, ©2008–2015b).

K Hlinsku patří také galerie a muzeum, které jsou jedny z nejstarších na území České republiky. Pod záštitou těchto dvou institucí se každoročně pořádá kulturní událost „Výtvarné Hlinecko“, kde vystavují svá díla přední čeští výtvarníci. Ke konci léta město pořádá „Adámkovy folklórní slavnosti“. Jedná se o festival věnovaný folklórním sborům. Jednou z dalších událostí typických pro Hlinsko je „Léto s Rychtářem“. Jde o sérii kulturních akcí konaných v Hlinsku, kterou pořádá tamější pivovar Rychtář (Mikroregion Hlinecko, ©2007–2013a).

Mezi největší zajímavosti Hlinska a jeho přilehlého okolí patří tradice Masopustu, který řazen od roku 2010 mezi nemotné dědictví UNESCO. Jedná se o jeden z nejstarších zvyků zdejšího kraje. Při těchto slavnostech se oblékají masky a jejich krása a pestrost se předvádí v ulicích a společně s tradičními rituály (Městský úřad Hlinsko, ©2008–2015c).

### **5.1.2.2 Sportovní vyžití a volný čas**

Sportovní dění v Hlinsku se dělí na dvě části, letní a zimní. Zatímco v letních měsících se všechna pozornost obrací k cyklokrosu, v zimním období přichází na řadu Ski areál Hlinsko. Na cyklokrosové trati mohou diváci každoročně shlédnout Mistrovství republiky v cyklokrosu nebo Národní pohár v cyklokrosu. Ski areál Hlinsko nabízí pro své návštěvníky dva lyžařské vleky. Svůj volný čas zde lidé mohou strávit například i v lanovém centru nebo v krytém plaveckém bazénu, který nabízí i služby sauny, solária, fitcentra a squashovou halu. V zimě pak okolí Hlinska nabízí, mimo zmíněný ski areál, i několik upravených tratí pro běžecké lyžování (Mikroregion Hlinecko, ©2007–2013a).

### **5.1.2.3 Skanzen Veselý kopec**

Skanzen Veselý kopec patří do Souboru lidových staveb Vysočina. Malá osada roubených stavení umístěna mezi hlubokými lesy na svahu nad řekou Chrudimkou, 8 km západně od města Hlinska. Právě zde leží ukázka tradiční venkovská zástavba této oblasti. Jen pár stavení z osady je původních, zbytek byl dovezen z různých koutů České republiky (Mikroregion Hlinecko, ©2007–2013b).

Historie se datuje kolem 18. a 19. století. Stavení sloužila jako domov pro řemeslníky a rolníky, kteří si v podmínkách zdejší přírody zajišťovali základní obživu. Právě tamější příroda a zchovalý stav původních stavení zapříčinily, že se právě zde začalo od roku

1970 s restaurováním a dovážením podobných staveb z jiných částí republiky. V dnešní době skanzen vlastní téměř 30 tradičních roubených stavení (Městský úřad Hlinsko, ©2008–2015d).

V jednotlivých domech jsou vystavené expozice, které návštěvníkům přibližují životy našich předků. Vedle typických obytných staveb zde návštěvníci naleznou i lidové technické památky. Stálé expozice jsou několikrát do roka doprovázeny událostmi, které jsou také zaměřeny na lidové tradice, zvyky, svátky a řemesla tehdejší doby. Nejvýznamnější z nich se konají vždy v okolí Vánoc a Velikonoc (Mikroregion Hlinecko, ©2007–2013b).

### **5.1.3 Nasavrky**

První doložená zmínka o městě sahá do roku 1318. Na místě, kde nyní stojí zámek, kdysi stála rozlehlá tvrz, která sloužila jako strážišť zajišťující bezpečnost na zemských cestách. Z původní tvrže je dochována pouze část zdiva. Celá oblast Nasavrky i s hradem Strádovem patřila v minulosti králi Karlu IV. V pozdější době byla tvrz svrhnuta a na jejím místě byl vystavěn zámek s dvěma patry (Okresní úřad, městské a obecní úřady, s. 16).

#### **5.1.3.1 Zámek Nasavrky**

Zámek byl v průběhu let mnohokrát přestavován a rekonstruován. Nejrozsáhlejší rekonstrukce zámku probíhala koncem 20. století. Zprvu zámek sloužil jako hlavní panské sídlo do doby, než šlechta přesídlila na zrekonstruovaný zámek ve Slatiňanech. Poté sloužil zámek ke správě panství, případně jako ubytování při příjezdu vzácných hostů (Stehlíková, Štěpán, 2014, s. 31–32).

V dnešní době je zámek používán k mnoha účelům. Nasavrcký zámek má pro město velký potenciál, protože se v něm pořádají mnohé kulturní události. Každoročně zde probíhají výstavy, kulturní večery, svatby, vítání občánku atd. Jednou ze stálých expozic v zámeckém interiéru je výstava s názvem „Po stopách Keltů“, kteří žili nedaleko Nasavrky. V přízemním patře sídlí TIC spolu s cestovní kanceláří (Městský úřad Nasavrky, ©2010–2015a).

### 5.1.3.2 *Keltský archeopark*

Nad řekou Chrudimkou na ostrovu u Křižanovické přehrady se nachází místo, které si oblíbili už Keltové v mladší době železné (2.–1. století př. n. l.). Právě zde vybudovali svoje hradiště, které se stalo jedním z největších keltských opevněných sídel V České republice (Městský úřad Nasavrky, ©2010–2015b).

Díky archeologickým nálezům je patrné, že Keltové byli první prokazatelní obyvatelé, kteří se usídlili v okolí Železných hor. Oppidum bylo velké asi 20 hektarů. Umístěno bylo strategicky tak, aby bylo přirozeně chráněné strmými svahy a řekou Chrudimkou. Valy a příkopy, které zde Keltové vybudovali, jsou jediným dodnes patrným pozůstatkem keltské osady. Osada byla velice významným centrem pro průmyslové i náboženské dění. Nachází se zde dosud zachovalý kruh z kamenů, který sloužil k uctívání bohů (Městský úřad Nasavrky, ©2010–2015b)

Další možnost, jak strávit výlet na tomto území, je vydat se po naučné stezce věnované Keltům. Cesta je dlouhá 9,5 kilometrů a po celé délce je rozestavěno 20 naučných tabulí, které seznamují návštěvníky se životem starých Keltů. Začátek i konec je u zámku v Nasavrkách. Kromě starého keltského oppida zde návštěvníci procházejí kolem rozhledny Boiika a kolem přírodní rezervace Krkanka. (Městský úřad Nasavrky, ©2010–2015b).

### 5.1.3.3 *Přírodní rezervace Krkanka a Strádovské peklo*

Krkanka i Strádovské peklo leží nedaleko města Nasavrky. Rozmanitost přírody tohoto území vedla časem k vyhlášení přírodních rezervací. Krkanka se stala přírodní rezervací roku 1991 a o tři roky později Strádovské peklo. Obě dvě rezervace leží v údolí řeky Chrudimky a spadá do krajiny Železných hor (Sáblík, 2003, s. 54–55).

Krkanka je známá jako jedno z nejkrásnějších míst povodí řeky Chrudimky. Zasazena hluboko do tvrdých skalnatých valů a vytváří vskutku prozaické údolí. Řeka, která je plná spadlých balvanů ze skal, vytváří přeje, které dodávají místu nezapomenutelnou atmosféru. Nejvhodnější doba pro výlet je v období větších dešťů, kdy je zde vidět i třímetrový vodopád. (Mafra, a.s., ©1999–2015).

Strádovské peklo je součástí Slavické obory. Která zabírá plochu 680 hektarů. Byla založena roku 1776 knížetem Auerspergem. Obora je známá chovem jelenů a východní část je určena pro chov muflona. Dále zde návštěvníci mohou nalézt kaštanové aleje,

jedlé kaštiny, skupiny mohutných dubů a pár rybníků. Další zajímavostí je chov kladrubského vraníka. Nad údolím se tyčí zřícenina bývalého hradu Strádov ze 14. století. (Sáblík, 2003, s. 54–55).

#### **5.1.4 Vlastivědná stezka a pramen řeky Chrudimky**

U pramene ležícího u Filipova začíná Vlastivědná stezka krajem Chrudimky. Původní stezka byla vybudována mezi lety 1972-1973 a její rekonstrukce proběhla roku 1997. Její cesta vede převážně po značených turistických stezkách a kopíruje povodí řeky. Po celé délce trasy je vedeno číslování zastávek, od pramene řeky Chrudimky až po město Chrudim (Kobetič a kolektiv., 2005, s. 54–55).

Jak její název naznačuje, že tato stezka v sobě skrývá poznání. Po celé délce trasy jsou umístěny informační tabule, které seznamují turisty s historií dané oblasti s přírodními úkazy vyskytující se v okolí řeky. Délka trasy měří celých 82 km (Info Česko, ©2002–2015).

Vede přes několik přírodních památek, rezervací a historických stavení turistické oblasti Chrudimsko-Hlinecko. Stezka protíná například město Hlinsko, Trhovokamenické rybníky, les Polom, Sečskou přehradu, Keltské hradiště, přírodní rezervace Krkanka a Strádovské peklo, Slatiňany a nakonec Chrudim. Z toho je patrné, že řeka Chrudimka je jakýmsi pojítkem oblastí Chrudimsko a Hlinecko (Info Česko, ©2002–2015).

#### **5.1.5 Heřmanův Městec**

Heřmanův Městec leží 10 km západně od města Chrudimě na severních svazích Železných hor. Součástí města jsou místní části Chotěnice, Konopáč, Radlín, Nový Dvůr a Nová Doubrava. V části Konopáč se nachází přírodní koupaliště a autokemp. První písemná zmínka se datuje k roku 1325. V minulosti bylo město významným obchodním centrem celého okolí, a to díky tzv. Trstenické stezce, která vedla z Moravy do Prahy (Městský úřad Heřmanův Městec, ©2003–2015a).

Významnou součástí města jsou židovské památky, které připomínají zaniklou židovskou obec. Mezi tyto památky patří synagoga společně s rabínským domkem a židovským hřbitovem. Kulturní památkou je i barokní kostel sv. Bartoloměje. Stojí na hlavním náměstí v Heřmanově Městci. Díky své vysoké věži je patrná z dalekého okolí. Kostel je vzácným příkladem svého stylu. Ojedinelá stavba, která není k vidění v celých Východních Čechách. Další důležitou památkou je zámek se zahradou anglického stylu. Zámek prošel



četnými úpravami z původního renesančního zámku do podoby pozdně barokní. Zámecká zahrada vznikla z bývalé obory, nachází se v ní rybník s mnoha vzrostlými duby (Městský úřad Heřmanův Městec, ©2003–2015a).

### 5.1.6 Chrast

Chrast leží 13 km jihovýchodně od města Chrudimě. K městu patří místní části Podlažice, Chacholice a Skála. Město bylo založeno v polovině 13. století. Historické centrum je městskou památkovou zónou. V okolí města Chrast vedou turistické trasy okolo řeky Žejbro, nebo cyklistické stezky do všech koutů Pardubického kraje. (Okresní úřad, městské a obecní úřady, s. 34).

Nejstarší památkou je benediktinský klášter v Podlažicích, kde byla napsána Ďáblova bible. Kniha však byla ukradena za švédských válek. Další památkou je kostel Nejsvětější trojice, areál barokního zámku se zahradou a kapličkou. Dominantou města je Městské muzeum, které bylo založeno roku 1893. Stálé expozice se nesou v duchu zaniklých řemesel, historického vývoje města, paleontologii a vývoji člověka, geologii a další (Okresní úřad, městské a obecní úřady, s. 34).

### 5.1.7 Luže

Původně na místě, kde leží město Luže, bývala osada. O té je první zmínka roku 1250. Osada byla významným centrem obchodu a řemesel. Centrum města je vyhlášeno za chráněnou kulturní památkovou zónu (Okresní úřad, městské a obecní úřady, s. 35).

Nejvýznamnější kulturní památkou je zřícenina hradu Košumberk v gotickém slohu. Později k němu byla přistavena renesanční část. Další dominantou města je kostel zasvěcený Panně, pomocnici křesťanů. Tento kostel z období vrcholného baroka je významným poutním místem (Okresní úřad, městské a obecní úřady, s. 35).

### 5.1.8 Ronov nad Doubravou

Město jinak nazývané jako „Městečko na dlani“, a to díky filmu, jehož část se v tomto městě natáčela. První písemná zmínka o Ronově se datuje k roku 1137. Náměstí bylo pojmenováno podle známého krajináře Antonína Chittussiho, který se v tomto městě narodil. Dominantu náměstí tvoří kostel sv. Vavřince. Uvnitř kostela jsou stropní malby podle originálů italských malířů. Součástí Ronova jsou domky známé již zmíněnou lidovou architekturou (Město Ronov nad Doubravou, ©2008–2015).

### 5.1.9 Seč

Seč se nachází 16 km na jihozápad od města Chrudimě. Leží na povodí řeky Chrudimky. Jednou z prvních záznamů je zmínka z roku 1318. Na toku řeky Chrudimky leží přehrada, která patří městu. Tato přehrada byla vybudována v letech 1924-1934 (Okresní úřad, městské a obecní úřady, s. 17).

Seč je známá jako turistické a rekreační středisko. Přehradu obklopuje několik autokempů a rekreačních objektů. Nádrž je příhodným místem pro přírodní koupání, potápění, provozování vodních sportů nebo třeba pro rybaření. Nepřehlédnutelnou dominantou na ostrohu nad hladinou přehrady je zřícenina hradu Oheb. Pro letní měsíce se zde nabízí mimo vodních radovánek i možnost cykloturistiky, pěší turistiky. V posledních letech zde byly vybudovány koňské stezky (Okresní úřad, městské a obecní úřady, s. 17).

### 5.1.10 Skuteč

Skuteč leží mezi městy Chrudim a Hlinsko. První písemná zmínka se datuje k roku 1289. V minulosti byla Skuteč jedním z největších měst v kraji. Historickou část města tvoří dva kostely, Nanebevzetí Panny Marie a Božího těla (Okresní úřad, městské a obecní úřady, s. 34).

Město má i svoji kulturně společenskou stránku. Nejvýznamnější událostí je Tomášková a Nováková hudební Skuteč. Jde především o setkání příznivců klasické hudby a sborového zpěvu. Ke sportovnímu zázemí města patří venkovní i halové stadiony, koupaliště, hřiště a tenisové kurty (Okresní úřad, městské a obecní úřady, s. 34).

### 5.1.11 Třemošnice

Třemošnice se nachází 25 km na jihozápad od města Chrudimě. Leží v lesích patřící do chráněné krajinné oblasti Železných hor. Historie města se odvíjí od dějin hradu Lichnice. První písemná zmínka o městu však patří do roku 1564. Město se v 19. století po vzniku železné hutě stalo průmyslovým střediskem a centrem pro pracovní příležitosti (Okresní úřad, městské a obecní úřady, s. 3).

Hrad Lichnice byl vystaven ve 13. století a váže se k němu bohatá historie plná pověstí. Ve své době se vystřídala spousta majitelů a díky své velikosti a mohutnosti se hrad stal terčem pro útoky zahraničních nájezdníků. V dnešní době je hrad cílem výletníků z blízkého i vzdáleného okolí. Z místa, kde stojí pozůstatky hradu je rozlehlý výhled do rozlehlého okolí (Okresní úřad, městské a obecní úřady, s. 3).

## 6 MĚSTO SLATIĀŇANY

Slatiňany neboli „Brána Železných hor“ se nachází na úpatí Železných hor, 4 km jižně od Chrudimi. Rozkládá se po obou březích řeky Chrudimky. Jeho název byl odvozen od nedalekých slatin, které se nacházejí jižně od města. Ke Slatiňanům patří v dnešní době tři městské části: Kunčí, Škrovád, a Trpišov. Patří k památkové zóně Slatiansko-Slavicko (Okresní úřad, městské a obecní úřady, s. 22).

Díky okolní přírodě, kulturním zajímavostem a historickým památkám má město charakter často vyhledávaného a vhodného místa pro turisty. Navíc díky své poloze zajišťuje vynikající dostupnost. Slatiňany jsou vhodné pro výletníky všech věkových skupin (Okresní úřad, městské a obecní úřady, s. 22).

### 6.1 Historie

První písemná zmínka o městě pochází z roku 1294. O století později byla vystavěna dřevěná gotická tvrz, která stála na skalnatém ostrohu, na místě, kde v dnešní době stojí zámek. V 15. století, po vpádu Uhrů do Čech, byla tvrz společně s celou osadou vypálena (Okresní úřad, městské a obecní úřady, s. 22).

Na místě původní tvrže byl vystaven zámek, který postupem let prošel nesčetnými úpravami a renovacemi. Jedněmi z nejvýznamnějších majitelů tohoto sídla se stal rod Auerspergů, který se zapsal hluboko do historie města Slatiňan a jeho okolí. Za jejich působení se panství rozrůstalo, nakupovaly se další statky, vznikl cukrovar a vedly se rozsáhlé renovace (Stehlíková a Štěpán, 2014, s. 22).

### 6.2 Zámek Slatiňany a Anglický park

Zámek Slatiňany se od roku 1746 stal sídlem rodu Auerspergů. Důvodem byla mimo jiné i rozsáhlá přestavba v honosném barokním stylu. Do podoby, jak je zámek známý dnes, však prošel mnoha dalšími renovacemi a úpravami. V blízkosti se nachází kostel sv. Martina. Úplnost zámku pak dotváří zámecká zahrada v anglickém stylu, která se rozkládá na ploše 16 hektarů a návštěvníci v ní mohou vidět mnoho zajímavých stromů a keřů. Součástí zámku je také hřebčín, kde je chováno plemeno starokladrubského koně (Stehlíková a Štěpán, 2014, s. 35–37).

V průběhu let se zámek stal centrem kulturního a společenského dění města. Konají se zde několikrát do roka různé výstavy, koncerty a přednášky. Jednou z hlavních nabídek je možnost uskutečnění svatby v zámeckých prostorách (Okresní úřad, městské a obecní úřady, s. 22).

Zámek disponuje stálou expozicí, které ukazuje příběhy ze života knížecího rodu. Jsou zde prezentovány jak prostory určeny pro panstvo, tak prostory pro služebnictvo. V zámku je také umístěno hippologické muzeum. Vzhledem k tomu, že region Východních Čech má dlouhou hippologickou tradici, může se zámek Slatiňany prezentovat se sbírkou, která je ojedinělá a uznávaná v celé Evropě. Expozice představuje život koně, jeho původ a vývoj, ukazuje jeho hrdost a majestátnost, jeho krásu a jeho využití člověkem (Zámek Slatiňany, ©2015).

Anglický park, který patří k zámku, navazuje na pastviny, na kterých byly vybudovány ohrady pro koně. Na nich lze vidět chov kladrubského plemena. Toto plemeno je unikátní v tom, že je to jediné, které pochází původně z Čech. Dalším unikátem je výběh koně Převalského, který je poslední ukázkou žijícího divokého koně. Prohlídky hřebčína a projížďky kočárem jsou další možnosti, jak využít čas strávený ve městě Slatiňany (Zámek Slatiňany, ©2015).

### **6.3 Švýcárna Slatiňany**

K jednomu z nejnovějších projektů města Slatiňany patří přestavba budovy zvané Švýcárna, která byla zahájena roku 2010 a byla dokončena roku 2012. Objekt leží jihozápadně od zámku. Nyní se zde nachází Interaktivní muzeum starokladrubského koně (Město Slatiňany, 2012, s. 2-5).

O samotné budově se dochovalo mnoho starých fotografií a historických materiálů. Součástí expozice je ukáзка historie a současnosti města Slatiňany. To vše mohou návštěvníci vidět v prostorách muzea prostřednictvím filmů. Dále jsou zde promítány filmy o starokladrubském koni, o tom, jak kůň přichází na svět, o celém jeho životě, o koňských závodech, spřeženích a mnoho dalšího. Ve výstavních prostorách jsou vidět různé uzdy, biče, chomouty, ostruhy a dalších věcí, které jsou nedílnou součástí chovu koně (Město Slatiňany, 2012, s. 2–5).

## 6.4 Kočičí hrádek a Vrchlického návrší

Kočičí hrádek představuje miniaturu hradu, která leží na křemencové skalce v lese. Nachází se v jihozápadní části zámeckého lesoparku. Hrádek nechala postavit Vilemína Auersbergová pro své děti. Je to jedena z nejoblíbenějších atrakcí pro nejmenší návštěvníky (Okresní úřad, městské a obecní úřady, s. 22).

Vrchlického návrší leží jižně od zámku. Na návrší se rozkládá třešňová sad s vyhlídkou do kraje. Toto místo bylo oblíbené českým spisovatelem, básníkem a dramatikem Jaroslavem Vrchlickým, který ve Slatiňanech trávil pravidelně své prázdniny. Tuto skutečnost připomíná pamětní deska, která je zde umístěn a (Okresní úřad, městské a obecní úřady, s. 22).

## 6.5 Rekreační lesy Podhůra

V roce 2004 se část lesů poblíž města Slatiňany transformovala z hospodářských účelů na les pro zvláštní využití, les s rekreační funkcí. Hlavní myšlenkou tohoto projektu byla přestavba, která by zachovala ráz tamější krajiny a zároveň ho přizpůsobila k potřebám člověka a jeho relaxaci a odpočinku (Městské lesy Chrudim, s.r.o., ©2008–2015a).

Postupem času se z lesů stala rekreační oblast, kde byla vybudována naučná stezka s tematikou lesního poznání. Byla postavena rozhledna Bára azlepšilo se turistické značení. Vytvořila se místa pro sport a volný čas. Mezi ně patří lanový park a lesní posilovna (Městské lesy Chrudim, s.r.o., ©2008–2015b).

Rozhledna Bára má unikátní tvar trojbokého komolého jehlanu. Tato konstrukce je k vidění pouze na tomto místě. Výhled z této rozhledny je velice rozmanitý. Na jižní a západní straně je viditelný hřbet Železných hor, okolí měst Chrudimě a Pardubic, a při dobré viditelnosti jsou v dále vidět výběžky Krkonošských a Orlických hor (Městské lesy Chrudim, s.r.o., ©2008–2015b).

Lanový park a lesní posilovna jsou jedny z možností, jak strávit čas v těchto rekreačních lesích. Přináší v sobě zábavu a zároveň i odpočinek od každodenního stresu. Lanový park je zkonstruován v korunách stromů zdejšího lesa. Připraveny jsou zde cesty s nižší i vyšší obtížností (Městské lesy Chrudim, s.r.o., ©2008–2015c).

## 7 TURISTICKÉ INFORMAČNÍ CENTRUM SLATIŇANY

TIC ve Slatiňanech vzniklo 1. června 2003 za podpory Pardubického kraje. Leží na adrese T. G. Masaryka, číslo popisné 36, vedle restaurace a penzionu U Zámku. Infocentrum je součástí budovy Městského úřadu Slatiňany. Nachází se poblíž zámeckého areálu a proto je snadné pro turisty jej najít. Umístěno je v přízemí budovy společně s prostory městské knihovny a je zajištěno bezbariérovým přístupem. Vchod do TIC naleznou návštěvníci na rohu budovy od parkoviště restaurace a penzionu U Zámku. Slouží jak pro občany Slatiňany, tak pro návštěvníky města (Městská knihovna Slatiňany, ©2007–2014).

### 7.1 A.T.I.C. ČR a Czech Tourism

TIC ve Slatiňanech je členem profesní organizace A.T.I.C. ČR. Členství bylo zahájeno dne 10. 9. 2013. Dále disponuje certifikátem, který uděluje A.T.I.C. ČR společně s organizací Czech Tourism. Tento certifikát je udělován na základě Jednotné klasifikace turistických informačních center ČR, který je jediným současným systémem certifikace TIC. Infocentrum ve Slatiňanech se stalo držitelem certifikátu klasifikační třídy B. Tyto třídy se od sebe navzájem odlišují podle rozsahu poskytovaných služeb. Platnost certifikátu je vyměřena do dne 12. 6. 2015 (Interní zdroje).

Poté, podle Jednotné klasifikace turistických informačních center České republiky, nastane fáze tzv. recertifikace. Jejíž součástí je plánovaná kontrola z řad A.T.I.C. ČR. Kontrola se zaměřuje na chod TIC v souladu s požadavky, které jsou stanovené v jednotné klasifikaci. Ověřuje poskytované služby a plnění požadavku v rámci třídy, kterou je TIC ve Slatiňanech součástí. Výsledkem je prodloužení nebo zániknutí certifikátu. Popřípadě zařazení do jiné klasifikační třídy (Interní zdroje).

Plánované kontroly však nejsou jedinými kontrolami konanými v rámci A.T.I.C. ČR. Součástí jsou i takzvané neplánované formou mystery shoppingu. Při níž přijde člen A.T.I.C. ČR do provozovny TIC a chová se jako běžný zákazník. Úkolem je ohodnotit kvalitu služeb. V rámci této kontroly získalo TIC ve Slatiňanech ohodnocení vyšší než 95%. Jediným nedostatkem bylo okolí TIC, které však není samotné TIC schopno ovlivnit (Interní zdroje).

## 7.2 Financování

Financování TIC ve Slatiňanech pochází ze dvou zdrojů. Prvním z nich je prodej upomínkových předmětů, publikací a dalších produktů. Druhým zdrojem je pak v rámci Destinační společnosti Východní Čechy. TIC ve Slatiňanech získává finanční prostředky na základě vedení databází o aktualitách, událostech, atd. Ty se následně odevzdávají Destinační společnosti Východní Čechy, které provádí kontroly za určené období. Finance pak TIC získává za počet aktualit a přehlednosti o svém kraji působnosti (Interní zdroje).

## 7.3 Poskytované služby

Mezi nejhlavnější poskytované služby TIC patří podávání informací svým zákazníkům. Ať už se jedná o informace spojené s turistickými eventualitami v okolí, kde se infocentrum nachází, nebo informace o ubytování, stravování, společenských a kulturních aktivitách, atd. (Interní zdroje).

Služby, které poskytuje TIC ve Slatiňanech, mohou být rozděleny do sekcí s názvy: typy na výlet, ubytování a stravování, zdravotnictví, sport a volný čas, knihovna a zboží a ostatní služby a informace. Tyto informace se mohou zákazníci dočíst na internetových stránkách TIC nebo se mohou dozvědět od personálu TIC ve Slatiňanech (Interní zdroje).

### 7.3.1 Typy na výlet

Asi nejdůležitější službou všech TIC je poskytování informací o turisticky zajímavých místech pro trávení prázdnin, dovolené a veškerého volného času. Na internetových stránkách informačního centra ve Slatiňanech je tato sekce rozdělena na dvě skupiny: „u nás“ a „okolí“ (Infocentrum Slatiňany, ©2014).

V takzvané oblasti „u nás“ je míněno město Slatiňany a jeho městské části. TIC poskytuje informace o nejvýznamnějších a nejzajímavějších místech, které jsou často navštěvovány turisty. Nejčastěji se jedná o zámek ve Slatiňanech, Švýcárnu, Hřebčín, Kočičí hrádek nebo kostel sv. Martina (Infocentrum Slatiňany, ©2014).

Druhou oblastí jsou informace o blízkém i vzdálenějším okolí města Slatiňany. Návštěvníci se mohou dozvědět vše o Rekreačních lesích Podhůra, městě Chrudimě, blízkých hradech a zámcích, obcích a místech a to nejen těch, co patří do turistické oblasti Chrudimsko-Hlinecko (Infocentrum Slatiňany, ©2014).

### 7.3.2 Ubytování a stravování

Pokud se turisté rozhodnou o strávení více než jednoho dne ve městě Slatiňany, určitě uvítají služby o poskytování informací týkající se ubytování. Na webových stránkách TIC jsou ve stejnojmenné sekci „ubytování“ vypsány možnosti, kde mohou návštěvníci případně strávit jednu či více nocí. Možností je zde více. Jedná se o penziony v okolí, ubytovny pro turisty nebo například přespání v chatkách. Zájemci zde také naleznou, jak velké pokoje si mohou pronajmout, cenu za pronajatou jednotku, kontakty, webové stránky i možnosti využití volného času v okolí ubytování (Infocentrum Slatiňany, ©2014).

Pokud se návštěvníci rozhodnou raději o osobní kontakt, mohou zajít do TIC, kde jim budou personálem poskytnuté podrobnější informace o možnostech ubytování v okolí. Personál je ochoten pomoci s nalezením nejvhodnějšího ubytování podle přání turistů, dále jim mohou zařídit případnou rezervaci v jimi vybraném objektu (Interní zdroje).

V sekci „stravování“ se návštěvníci mohou dozvědět, kam si zajít na jídlo a pití, nebo například na dezert. Jsou zde vypsány restaurace, hospůdky a cukrárny, které lze nalézt ve Slatiňanech a okolí. Ke každé možnosti jsou přiloženy adresy, telefonické kontakty, popřípadě emailové adresy a webové stránky (Infocentrum Slatiňany, ©2014).

Stejně tak jako u informací o ubytování, tak i u informací o stravování se návštěvníci mohou dozvědět více u personálu TIC. Personál návštěvníkům pomůže s nejlepším výběrem dle přání zákazníka a poradí například i cestu, jak se dostat k cíli (Interní zdroje).

### 7.3.3 Zdravotnictví

Pro případ, že by návštěvníci potřebovali vyhledat lékařskou pomoc, je tu sekce „zdravotnictví“. Na webových stránkách TIC jsou vypsány nejdůležitější informace o nejbližších zdravotnických střediscích a lékařích. Společně s nimi jsou zde vypsány telefonní kontakty (Infocentrum Slatiňany, ©2014).

Za další jsou zde uvedeny zdravotní instituce a organizace společně s internetovými stránkami, kde se návštěvníci mohou dočíst více informací. Poslední část tvoří unie a sdružení, které jsou doplněny o telefonní kontakty a internetové adresy. Pokud se však návštěvníci chtějí dozvědět podrobnější informace, personál TIC je ochoten zodpovědět veškeré otázky (Interní zdroje).



### 7.3.4 Sport a volný čas

Zdravé trávení volného času je rychle se rozvíjejícím fenoménem nejen ve světě, ale i v České republice. Proto TIC ve Slatiňanech poskytuje informace právě o sportovním využití a využití volného času. Personál je ochoten odpovědět na veškeré otázky týkající se sportovních areálů, koupališť, sportovních hřišť, cvičení ve městě, atd. (Interní zdroje).

Na internetových stránkách se návštěvníci mohou dočíst o nabídkách, jak trávit svůj volný čas na sportovní bázi, kam patří návštěva venkovní posilovny, využití vybudovaných cyklotras či půjčení koloběžek. Pro ty, kteří se rozhodnou pro trávení volného času způsobem relaxace, se pak mohou dočíst například o možnosti návštěvy plovárny. Rodiny s dětmi pak budou zajímat například hřiště pro děti (Infocentrum Slatiňany, ©2014).

### 7.3.5 Knihovna

Jak již bylo řečeno, k TIC ve Slatiňanech patří i městská knihovna. Knihovna nabízí běžně služby knihoven. Mimo půjčování knih se zde nabízí služba veřejného internetu, který je k dispozici prostřednictvím jednoho počítače. Výhodou spojení TIC a knihovny je bezesporu možnost čtení denního tisku, periodik, regionálních knih a již zmíněného veřejného internetu (Městská knihovna Slatiňany, ©2007–2014).

Knihovna je rozdělena na část pro dospělé a část pro děti a mládež. V prostorách knihovny je nabízeno téměř 16 000 svazků, kde největší část zaujímá beletrie, dále naučná literatura pro dospělé a pro děti. Dále se v prostorách knihovny pořádají besedy pro děti a mládež, nebo soutěže pro děti i dospělé (Městská knihovna Slatiňany, ©2007–2014).

### 7.3.6 Zboží a ostatní služby a informace TIC ve Slatiňanech

Ke každému TIC neodmyslitelně patří i prodej upomínkových předmětů, které se úzce váže s turistickými zajímavostmi okolí. Proto není výjimkou ani TIC ve Slatiňanech. Mezi nejhlavnější produkty, které se zde prodávají, se mohou řadit turistické známky a turistické vizitky. Na obou těchto produktech jsou vyobrazeny dominanty města Slatiňany a jeho blízkého okolí. Návštěvníci tak mohou vybírat z řady různých vyhotovení. Dále pak TIC ve Slatiňanech nabízí další upomínkové předměty, publikace, mapy a nejvýznamnější část poslední doby představují regionální produkty (Interní zdroje).

V sekci ostatních služby, které jsou poskytovány turistům, se může řadit:

- veřejný internet;
- kopírování;
- laminování;
- skenování;
- poskytování informačních materiálů;
- prodej vstupenek;
- příjem plakátů do infocentra;
- průvodcovské služby;
- ztráty a nálezy (Interní zdroje).

Součástí fungování Infocentra ve Slatiňanech je vytváření databanky, která obsahuje seznam a kontakty na podnikatele, podniky, organizace, apod., které se nachází v místě jeho působnosti. Je možné zde naleznout různé servisy a půjčovny kol a lyží; peněžní instituce; čerpací stanice; taxislužby; prodejny s potravinami; sběrný dvůr atd. (Interní informace) (Interní zdroje).

	V sezóně (červenec-srpen)		Mimo sezónu (září-červen)	
Pondělí	8:00-11:00	12:00-16:00	8:00-11:00	12:00-16:00
Úterý	8:00-11:00	12:00-16:00	8:00-11:00	12:00-16:00
Středa	8:00-11:00	12:00-18:00	8:00-11:00	12:00-18:00
Čtvrtek	8:00-11:00	12:00-18:00	8:00-11:00	12:00-18:00
Pátek	8:00-11:00	12:00-16:00	8:00-16:00	zavřeno
Sobota	9:00-12:00	13:00-16:00	zavřeno	zavřeno
Neděle	9:00-12:00	13:00-16:00	zavřeno	zavřeno

Zdroj: Městská knihovna Slatiňany, ©2007–2014

*Tab. 1: Otevírací doba TIC Slatiňany*

## 8 OSTATNÍ TIC V TURISTICKÉ OBLASTI CHRUDIMSKO-HLINECKO

V této kapitole jsou charakterizována TIC v turistické oblasti Chrudimsko-Hlinecko. Jedná se o města Chrudim, Hlinsko, Seč, Luže, Třemošnice, Nasavrky, Skuteč a Heřmanův Městec. Jsou popsány oblasti, ve kterých podávají informace návštěvníkům, poskytované služby a otevírací doba. Veškeré uvedené informace jsou zjišťované přes oficiální stránky zmíněných TIC a přes internetovou stránku [www.czecot.cz](http://www.czecot.cz). Informace dopomáhají následnému sestavení SWOT analýzy TIC ve Slatiňanech.

### 8.1 Chrudim

Jak již bylo řečeno, Chrudim je jedno z center turistické oblasti Chrudimsko-Hlinecko. Jeho rozloha je podstatně větší, než rozloha Slatiňan, a proto se předpokládá větší škála nabízených služeb. Infocentrum v Chrudimi se nachází přímo na Resselově náměstí v budově staré radnice. Vstup je zajištěn pro vozíčkáře bezbariérovým přístupem. Stejně tak jako TIC ve Slatiňanech je i Chrudim členem A.T.I.C. ČR, a disponuje i stejným certifikátem klasifikační skupiny B (Mikroregion Chrudimsko ©2008–2015b).

Personál infocentra je zajištěn dvěma osobami. Vstřícnost a ochota je zásadou veškerého personálu, který pracuje ve všech TIC. Jazyková vybavenost je pro podmínky provozování infocentra ve Chrudimi dostačující. Personál je schopen se domluvit českým, anglickým, německým a slovenským jazykem. Internetové stránky jsou provozovány v rámci portálu [www.návštěvník.cz](http://www.návštěvník.cz), kde je k dispozici velice málo informací (Mikroregion Chrudimsko, ©2008–2015b).

Oblasti informací, které TIC v Chrudimi poskytuje:

- kulturní a společenské;
- sportovní a volný čas;
- ubytování a stravování;
- turistické možnosti regionu;
- dopravní spojení;
- kontakty (telefonní čísla a adresy) (Mikroregion Chrudimsko, 2008-2015).

Mezi jejich další služby se řadí:

- poskytování informačních materiálů;
- prodej upomínkových a turistických předmětů;
- prodej map, pohledů, kalendářů, průvodců a publikací;
- veřejný internet;
- kopírování, faxování, skenování, tisknutí;
- průvodcovské služby;
- zajišťování exkurzí;
- předprodej vstupenek do chrudimského divadla a kina;
- předprodej vstupenek v síti Ticketportal a Ticketstream;
- příjem plakátů do výlepové služby;
- půjčovna nordicwalking holí a audioprůvodců (Mikroregion Chrudimsko, ©2008–2015b).

Velkou výhodou TIC v Chrudimi je možnost placení platební kartou, přijímají se zde platební karty: EuroCard, MasterCard, Maestro, VISA a VISA Electron (Mikroregion Chrudimsko, ©2008–2015b)

	V sezóně (červen-září)		Mimo sezónu (říjen-květen)	
Pondělí	8:00-12:00	12:30-17:00	8:00-12:00	12:30-16:00
Úterý	8:00-12:00	12:30-17:00	8:00-12:00	12:30-16:00
Středa	8:00-12:00	12:30-17:00	8:00-12:00	12:30-16:00
Čtvrtek	8:00-12:00	12:30-17:00	8:00-12:00	12:30-16:00
Pátek	8:00-12:00	12:30-17:00	8:00-12:00	12:30-16:00
Sobota	9:00-12:00	12:30-17:00	8:00-12:00	zavřeno
Neděle	9:00-12:00	12:30-17:00	8:00-12:00	zavřeno

Zdroj: Mikroregion Chrudimsko, ©2008–2015b

*Tab. 2: Otevírací doba TIC Chrudim*

## 8.2 Hlinsko

Hlinsko je druhou centrálou turistické oblasti Chrudimsko-Hlinecko. Stejně jako město Chrudim je i Hlinsko podstatně větší, než Slatiňany. TIC v Hlinsku se nově nachází v historické části města zvané Betlém. Tato část leží ve středu města po pravé straně řeky

Chrudimky. Vstup je zajištěn bezbariérovým přístupem (Městský úřad Hlinsko, ©2008–2015e)

Informační centrum je také členem A.T.I.C. ČR. Avšak kromě certifikátu třídy Budělovského A.T.I.C. ČR a organizací Czech Tourism, má TIC dále ještě celkem dva certifikáty. První z nich je certifikát Českého systému kvality služeb. Druhým je certifikát, který nese název „Cyklisté vítání“ (Městský úřad Hlinsko, ©2008–2015e).

Zaměstnanci TIC v Hlinsku jsou tři lidé. Tito lidé se starají o celý chod informačního centra a mimo to zajišťují například organizaci různých společenských aktivit a událostí, nebo řídí chod Hlineckých novin. Jazyková vybavenost personálu se pohybuje kolem jazyka českého, německého a anglického. Internetové stránky fungují v rámci internetových stránek města Hlinsko, stránky jsou sice přehledné, ale je zde uvedeno velice málo informací (Městský úřad Hlinsko, ©2008–2015e).

Oblasti informací, které TIC v Hlinsku poskytuje:

- kulturní a společenské;
- sportovní a volný čas;
- ubytování a stravování;
- turistické možnosti regionu;
- dopravní spojení;
- kontakty (telefonní čísla a adresy);
- služby, obchody, instituce (Městský úřad Hlinsko, ©2008–2015e).

Mezi jejich další služby se řadí:

- poskytování informačních materiálů;
- prodej upomínkových a turistických předmětů;
- prodej map, pohledů, kalendářů, průvodců a publikací;
- veřejný internet;
- kopírování, faxování, skenování, tisknutí;
- rezervace a prodej vstupenek na divadelní představení, koncerty, festivaly a kino;
- prodej vstupenek sítě Ticketstream;
- prodej regionálních produktů (medu, medoviny a včelích produktů atd.);
- prodej dřevěných výrobků a hraček;
- příjem inzerce a článků do Hlineckých novin;
- správa expozice dřevěných hraček (Městský úřad Hlinsko, ©2008–2015e).

	V sezóně (30. května-13.září)	Mimo sezónu (14. září-29. květen)
Pondělí	8:00-17:00	8:00-16:30
Úterý	8:00-17:00	8:00-16:30
Středa	8:00-17:00	8:00-16:30
Čtvrtek	8:00-17:00	8:00-16:30
Pátek	8:00-17:00	8:00-16:30
Sobota	9:00-16:00	zavřeno
Neděle	9:00-15:00	zavřeno

Zdroj: Městský úřad Hlinsko, ©2008–2015e

*Tab. 3: Otevírací doba TIC Hlinsko*

### 8.3 Seč

TIC Seč leží v centru města. Je členem A.T.I.C. ČR. Disponuje certifikátem klasifikační skupiny C udělovaným A.T.I.C. ČR a organizací Czech Tourism. Personál je schopen se domluvit jazykem českým, německým, anglickým, ruským a slovenským (CZeCOT, ©2002–2015).

Přístup do budovy je jen z části přizpůsobený osobám s pohybovým postižením. Dále je i částečně přizpůsoben pro občany se zrakovým postižením. Prostory TIC jsou součástí prostor městské knihovny. Platit se dá pouze hotově českou měnou. Internetové stránky jsou součástí internetových stránek města, návštěvníci nemají přístup k velikému množství informací (CZeCOT, ©2002–2015).

Oblasti informací, které TIC v Seči poskytuje:

- kulturní a společenské;
- sportovní a volný čas;
- ubytování a stravování;
- turistické možnosti regionu;
- dopravní spojení (CZeCOT, ©2002–2015).

Mezi jejich další služby se řadí:

- poskytování informačních materiálů;
- prodej upomínkových a turistických předmětů;
- prodej map, pohledů, kalendářů, průvodců a publikací;

- veřejný internet;
- kopírování, faxování, skenování, tisknutí;
- prodej poštovních cenin;
- prodej rybářských povolenek;
- předprodej vstupenek na kulturní a společenské události;
- průvodcovské služby;
- ztráty a nálezy (CZeCOT, ©2002–2015).

	V sezóně (15. června-14. Zář)		Mimo sezónu (15. Zář-14.června)	
	09:00-12:00	13.00-17:00	8:00-12:00	13:00-17:00
Pondělí	09:00-12:00	13.00-17:00	8:00-12:00	13:00-17:00
Úterý	09:00-12:00	13.00-17:00	8:00-12:00	zavřeno
Středa	09:00-12:00	13.00-17:00	8:00-12:00	13:00-15:00
Čtvrtek	09:00-12:00	13.00-17:00	8:00-12:00	13:00-15:00
Pátek	09:00-12:00	13.00-17:00	zavřeno	13:00-17:00
Sobota	09:00-12:00	13.00-17:00	8:00- 2:00	zavřeno
Neděle	09:00-12:00	13.00-17:00	zavřeno	zavřeno

Zdroj: CZeCOT, ©2002–2015

Tab. 4: Otevírací doba TIC Seč

## 8.4 Luže

Informační centrum leží na náměstí Plukovníka Josefa Koukala. V červnu roku 2011 se TIC v Luži stalo členem A.T.I.C. ČR. Podobně jako ve Slatiňanech, tak i v Luži disponují certifikátem klasifikační třídy B (Město Luže, ©2008–2015).

Budova TIC je částečně přizpůsobena osobám s pohybovým postižením a osobám se zrakovým postižením. Jediný jazyk personálu, kterým jsou schopni se domluvit, je český. Platit se zde dá pouze hotově českou měnou. Internetové stránky TIC jsou součástí internetových stránek města Luže. Návštěvníci lze nemají možnost dozvědět se mnoho informací (Město Luže, ©2008–2015).

Oblasti informací, které TIC v Luži poskytuje:

- historie města,
- kulturní a společenské;
- sportovní a volný čas;

- ubytování a stravování;
- turistické možnosti regionu;
- dopravní spojení;
- služby, obchody, instituce;
- kontakty (telefonní čísla a adresy) (Město Luže, ©2008–2015).

Mezi jejich další služby se řadí:

- poskytování informačních materiálů;
- prodej upomínkových a turistických předmětů;
- prodej map, pohledů, kalendářů, průvodců a publikací;
- veřejný internet;
- kopírování, faxování, skenování, tisknutí;
- příjem plakátů na výlepové plochy;
- předprodej vstupenek na kulturní události (Město Luže, ©2008–2015).

	V sezóně (15. červen-15. září)		Mimosezónu (16. září-14. června)	
	Pondělí	7:30-11:30	12:00-15:00	7:30-11:30
Úterý	7:00-11:30	12:00-17:00	7:00-11:30	12:00-17:00
Středa	7:00-11:30	12:00-17:00	7:00-11:30	12:00-17:00
Čtvrtek	7:00-11:30	12:00-15:00	7:00-11:30	12:00-15:00
Pátek	7:00-11:30	12:00-14:00	7:00-11:30	12:00-14:00
Sobota	10:00-17:00	zavřeno	10:00-17:00	zavřeno
Neděle	10:00-17:00	zavřeno	10:00-17:00	zavřeno

Zdroj: Město Luže, ©2008–2015

*Tab. 5: Otevírací doba TIC Luže*

## 8.5 Třemošnice

Informační centrum v Třemošnici se nachází na hlavní ulici 1. máje. Je členem A.T.I.C. ČR. Disponuje certifikátem TIC klasifikační skupiny B. Vchod do budovy i její prostory jsou přizpůsobeny osobám s pohybovým postižením. Stejně tak jsou prostory vhodné pro osoby se zrakovým postižením (Informační centrum a Městská knihovna Třemošnice, ©2009–2015).



Personál TIC v Třemošnici je vybavený znalostmi českého anglického a jazyka. Placení je možno jen hotově českou měnou. Infocentrum má své vlastní internetové stránky, kde jsou přehledně a podrobně vypsány informace, které by návštěvníky mohly zajímat (Informační centrum a Městská knihovna Třemošnice, ©2009–2015).

Oblasti informací, které TIC v Třemošnici poskytuje:

- kulturní a společenské;
- sportovní a volný čas;
- ubytování a stravování;
- turistické možnosti regionu;
- dopravní spojení;
- služby, obchody, instituce; (Informační centrum a Městská knihovna Třemošnice, ©2009–2015).

Mezi jejich další služby se řadí:

- poskytování informačních materiálů;
- prodej upomínkových a turistických předmětů;
- prodej map, pohledů, kalendářů, průvodců a publikací;
- veřejný internet;
- kopírování, faxování, skenování, tisknutí;
- předprodej vstupenek na kulturní události;
- předprodej vstupenek v sítích Ticketportal, Ticketart a Ticketstream;
- služby knihovny (Informační centrum a Městská knihovna Třemošnice, ©2009–2015).

	V sezóně (červen-září)		Mimo sezónu (říjen-květen)	
Pondělí	7:30-12:00	12:00-17:00	7:30-12:00	12:30-17:00
Úterý	7:30-12:00	12:00-17:00	7:30-12:00	12:30-17:00
Středa	7:30-12:00	12:00-17:00	7:30-12:00	12:30-17:00
Čtvrtek	7:30-12:00	12:00-17:00	7:30-12:00	12:30-17:00
Pátek	7:00-12:00	12:30-17:00	7:00-12:00	12:30-14:30
Sobota	9:00-11:00	zavřeno	zavřeno	zavřeno

Zdroj: Informační centrum a Městská knihovna Třemošnice, ©2009–2015

Tab. 6: Otevírací doba TIC Třemošnice

## 8.6 Nasavrky

TIC v Nasavrkách je umístěno v zámku na dolním konci hlavního náměstí. Stejně jako výše zmíněná TIC je součástí A.T.I.C. ČR. Je vlastníkem certifikátu třídy B. Prostory TIC v Nasavrkách nejsou uzpůsobeny osobám s pohybovým ani zrakovým postižením (Turistické informační centrum Nasavrky, ©2011–2015).

Personál je schopen se domluvit českým, ruským a anglickým jazykem. Placení je možnou pouze českou měnou a hotově. TIC Nasavrky vlastní svoje internetové stránky, kde nemožno nalézt přehledně a podrobně vypsane všechny potřebné informace (Turistické informační centrum Nasavrky, ©2011–2015).

Oblasti informací, které TIC v Nasavrkách poskytuje:

- historie města;
- kulturní a společenské;
- sportovní a volný čas;
- ubytování a stravování;
- turistické možnosti regionu;
- dopravní spojení;
- služby, obchody, instituce;
- kontakty (telefonní čísla a adresy) (Turistické informační centrum Nasavrky, ©2011–2015).

Mezi jejich další služby se řadí:

- poskytování informačních materiálů;
- prodej upomínkových a turistických předmětů;
- prodej map, pohledů, kalendářů, průvodců a publikací;
- veřejný internet;
- kopírování, faxování, skenování, tisknutí;
- předprodej vstupenek na kulturní události;
- průvodcovské služby;
- zajišťování expozice;
- rezervace ubytování;
- prodej vstupenek sítě Ticketportal;
- rezervace a předprodej vstupenek na kulturní a společenské události (Turistické informační centrum Nasavrky, ©2011–2015).

	V sezóně (červenec-srpen)	Mimo sezónu (listopad-březen)	Mimo sezónu (duben-červen, září, říjen)
Pondělí	9:00-17:00	8:30-16:30	8:30-16:30
Úterý	9:00-17:00	8:30-16:30	8:30-16:30
Středa	9:00-17:00	8:30-16:30	8:30-16:30
Čtvrtek	9:00-17:00	8:30-16:30	8:30-16:30
Pátek	9:00-17:00	8:30-16:30	8:30-16:30
Sobota	9:00-17:00	zavřeno	13:00-16:00
Neděle	9:00-17:00	zavřeno	13:00-16:00

Zdroj: Turistické informační centrum Nasavrky, ©2011–2015

*Tab. 7: Otevírací doba TIC Nasavrky*

## 8.7 Skuteč

TIC se Skutčí se nachází v centru města na Rybičkově ulici. Je členem A.T.I.C. ČR a je vlastníkem certifikátu klasifikační skupiny B. Prostory budovy TIC jsou přizpůsobeny osobám s pohybovým postižením a je částečně uzpůsobené pro osoby se zrakovým postižením (Mikroregion Chrudimsko, ©2008–2015c).

Personál je vybaven znalostmi jazyků českého, německého a anglického. Platit se zde dá pouze hotově a českou měnou. Internetové stránky TIC Skuteč jsou vedeny v rámci portálu návštěvník.cz. Informace jsou přehledné, ale nejsou rozsáhlé (Mikroregion chrudimsko, ©2008–2015c).

Oblasti informací, které TIC ve Skutčí poskytuje:

- kulturní a společenské;
- sportovní a volný čas;
- ubytování a stravování;
- turistické možnosti regionu;
- dopravní spojení;
- služby, obchody, instituce (Mikroregion Chrudimsko, ©2008–2015c).

Mezi jejich další služby se řadí:

- poskytování informačních materiálů;
- prodej upomínkových a turistických předmětů;

- prodej map, pohledů, kalendářů, průvodců a publikací;
- veřejný internet;
- kopírování, faxování, skenování, tisknutí;
- průvodcovské služby;
- turistické programy a balíčky;
- prodej vstupenek na kulturní a společenské události;
- prodej poštovních cenin;
- rezervace ubytování;
- bezbariérové WC (Mikroregion chrudimsko, ©2008–2015c).

	Celoročně	
Pondělí	9:00-12:00	13:00-17:00
Úterý	9:00-12:00	13:00-17:00
Středa	9:00-12:00	13:00-17:00
Čtvrtek	9:00-12:00	13:00-17:00
Pátek	9:00-12:00	13:00-17:00
Sobota	9:00-12:00	13:00-17:00
Neděle	9:00-12:00	13:00-17:00

Zdroj: *Mikroregion chrudimsko, ©2008–2015c*

*Tab. 8: Otevírací doba TIC Skuteč*

## 8.8 Heřmanův Městec

TIC v Heřmanově Městci se nachází na náměstí Míru. Stejně jako všechny TIC v turistické oblasti Chrudimka-Hlinecka je součástí A.T.I.C. ČR. Je vlastníkem certifikátu skupiny B udělující organizace CzechTourism a A.T.I.C. ČR. Prostory jsou vhodné pro osoby s pohybovým postižením. Není však uzpůsobeno pro osoby se zrakovým postižením (Městský úřad Heřmanův Městec, ©2003–2015b).

Personál disponuje jazykem českým, anglickým, německým a ruským. Platit se zde dá pouze českou měnou hotově. Internetové stránky TIC jsou součástí stránek města Heřmanův Městec. Jsou nepopsány základní informace. Podrobnější informace jsou pak podány při osobní návštěvě TIC (Městský úřad Heřmanův Městec, ©2003–2015b).

Oblasti informací, které TIC v Heřmanově Městci poskytuje:

- kulturní a společenské;
- sportovní a volný čas;
- ubytování a stravování;
- turistické možnosti regionu;
- dopravní spojení;
- certifikovaní prodejci mikroregionu Heřmanoměstecko (Městský úřad Heřmanův Městec, ©2003–2015b).

Mezi jejich další služby se řadí:

- poskytování informačních materiálů;
- prodej upomínkových a turistických předmětů;
- prodej map, pohledů, kalendářů, průvodců a publikací;
- veřejný internet;
- kopírování, faxování, skenování, tisknutí;
- prodej vstupenek na kulturní a společenské události;
- prodej vstupenek do kina;
- zajišťování přednášek a seminářů;
- průvodcovské služby;
- tvorba turistických balíčků a programů;
- zajišťování expozic (Městský úřad Heřmanův Městec, ©2003–2015b).

	V sezóně (červenec-srpen)	Mimosezónu (září-červen)
Pondělí	8:00-16:00	8:00-16:00
Úterý	8:00-16:00	8:00-16:00
Středa	8:00-16:00	8:00-16:00
Čtvrtek	8:00-16:00	8:00-16:00
Pátek	8:00-16:00	8:00-16:00
Sobota	9:00-13:00	zavřeno
Neděle	9:00-13:00	zavřeno

Zdroj: Městský úřad Heřmanův Městec, ©2003–2015b

*Tab. 9: Otevírací doba TIC Heřmanův Městec*

## 8.9 Zhodnocení ostatních TIC

Informace poskytované TIC v oblasti Chrudimsko-Hlinecko se od sebe razantním způsobem neliší. Všechny TIC nabízejí informace v oblasti, ubytování a stravování, kulturní a společenské, sport a volný čas, dopravní spojení; dále pak informace týkající se turistických zajímavostí okolí města a v celé oblasti Chrudimsko-Hlinecko. Výjimku tvoří oblast poskytování kontaktů (telefonních čísel a adres), kterou poskytují TIC ve městech Chrudim, Luže, Třemošnice a Nasavrky. Odlišností jsou i informace o službách, institucích a organizacích v okolí TIC, ty poskytují TIC v Luži, Třemošnici, Nasavrkách a Skutči. Ojedinělou oblastí poskytovaných informací disponuje město Heřmanův Městec, kde zdejší TIC nabízí výčet certifikovaných prodejců v mikroregionu Heřmanoměstecko. Tato oblast je velice zajímavá tím, že podporuje menší podnikatele, kteří jsou oceňováni za své produkty a služby platnými certifikáty kvality.

V oblasti služeb se vytváří několik odlišností. V zásadě každé TIC nabízí služby v oblasti poskytování informačních materiálů; prodej upomínkových a turistických předmětů; prodej map, pohledů, kalendářů, průvodců a publikací; veřejný internet; kopírování, faxování, skenování, tisknutí. Avšak jen pár z nich nabízí průvodcovské služby, zajišťování exkurzí nebo tvorbu turistických programů a balíčků.

V oblasti kulturních a společenských událostí se vyskytuje řada odlišností zejména v předprodeji vstupenek na různé kulturní a společenské události. Dále jen pár TIC nabízí možnost předprodeje vstupenek v sítích Ticketportal, Ticketstream nebo Ticketart.

Některá zde uvedená TIC pak nadále poskytují služby příjmu inzerátů a článků do místních novin nebo příjem plakátu do výlepových ploch. Další službou je prodej poštovních cenin, které se nabízí jen v TIC Seč a Skuteč. Ve městě Seč pak v TIC návštěvníci mohou zakoupit i rybářské povolenky.

Ojedinělou službou je i provozování ztrát a nálezů, kterou nabízí město Seč. Služby knihovny pak nabízí jen infocentrum ve městě Třemošnice. Další službou je půjčování nordwalking holí a audioprůvodců, kterou mohou návštěvníci využít v infocentrum Chrudim.

I přesto, že několik TIC má bezbariérový přístup pro osoby se sníženou pohyblivostí, jen TIC ve Skutči nabízí bezbariérové WC. Obdobným způsobem se jedná i o veřejné WC, které v rámci TIC nabízí také jen TIC ve Skutči.

## 9 ANKETA

Vzhledem k faktu, že TIC fungují za účelem přímého styku se zákazníky a uspokojování jejich potřeb, je nutné nahlédnout na zhodnocení TIC ve Slatiňanech z pohledu zákazníka. Anketa slouží ke zjištění objektivního názoru nejdůležitějšího prvku na jakémkoli trhu. Na základě sebraných informací a jejich vyhodnocení je možné sestavit objektivní SWOT analýzu pro zhodnocení TIC ve Slatiňanech.

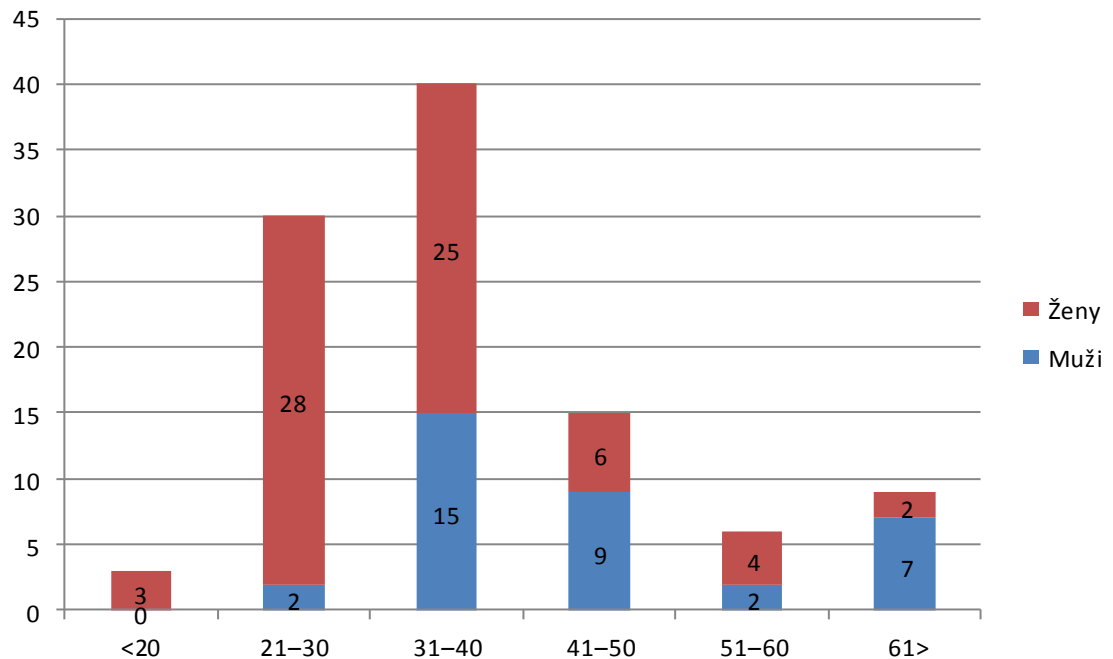
Na úvod ankety je napsáno pár vět s vysvětlením, k jakému účelu anketa slouží, kdo ji připravil a proč by ji zákazníci měli vyplnit. Anketa je rozdělena na celkem 11 otázek. Obsahuje otevřené i uzavřené otázky týkající se zhodnocení personálu, informací, prostoru TIC, atd. Hlavní cílovou skupinou jsou návštěvníci a klienti TIC ve Slatiňanech bez rozdílu věku a pohlaví. Šetření proběhlo v období od 9. března do 10. dubna 2015. Anketa byla umístěna v prostorách TIC ve Slatiňanech. Odpovědělo celkem 103 respondentů. Vyhodnocení sesbíraných dat a jejich vyhodnocení je rozepsáno v následujících podkapitolách.

### 9.1 Demografické otázky

Otázky s čísly jedna a dva vedou čistě ke zjištění demografických údajů. První otázka se ptá ke zjištění pohlaví dotazovaných. Záměrem je zjistit, kolik procent respondentů činí ženy a kolik muži. Po vyhodnocení odpovědí se došlo k závěru, že 66% tvoří ženy, což tvoří celkem 68. Naopak mužů je celkem 35, tedy 34%.

Otázka číslo dvě se ptá na věk. Je patrné, že největší skupinu respondentů tvoří věková skupina od 31 let do 40 let, celkem 40 lidí, z nichž je celkem 25 žen a 15 mužů. Druhou nejpočetnější skupinu tvoří rozmezí věku 21 až 30 (28 žen a 2 muži). Skupina respondentů ve věkové skupině 41-50 tvoří 15 lidí, z nichž 6 jsou ženy a 9 muži. Poté následuje skupina 60 let a více, 51-60 a poslední místo patří věkové skupině pod 20 let. V následujícím grafu jsou zaznamenány odpovědi, graf je rozdělen podle věkových skupin a následně pak podle toho, v kolik každé skupině tvoří ženy a kolik muži. Svislá osa znázorňuje počet lidí a na hlavní vodorovné leží jednotlivá rozmezí věku lidí.

## Demografické otázky



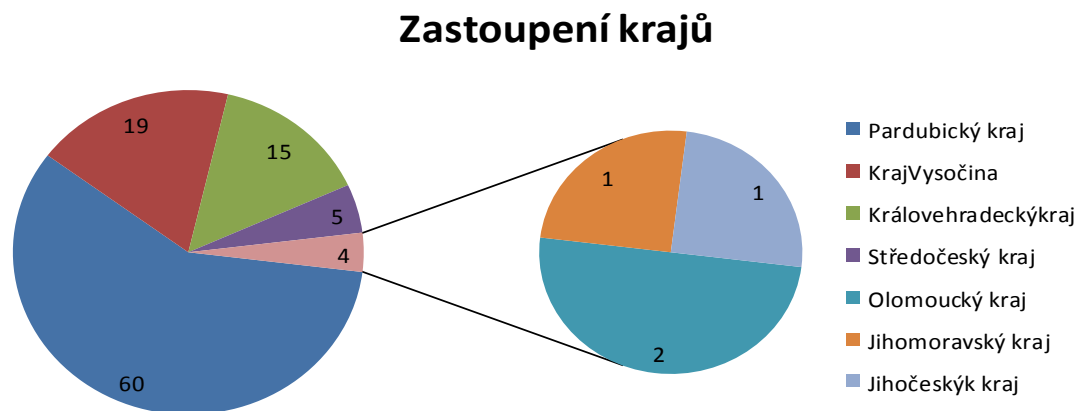
Zdroj: Vlastní zpracování

Graf 1: Grafické otázky

## 9.2 Bydliště

Třetí otázka se ptá, z jakého kraje respondenti přijeli. V nabídce odpovědí byl Pardubický kraj, Královeshradecký kraj, kraj Vysočina, Olomoucký kraj, Jihomoravský kraj, Středočeský kraj a poslední možnost odpovědi byla otevřená, kam respondenti popřípadě dopsali, z jakého kraje pocházejí. Z odpovědí je patné, že většina návštěvníků pochází z Pardubického kraje, celkem 60 lidí. 19 návštěvníků pochází z kraje Vysočina a 15 z Královeshradeckého kraje. Další odpovědi jsou zaznamenány v následujícím grafu.





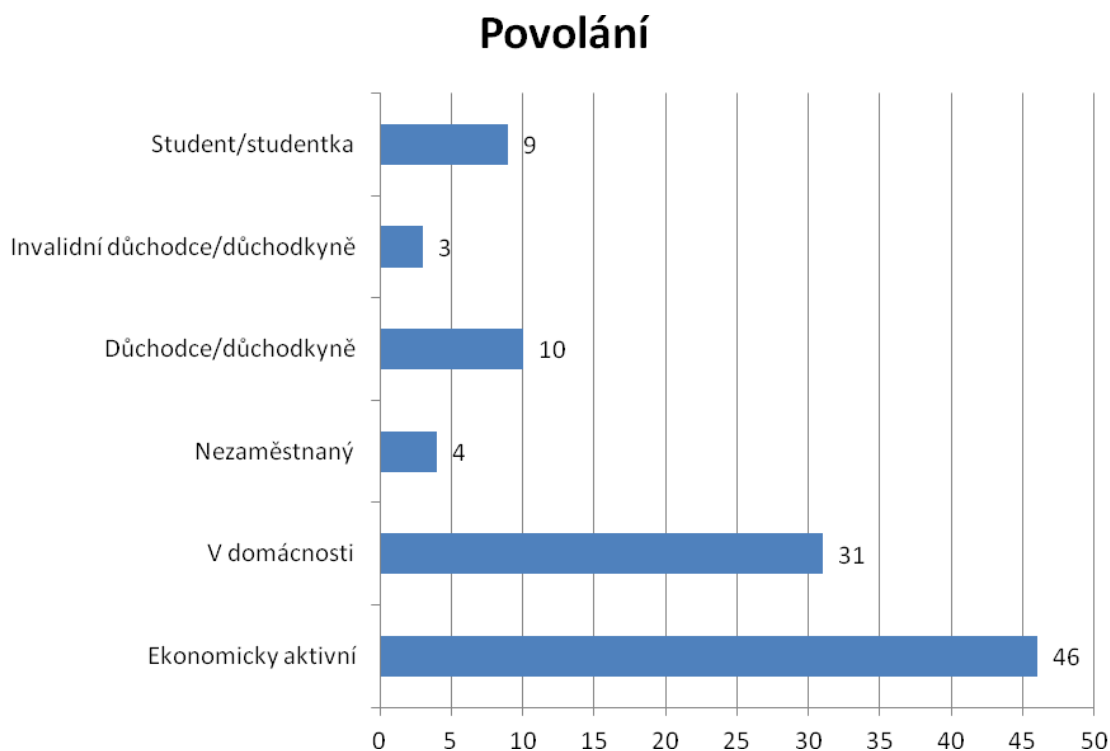
*Zdroj: Vlastní zpracování*

*Graf 2: Zastoupení krajů*

### 9.3 Povolání

Záměr čtvrté otázky je zjistit, zdali jsou respondenti v současné době ekonomicky aktivní. Možné odpovědi byly následující: ekonomicky aktivní; v domácnosti (na mateřské dovolené, rodičovské dovolené, atd.); nezaměstnaný (veden na úřadu práce); důchodce/důchodkyně; invalidní důchodce/důchodkyně; student/studentka; nebo možnost otevřené odpovědi, pokud žádná z možných nabízených možností respondentům nevyhovovala.

Po vyhodnocení všech odpovědí se zjistilo, že celkem 46 respondentů je v současné době ekonomicky aktivní. Druhé místo s 31 odpověďmi patří lidem, kteří jsou nyní v domácnosti, na mateřské dovolené neb rodičovské dovolené. Tento fakt je zcela očekávatelný, neboť právě matky/otcové s dětmi jsou z jedné z hlavních skupin návštěvníků, kteří volí jako cíl svých výletů právě město Slatiňany. Celkem 10 respondentů zvolilo možnost důchodce/důchodkyně. Ostatní odpovědi jsou názorně zobrazeny v následujícím grafu.



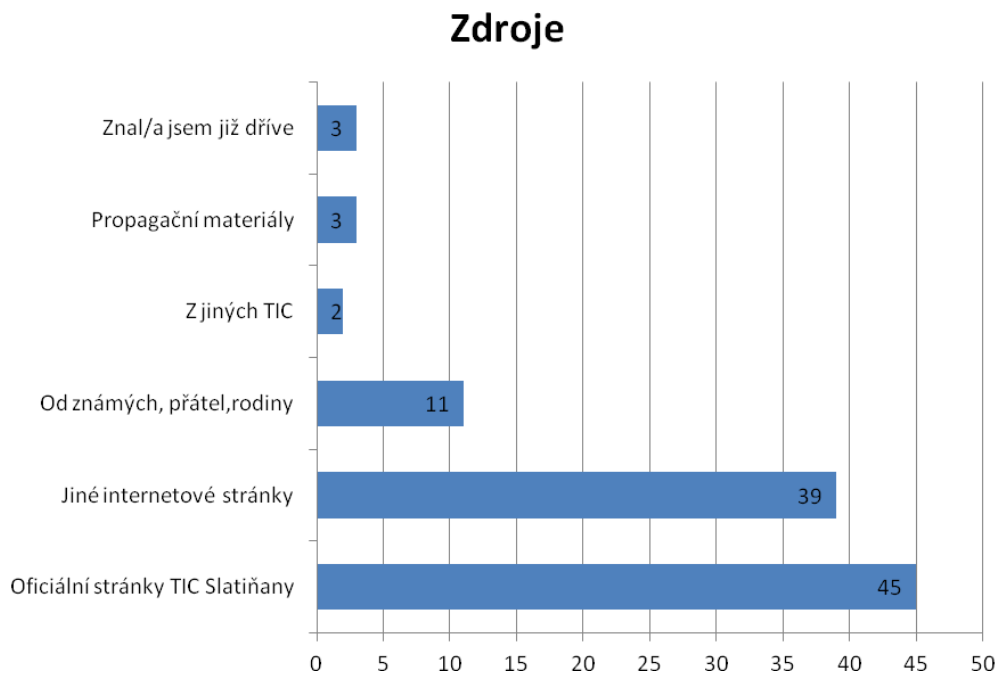
Zdroj: Vlastní zpracování

*Graf 3: Povolání*

## 9.4 Zdroje

Pátá otázka se ptá, jakým způsobem se respondenti dozvěděli o TIC ve Slatiňanech. Zda-li se o něm dozvěděli z oficiálních stránek TIC, nebo z jiných internetových stránek, z propagačních materiálů, případně od rodiny, přátel či známých, od ostatních TIC; z veletrhů a výstav a jako poslední možnost byla opět volná odpověď.

Vyhodnocení ukázalo, že většina dotazovaných získalo povědomí o TIC ve Slatiňanech díky oficiálním stránkám TIC (45 lidí), dále pak díky jiným internetovým stránkám (39), mezi ně se dají zařadit například stránky [www.výletník.cz](http://www.výletník.cz), [www.návštěvník.cz](http://www.návštěvník.cz), atd. Celkem 11 respondentů odpovědělo, že vědí o fungování TIC díky svým rodinám, přátelům či známým. Možnost volné odpovědi byla vyplněna celkem 3 respondenty stejnou opovědí, že TIC ve Slatiňanech znali již dříve. Ostatní odpovědi jsou zaznamenány v následujícím grafu.



Zdroj: Vlastní zpracování

*Graf 4: Zdroje*

## 9.5 Personál

V pořadí šestá otázka byla sestavena pro účely zjištění spokojenosti zákazníků s personálem TIC ve Slatiňanech. Obsahovala celkem čtyři podotázky, s nimiž se měli respondenti ztotožnit pomocí výběru jedné z pěti odpovědí (rozhodně souhlasím, souhlasím, nevím, nesouhlasím a rozhodně nesouhlasím).

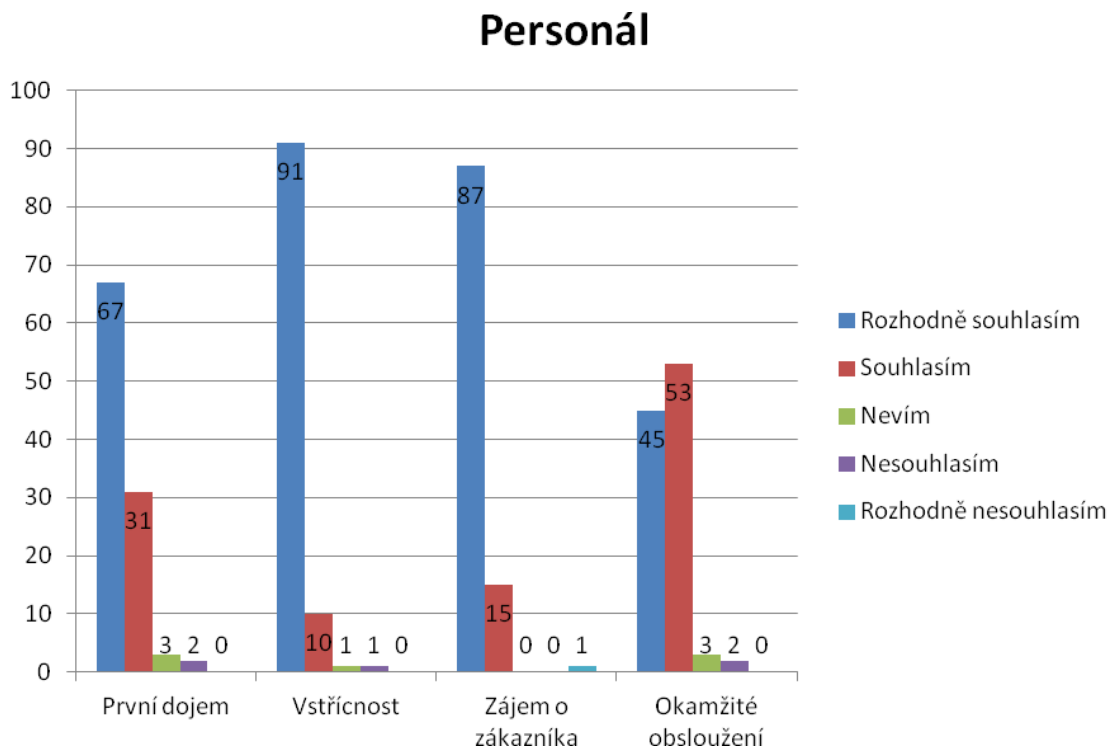
První výrok zněl: Dojem z prvního kontaktu s personálem byl velice příjemný. Nejvíce respondentů se ztotožnilo s odpovědí „rozhodně souhlasím“, celkem 67 lidí. Odpověď „souhlasím“ vybralo celkem 31 dotazovaných, celkem 3 respondenti vybrali otázku „nevím“ a pouze dva odpověděli otázkou „nesouhlasím“. Z této bilance je patrné, že zaměstnanci TIC ve Slatiňanech zanechávají velice dobrý první dojem, který obzvláště v oblasti služeb je nezanedbatelnou stránkou.

Další podotázka zněla: Personál TIC je nanejvýš vstřícný. Z odpovědí je patrné, že personál Slatiňanského TIC se o své zákazníky dobře stará a s ochotou jim pomáhá se všemi jejich dotazy. V součtu 91 respondentů se ztotožnilo s odpovědí „rozhodně souhlasím“, 10 dotazovaných vybralo odpověď „souhlasím“ a po jednom respondentovi jsou zastoupeny odpovědi „nevím“ a „nesouhlasím“.

Třetí výrok je následující: Zájem o zákazníka ze strany personálu je vysoký. Rovněž je vidno, že personál se o své zákazníky zajímá a je ochoten jim se vším pomoci. Celkem 87 respondentů odpovědělo možností „rozhodně souhlasím“, dále pak 15 vybralo odpověď „souhlasím“ a pouze jeden se ztotožnil s možností „rozhodně nesouhlasím“

Poslední výrok vypadá takto: Nečekal/a jsem na obslužení personálem TIC. Jak všichni lidé ze své vlastní zkušenosti ví, není moc příjemné čekání na obslužení. Vzhledem k tomu, že v TIC ve Slatiňanech pracují pouze dvě osoby, je v některých situacích obtížně obsloužit zákazníky tak, aby nemuseli čekat. Odpovědi byly následující. Celkem 45 lidí se ztotožnilo s odpovědí „rozhodně souhlasím“, 53 vybralo odpověď „souhlasím“, po 3 respondentech má možnost „nevím“ a 2 respondenti vybrali možnost „nesouhlasím“.

V závěru této obsáhlejší otázky je nutno říci, že personál Slatiňanského TIC je ohodnocen více než přívětivě. Samozřejmě jsou tu i oblasti, ve kterých se můžou zdokonalovat, ale co se týká obsluhy zákazníka a zajištění jeho pohody a pohodlí má personál TIC co nabídnout. Následující graf názorně ukazuje zaznamenané odpovědi dle jednotlivých výroků.



Zdroj: Vlastní zpracování

Graf 5: Personál

## 9.6 Informovanost personálu

Sedmá otázka v sobě rovněž jako předešlá skrývá další podotázky. Výsledkem je zjištění, jak respondenti vnímají kvalitu informací, které získávají v TIC Slatiňany. Celkem 6 podotázek měli respondenti ohodnotit známkami od 1 do 5, kdy 1 znamenala nejvyšší ohodnocení a 5 naopak nejnižší. Poslední možností volby byla odpověď „nevím“, která slouží pro ty návštěvníky, kteří se o informace z jednotlivých oblastí nezabývají, a proto je nemohou objektivně posoudit.

První podotázka se zaměřovala na informace týkající se eventualit výletů ve Slatiňanech a okolí. V součtu 81 dotazovaných ohodnotili tyto informace nejvyšší známkou 1. Dále 21 dotazovaných vybraly známku 2 a pouze jeden se přiklonil k známce 3.

Jak již bylo řečeno, město Slatiňany je cílem návštěvníků s dětmi, další podotázka se zaměřuje na kvalitu informací, které se týkají právě možnosti vyžití s rodinou a dětmi. Rovněž se dostalo velice vysokého hodnocení, 80 dotazovaných vybraly známku 1, 12 vybralo možnost „nevím“, 8 respondentů ohodnotilo informace známkou 2, a pouze 3 respondenti se přiklonili k číslu 3.

Informace o kulturním vyžití byly náplní třetí podotázky. Celkem 69 respondentů ohodnotilo tyto informace známkou 1, 18 respondentů vybralo odpověď „nevím“, 13 se přiklonilo ke známce 2. Po jednom a dvou respondentech má známka s číslem 3 a 4.

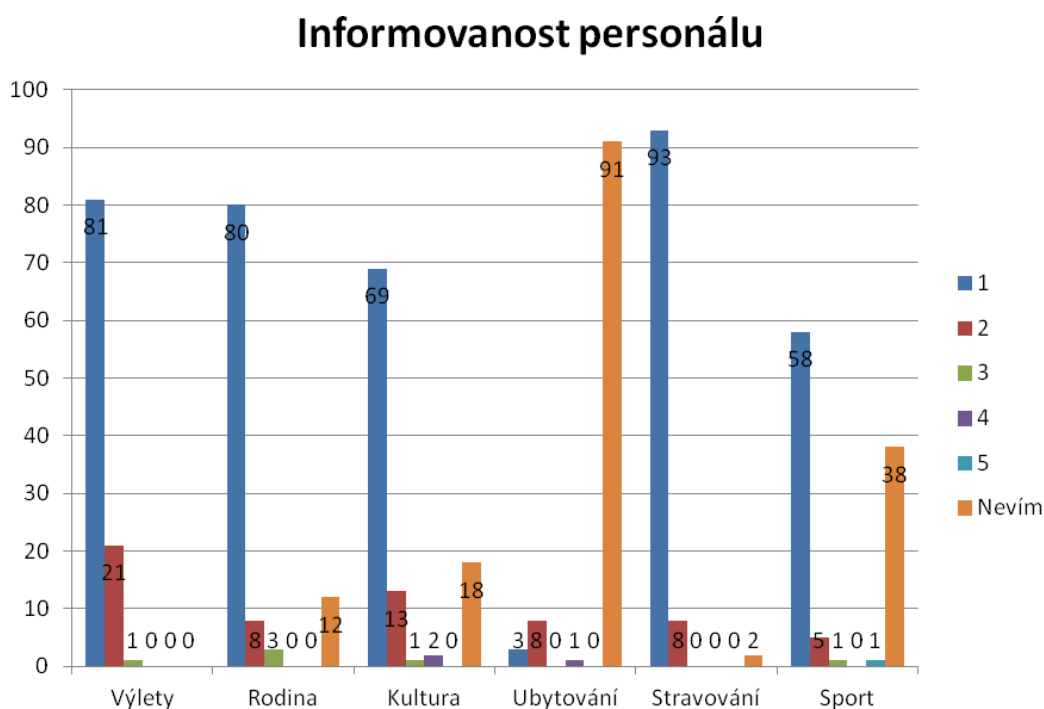
Slatiňany jsou spíše místem pro kratší návštěvy, zejména jednodenní výlety. Avšak výjimku netvoří ani možnost pobytu na více dní. Proto je další podotázka věnována právě informacím o ubytování. V součtu 91 respondentů vybralo možnost „nevím“, 8 respondentů ohodnotilo informace známkou 2, 3 respondenti vybrali známku 1 a pouhý jeden dotazovaný vybral známku 4.

Pátá podotázka se zajímala o kvalitu informací v oblasti stravování. Jako turisticky navštěvované místo musí mít pevnou základnu restaurací, hospod, kaváren a cukráren. Z odpovědí je zřejmé, že personál je vybaven všemi potřebnými informacemi vztahující se k oblasti stravování. Celkem 93 respondentů ohodnotilo tyto informace nejvyšší možnou známkou 1, 8 respondentů vybralo známku 2 a pouhé dva vybrali možnost „nevím“.

Jak již bylo zmíněno, oblast sportu a zdravého pohybu je velice oblíbenou záležitostí posledních let. Proto bylo nutné zjistit kvalitu informací nabízejících z oblasti sportu a sportovního vyžití. Celkem 58 lidí ohodnotilo tyto informace známkou 1, 38 respondentů

vybrali možnost „nevím“, 5 dotazovaných vybralo známku 2 a po jednom respondentovi mají možnosti 3 a 5.

V celkové sumarizaci můžeme zhodnotit kvalitu poskytovaných informací za velice vysokou. Hlavní zásadou je tyto informace neustále obnovovat a udržovat jejich vypovídající kvalitu. Názorně jsou všechny odpovědi vyobrazeny na následujícím grafu.



Zdroj: Vlastní zpracování

*Graf 6: Informovanost personálu*

## 9.7 Změny

V pořadí osmá otázka se zajímala o názor návštěvníku, co by se podle nich mohlo změnit ohledně TIC ve Slatiňanech. Na výběr bylo z těchto eventuálních odpovědí: lokace, otevírací doba, navigační systém, kvalita nabízených služeb, sortiment nabízených výrobků v prostorách TIC, informace poskytující internetové stránky, přístup personálu, informovanost personálu, jazyková vybavenost personálu, informační materiály TIC, výzdoba prostoru TIC, design internetových stránek, množství informací internetových stránek a poslední možnost odpovědi byla otevřená, kam návštěvníci mohli napsat svoji vlastní odpověď.

Celkem 49 lidí se shodlo na tom, že by TIC pomohla změna lokace. 30 respondentů odpovědělo, že by jim vyhovovala jiná otevírací doba. V součtu 2 respondenti stojí za rozšíření nabízených produktů. Žádná jiná odpověď nebyla návštěvníky vyplněna. V otevřené otázce se nacházela odpověď, že by TIC pomohlo rozšíření prostor, kde se právě nachází.

## 9.8 Doporučení

Devátá a desátá otázka se týkala doporučení na služby TIC ve Slatiňanech. V první řadě se jedná o otázku dichotomickou, kde návštěvníci volí odpověď „ano“ nebo „ne“ na otázku, zdali by doporučili návštěvu TIC ve Slatiňanech. V návaznosti na tuto otázku se pojí otázka další, kde jsou respondenti žádáni o vysvětlení jejich odpovědi na předešlou otázku.

Odpověď „ano“ vybralo celkem 92 (89%) respondentů, přičemž odpověď „ne“ pouhých 11 (11%). Při vyhodnocení následující otázky bylo zjištěno, že nejčastějším důvodem, proč by doporučili návštěvu TIC ve Slatiňanech, je získání potřebných informací o turistických zajímavostech, ochota a vstřícnost personálu a zakoupení turistických známek a samolepek. V poslední řadě ano doporučili všem turistům, kteří si vedou svoje turistické deníčky, protože v TIC je poskytováno razítko, které slouží jako důkaz přítomnosti turisty. Respondenti odpovídající na předešlou otázkou „ne“ pak dále popsali, že je zbytečné chodit osobně do TIC, protože na internetových stránkách je dostatek informací. Dále by nedoporučovali pro ty, kteří již Slatiňany znají. Jednou kuriózní odpovědí je ta, že by to nedoporučovali pro rodiny s dětmi, protože děti chtějí utrácet za upomínkové předměty.

Výsledkem těchto dvou otázek je zjištění, že většině turistů se vyplatilo TIC navštívit a dozvědět se nové užitečné informace. Někteří však dávají přednost samotnému vyhledávání na internetu než osobním stykem s personálem.

## 9.9 Připomínky

Poslední otázka byla zcela otevřená a vyzývala návštěvníky k napsání nejrůznějších připomínek, které by mohly pomoci ke zlepšení fungování a kvality služeb TIC. Vyplněna byla pouze jedna odpověď, ve které bylo, že by rozhodně celému městu prospěla renovace hlavního vlakového nádraží. Nádraží je považováno za bránu do města, mnoho návštěvníků využívá vlakové dopravy a z tohoto důvodu by cestovnímu ruchu města prospěla renovace. I přes fakt, že odpověď nebyla zcela odpovědí na danou otázku, postřeh tohoto návštěvníka má dopad i na chod TIC.

## 10 SWOT ANALÝZA TIC VE SLATIŇANECH

Jak již bylo v teoretické části řečeno, SWOT analýza slouží k uvědomění si silných a slabých míst organizace a zároveň k určení příležitostí a hrozeb, které mohou v budoucnu pro daný subjekt nastat. V této kapitole je sestavena SWOT analýza pro TIC ve Slatiňanech. Analýza slouží ke zhodnocení TIC. Na základě výsledků pak bude navrženo opatření k eliminaci slabých stránek TIC a k navržení možných postupů, jak v budoucnu naložit s nabízejícími se příležitostmi.

### 10.1 Silné stránky

- Člen A.T.I.C. ČR;
- certifikát klasifikační skupiny B;
- bezbariérový přístup;
- příznivé ceny upomínkových předmětů;
- spojení TIC s knihovnou;
- informovanost personálu;
- vstřícnost a ochota personálu;
- rozsáhlé informace na internetových stránkách;
- zázemí pomocí turisticky zajímavých míst;
- možnost rezervace ubytování;
- jazyková vybavenost personálu;
- letitá zkušenost personálu;
- dobré dopravní spojení;
- předprodej vstupenek na události ve Slatiňanech.

### 10.2 Slabé stránky

- Nevhodnost pro osoby se zrakovým postižením;
- nevhodnost pro osoby se sluchovým postižením;
- nezřízené WC ani bezbariérové WC;
- malé město;
- lokace;
- malé prostory;
- nemožnost platit jinak než hotovostí;



- nemožnost platit v jiné měně než české;
- nenabízí předprodej vstupenek do sítí jako je Ticketportal, Ticketstream apod.;
- krátce určené sezónní období (jen červenec-srpen);
- pouhý jeden certifikát určený pro TIC.

### 10.3 Příležitosti

- Získání prostředků na rekonstrukci dalších objektů;
- získání prostředků na lepší propagaci;
- účast na více veletrzích a výstavách;
- možnost placení kartou;
- získání dalších certifikátů pro TIC;
- rozšíření doby sezónnosti;
- vybudování bezbariérového WC;
- smlouva se sítěmi jako jsou Ticketportal, Ticketstream apod.;
- zpřístupnění prostorů a informací pro zrakově a sluchově handicapované lidi;
- tvorba turistických balíčků a programů;
- provozování průvodcovských služeb po městě Slatiňany.

### 10.4 Hrozby

- Zhoršení ekonomické situace trhu;
- zhoršení infrastruktury;
- nepřízeň klimatických podmínek;
- ztráta certifikátu klasifikační skupiny B;
- ztráta stálých zaměstnanců;
- znehodnocení turistických zajímavých míst oblasti.

## 11 NAVRH OPATŘENÍ

V návaznosti na sestavenou SWOT analýzu se objevilo několik oblastí, ve kterých má TIC ve Slatiňanech určité mezery. Jsou to oblasti, ve kterých jsou jiná TIC hodnocena lepším výsledkem a oblasti, které vyvstaly z názorů návštěvníků TIC ve Slatiňanech. Pro tento případ je navrženo několik úprav a opatření, které povedou k zlepšení celkového chodu TIC a ke zvýšení atraktivnosti pro návštěvníky.

V první řadě je nutné říci, že hlavní základnu má TIC ve svém personálu. Z vyhodnocených dat anketního šetření vyplynulo, že zákazníci TIC jsou velice spokojeni s přístupem personálu. Bylo zjištěno, že první dojem, který zanechává personál je velice dobrý. První dojem je nutný k navázání kvalitního a smysluplného kontaktu. Stejně podobně i vstřícnost a zájem o zákazníka se shledal s vysokým hodnocením. Znalosti v oblasti informací týkající se města Slatiňany a jeho okolí je více než dobrá. Nelze než říci, že by si TIC mělo svého personálu vážit, dovolit jim se školit a zdokonalovat v oblasti poskytovaných služeb a nenechat si je utéct.

Další výhodou plynoucí ze zhodnocení jsou oficiální stránky TIC ve Slatiňanech, které byly v nedávné době vytvořeny a na něž je personál právem hrdý. Důležité však je, aby informace poskytované na těchto stránkách podléhaly pravidelné a včasné aktualizaci.

Z anketního šetření bylo zjištěno, že velkou část návštěvníků tvoří matky/otcové na mateřské či rodičovské dovolené a lidé věku kolem 30 let. Proto jednou z možností, jak zkvalitnit služby vázané na TIC je zlepšit zázemí pro vyžití rodin s dětmi. Například zpřístupněním více turistických tras pro snadnou jízdu dětských kočárků. Další možností je uskutečňování více doprovodných programů a soutěží určených právě pro rodiny s dětmi.

Velký potenciál pro zlepšení fungování TIC je spojení se sítěmi Ticketportal, Ticketstream apod. Jednoznačným způsobem by to přilákalo více návštěvníků z okolí, kteří by měli zájem o předprodej vstupenek a neměli nebo nechtěli by akceptovat možnost si je zakoupit jinde. Tato skutečnost by nabyla většího významu, kdyby TIC rozšířilo svou nabídku služeb o akceptování platebních karet. Vzhledem k tomu, že v dnešní době již málo lidí má u sebe hotovost, ale většina je vlastníkem platebních a kreditních karet.

Z komparace TIC bylo zjištěno, že Slatiňanské TIC má určenou nejkratší dobu sezónnosti, pouze měsíce červenec a srpen. V této době jsou otevírací hodiny prodloužené nevyjímaje ani soboty a neděle. V porovnání s ostatními TIC je tato skutečnost nedostačující.

Prodloužení sezónnosti o červen a září, kdy je počasí stále příhodné pro pořádání výletů by mělo za následek příliv většího množství výletníků.

Dalším zjištěným nedostatkem je absence veřejného WC, jakožto i absence WC pro osoby na invalidních vozíčkách. Veřejné WC se sice nachází v areálu Slatiňanského zámku, ale TIC jim nedisponuje. Velkým přínosem by proto bylo vybudování bezbariérového WC v prostorách TIC či městského úřadu, jehož je infocentrum součástí.

Další oblastí, ve které by se TIC mohlo zdokonalovat je tvorba a pořádání organizovaných programů a turistických balíčků. V jejichž rámci by si mohli návštěvníci předem vybrat, jakým způsobem stráví svůj volný čas. Jednalo by se o programy jednodenní i programy zahrnující delší pobyt.

Dalším skutečností, která by vedla k zlepšení fungování a k zatraktivnění TIC ve Slatiňanech je změna dosavadních prostor. Ať už by se jednalo o změnu celkové lokace přímo do zámeckého areálu, kde by se ocitlo blíž ke svým zákazníkům a tím pádem by se zapříčinila i vyšší návštěvnost. Další možností je rozšíření dosavadních prostor infocentra, protože jeho nedostatečně velké prostory jsou podstatným nedostatkem. Vzhledem k tomu, že infocentrum v sobě zahrnuje i knihovnu, větší prostory by byly vhodným prostředkem pro zlepšení nynější situace.

## ZÁVĚR

Pro pochopení podstaty cestovního ruchu v oblasti mikroregionu Chrudimsko-Hlinecko byla provedena charakteristika jednotlivých měst a jejich turistických zajímavostí. Popsáno bylo i město Slatiňany a jeho nejvýznamnější místa z pohledu cestovního ruchu. Je patrné, že turistická oblast Chrudimsko-Hlinecko a samotné město Slatiňany má pevnou základnu pro rozvíjející trh cestovního ruchu.

Z výčtu turistických míst je zřejmé, že oblast Chrudimska-Hlinecka je cílem mnoha turistů z různých koutů České republiky. Kraj známý především pro nehynoucí lidové tradice a ojedinělou lidovou architekturou má rozhodně svým návštěvníkům co nabídnout. Historií a kulturou to zajisté nekončí. Díky rozmanitým přírodním podmínkám zde vznikl nespočet přírodních památek a rezervací, jejichž krása láká nemálo návštěvníků. Způsobů, jak trávit volný čas v zimních i letních měsících, je mnoho. Každý si v tomto kraji najde svoji oblast, která ho zajímá.

Popisem TIC ve Slatiňanech bylo ukázáno, že infocentrum disponuje širokou škálou nabízených služeb. Jejich kvalita se ukázala jako velice vysoká. I přes tento fakt je však zřejmé, že svoji nabídku může dále rozšiřovat a doplňovat o nové služby, které by přilákaly nové návštěvníky.

Pro sestavení SWOT analýzy byla provedena analýza TIC ve Slatiňanech a jeho komparace s ostatními TIC v turistické oblasti Chrudimsko-Hlinecko. Objektivního náhledu na věc dostala SWOT analýza díky anketnímu šetření, které bylo prováděno v průběhu jednoho měsíce. Anketa byla určena pro návštěvníky TIC ve Slatiňanech, kteří měli jejím prostřednictvím možnost vyslovit svůj názor ohledně jeho fungování.

Největší silnou stránku má TIC ve svém personálu, který podává nadstandardní výkony. Z anketního šetření je patrné, že se o své zákazníky více než dobře starají. Jejich vstřícnost a ochota zákazníkům pomoci s každým vyřčeným dotazem má za důsledek vysokou spokojenost klientů. Informovanost personálu, jak se ukázalo, je více než dostačující. Hlavním úkolem je tedy si tento personál pečlivě sřížet a udržovat a rozvíjet jeho kvality.

V návaznosti na sestavenou SWOT analýzu byla navržena opatření, která povedou ke zlepšení celkového fungování TIC ve Slatiňanech a k jeho zatraktivnění pro své současné i budoucí zákazníky. Převážná většina je zaměřena na prostory a vybavení TIC. Další část tvoří služby, o které by se mohla nabídka rozšířit.

**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

1. A.T.I.C. ČR, ©2007-2015. *Metodika turistických informačních center* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: <http://www.aticcr.cz/metodika-turistickych-informacnich-center/d-1048/p1=53>.
2. BÁRTOVÁ, Hilda, Vladimír BARTA a Jan KOUDELKA, 2004. *Chování spotřebitele a výzkum trhu*. 2. přeprac. vyd. Praha: Oeconomica, 243 s. ISBN 80-245-0778-1.
3. CZECOT, ©2002–2015. *Turistické informační centrum Seč* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: [http://www.czecot.cz/informacni-centrum/1105\\_turisticke-informacni-centrum-sec](http://www.czecot.cz/informacni-centrum/1105_turisticke-informacni-centrum-sec).
4. CZECHTOURISM, ©2005–2013. *Statut* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/o-czechtourism/zakladni-informace/statut/>.
5. ČESKÝ SYSTÉM KVALITY SLUŽEB, ©2000–2015. *O Českém systému kvality služeb* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: <http://www.csks.cz/cs/o-ceskem-systemu-kvality-sluzeb/>.
6. FORET, Miroslav a Jana STÁVKOVÁ, 2003. *Marketingový výzkum: jak poznávat své zákazníky*. 1. vyd. Praha: Grada, 159 s. ISBN 80-247-0385-8.
7. HESKOVÁ, Marie, 2011. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2. upr. vyd. Praha: Fortuna, 223 s. ISBN 978-80-7373-107-6.
8. INFO ČESKO, ©2002–2015. *Vlastivědná stezka krajem Chrudimky* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: <http://zajimavosti.infocesko.cz/content/pardubicko-chrudimsko-hlinecko-turistika-naucne-stezky-vlastivedna-stezka-krajem-chrudimky.aspx>.
9. INFOCENTRUM SLATIŇANY, ©2014. *Infocentrum Slatiňany* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: <http://infocentrum.slatinany.cz/index.php?page=sluzby>.
10. INFORMAČNÍ CENTRUM A MĚSTSKÁ KNIHOVNA TŘEMOŠNICE, ©2009–2015. *Služby a ceník* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: <http://ic.tremosnice.cz/infocentrum/sluzby-a-cenik/>.
11. JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, 2009. *Marketing v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 288 s. ISBN 978-80-247-3247-3.
12. JANEČKOVÁ, Lidmila a Miroslava VAŠTÍKOVÁ, 2001. *Marketing služeb*. 1. vyd. Praha: Grada, 179 s. ISBN 80-7169-995-0.
13. KINCL, Jan a kolektiv, 2004. *Marketing podle trhů*. 1. vyd. Praha: Alfa Publishing, 172 s. ISBN 80-86851-02-8.

14. KOBETIČ, Pavel a kolektiv, 2005. *Chrudim: Vlastiveďná encyklopedie*. 1. vyd. Praha: Milpo Media, 247 s. ISBN 978-809-0348-141.
15. KOTLER, Philip, John T BOWEN a James C MAKENS, 2010. *Marketing for hospitality and tourism*. 5th ed. Boston: Pearson, 683 s. ISBN 9780132453134.
16. KRAJSKÝ ÚŘAD PARDUBICKÉHO KRAJE, ©20011. *Objevte kouzlo a krásy Pardubického kraje* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: <http://www.pardubickykraj.cz/cestovni-ruch>.
17. MAFRA, A.S., ©1999–2015. *Krkanka a Peklo: přírodní perly v údolí Chrudimky* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: [http://cestovani.idnes.cz/krkanka-a-peklo-prirodni-perly-v-udoli-chrudimky-f62-/tipy-na-vylet.aspx?c=A071106\\_170840\\_igcechy\\_tom](http://cestovani.idnes.cz/krkanka-a-peklo-prirodni-perly-v-udoli-chrudimky-f62-/tipy-na-vylet.aspx?c=A071106_170840_igcechy_tom).
18. MĚSTO LUŽE, ©2008–2015. *Turistické informační centrum* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: <http://www.luze.cz/kultura-volny-cas/turisticke-informacni-centrum/>.
19. MĚSTO RONOVS NAD DOUBRAVOU, ©2008–2015. *Historie města Heřmanův Městec* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: <http://www.ronovnd.cz/historie-a-pamatky>.
20. MĚSTO SLATIŇANY, 2012. *Švýčárna Slatiňany: Interaktivní muzeum starokladrubského koně*. 1. vyd. Slatiňany: Město Slatiňany.
21. MĚSTSKÁ KNIHOVNA SLATIŇANY, ©2007–2014. *Městská knihovna Slatiňany* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: <http://knihovna.slatinany.cz/o-knihovne.php>.
22. MĚSTSKÉ LESY CHRUDIM, S.R.O., ©2008–2015a. *O projektu* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: <http://lesychrudim.cz/rekreacni-lesy-podhura/o-projektu/>.
23. MĚSTSKÉ LESY CHRUDIM, S.R.O., ©2008–2015b. *O rozhledně* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: <http://lesychrudim.cz/rozhledna-bara-ii/o-rozhledne/>.
24. MĚSTSKÉ LESY CHRUDIM, S.R.O., ©2008–2015c. *Lanový park Podhůra* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: <http://lesychrudim.cz/lanovy-park/lanovy-park-podhura>.
25. MĚSTSKÝ ÚŘAD HEŘMANŮV MĚSTEC, ©2003–2015a. *Historie města Heřmanův Městec* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: [www.hermanuv-mestec.cz/mesto-hermanuv-mestec/historie-mesta](http://www.hermanuv-mestec.cz/mesto-hermanuv-mestec/historie-mesta).

26. MĚSTSKÝ ÚŘAD HEŘMANŮV MĚSTEC, ©2003–2015b. *Turistické informační centrum Heřmanův Městec* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: <http://www.hermanuv-mestec.cz/mesto-hermanuv-mestec/infocentrum/>.
27. MĚSTSKÝ ÚŘAD HLINSKO, ©2008–2015a. *Historie města* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: <http://www.hlinsko.cz/mesto/historie-mesta>.
28. MĚSTSKÝ ÚŘAD HLINSKO, ©2008–2015b. *Památková rezervace Betlém* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: <http://www.hlinsko.cz/mesto/cestovni-ruch-turistika-pamatky/historicke-pamatky/2>.
29. MĚSTSKÝ ÚŘAD HLINSKO, ©2008–2015c. *Masopust* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: <http://www.hlinsko.cz/mesto/cestovni-ruch-turistika-pamatky/masopust>.
30. MĚSTSKÝ ÚŘAD HLINSKO, ©2008–2015d. *Veselý kopec* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: <http://www.hlinsko.cz/mesto/cestovni-ruch-turistika-pamatky/historicke-pamatky/5>.
31. MĚSTSKÝ ÚŘAD HLINSKO, ©2008–2015e. *Turistické informační centrum Hlinsko* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: <http://www.hlinsko.cz/mesto/informacni-centrum>.
32. MĚSTSKÝ ÚŘAD NASAVRKY, ©2010–2015a. *Zámek* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: <http://www.nasavrky.cz/script/main.php?ac=stranka&id=33&menu=33>.
33. MĚSTSKÝ ÚŘAD NASAVRKY, ©2010–2015b. *Keltské oppidum* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: <http://www.nasavrky.cz/script/main.php?ac=stranka&id=39&menu=39>.
34. MIKROREGION HLINECKO, ©2007–2013a. *Sdružení obcí mikroregionu Hlinecko* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: [http://www.hlineckoregion.cz/readarticle.php?article\\_id=15](http://www.hlineckoregion.cz/readarticle.php?article_id=15).
35. MIKROREGION HLINECKO, ©2007–2013b. *Veselý kopec* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: [http://www.hlineckoregion.cz/readarticle.php?article\\_id=41](http://www.hlineckoregion.cz/readarticle.php?article_id=41).
36. MIKROREGION CHRUDIMSKO, ©2008–2015a. *Co vidět, co zažít na Chrudimsku – Hlinecku* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: <http://www.navstevnik.cz/co-videt-co-zazit/>.
37. MIKROREGION CHRUDIMSKO, ©2015. *Projekt cykloturistických tras* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: <http://www.mikroregionchrudimsko.cz/index.php?nid=663&lid=cs&oid=23175>.

38. MIKROREGION CHRUDIMSKO, ©2008–2015b. *Informační centrum města Chrudim* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z:  
<http://www.chrudimsky.navstevnik.cz/sluzby/informacni-centrum/>.
39. MIKROREGION CHRUDIMSKO, ©2008–2015c. *Informační centrum Skuteč* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z:  
<http://skutecsky.navstevnik.cz/sluzby/informacni-centrum/>.
40. MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR, ASOCIACE TURISTICKÝCH INFORMAČNÍCH CENTER ČR A CZECHTOURISM, 2013. *Jednotná klasifikace turistických informačních center České republiky*. Litomyšl: H.R.G. Dostupné z:  
[http://www.aticcr.cz/VismoOnline\\_ActionScripts/File.ashx?id\\_org=200039&id\\_dokumenty=1792](http://www.aticcr.cz/VismoOnline_ActionScripts/File.ashx?id_org=200039&id_dokumenty=1792).
41. OKRESNÍ ÚŘAD, městské a obecní úřady, [b.r]. *Průvodce Chrudimskem*. Plzeň: Euroverlag.
42. PARDUBICKÝ KRAJ, ©2006–2015. *Chrudimsko – Hlinecko* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: <http://www.vychodni-cechy.info/chrudimsko-hlinecko/>.
43. STEHLÍKOVÁ, Jana a Luděk ŠTĚPÁN, 2014. *Nasavrcké panství a slatiňanští Auerspergové: utváření sídelní krajiny*. 1. vyd. Slatiňany: Město Slatiňany, 129 s. ISBN 978-80-260-6258-5.
44. TURISTICKÉ INFORMAČNÍ CENTRUM NASAVRKY, ©2011–2015. *Turistické informační centrum* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z:  
<http://www.inasavrky.cz/informacni-centrum.php>.
45. ZÁMEK SLATIŇANY, ©2015. *Hipologická sbírka zámku Slatiňany* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: <http://www.zamek-slatinany.cz/hipologicka-expozice/>.
46. ZÁMEK SLATIŇANY, ©2015. *Hipologická sbírka zámku Slatiňany* [online]. [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: <http://www.zamek-slatinany.cz/hipologicka-expozice/>.



## SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

A.T.I.C. ČR Asociace turistických informačních center České republiky

TIC Turistické informační centrum

**SEZNAM OBRÁZKŮ**

Obr. 1: Cestovní ruch jako systém.....	13
Obr. 2: SWOT analýza.....	30
Obr. 3: Turistické oblasti České republiky .....	32
Obr. 4: Mikroregion Hlinecko-Chrudimsko .....	34

**SEZNAM TABULEK**

Tab. 1: Otevírací doba TIC Slatiňany .....	50
Tab. 2: Otevírací doba TIC Chrudim.....	52
Tab. 3: Otevírací doba TIC Hlinsko .....	54
Tab. 4: Otevírací doba TIC Seč .....	55
Tab. 5: Otevírací doba TIC Luže .....	56
Tab. 6: Otevírací doba TIC Třemošnice .....	57
Tab. 7: Otevírací doba TIC Nasavrky.....	59
Tab. 8: Otevírací doba TIC Skuteč .....	60
Tab. 9: Otevírací doba TIC Heřmanův Městec.....	61

**SEZNAM GRAFŮ**

Graf 1: Grafické otázky .....	64
Graf 2: Zastoupení krajů .....	65
Graf 3: Povolání.....	66
Graf 4: Zdroje .....	67
Graf 5: Personál .....	68
Graf 6: Informovanost personálu .....	70

## SEZNAM PŘÍLOH

P I     Anketa

## PŘÍLOHA P I: ANKETA

Dobrý den návštěvníci Slatiňan. Jmenuji se Hana Chmelíková a jsem studentkou Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Chtěla bych Vás poprosit o vyplnění krátké ankety týkající se turistického informačního centra ve Slatiňanech (dále jen TIC), která mi pomůže se zhotovením bakalářské práce. Předem Vám moc děkuji za Váš čas.

Prosím, zaškrtněte vhodnou odpověď.

1. Jakého jste pohlaví?
  - Žena
  - Muž
  
2. Kolik je Vám let?
  - Méně než 20
  - 21–30
  - 31–40
  - 41–50
  - 51–60
  - 61 a více
  
3. Odkud jste přijel/a?
  - Pardubický kraj
  - Královohradecký kraj
  - Středočeský kraj
  - Olomoucký kraj
  - Kraj Vysočina
  - Jihomoravský kraj
  - Jiné.....
  
4. Jste v současné době ekonomicky aktivní?
  - Ano, jsem ekonomicky aktivní (OSVČ, zaměstnanec, atd.)
  - Ne, jsem v domácnosti (na mateřské dovolené, rodičovské dovolené, atd.)
  - Ne, nezaměstnaný (veden na úřadu práce);
  - Ne, jsem důchodce/důchodkyně
  - Ne, jsem invalidní důchodce/důchodkyně
  - Ne, jsem student/studentka
  - Jiné.....

5. Jakým způsobem jste se dozvěděl/a o TIC ve Slatiňanech?

- Z internetu – oficiální stránky TIC Slatiňany
- Z internetu – jiný zdroj
- Z propagačních materiálů
- Od rodiny/přátel/známých
- Z veletrhu a výstavy
- Od jiných TIC
- Jiné.....

6. Do jaké míry se shodujete s následujícími výroky, týkající se personálu TIC?

	Rozhodně nesouhlasím	Souhlasím	Nevím	Nesouhlasím	Rozhodně souhlasím
Dojem z prvního kontaktu s personálem byl velice příjemný.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Personál TIC je nanejvýš vstřícný.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zájem o zákazníka ze strany personálu je vysoký.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nečekal/a jsem na obslužení personálem TIC.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Jak byste ohodnotil/a kvalitu informací? (1-nejlepší, 5-nejhorší)

	1	2	3	4	5
Informace o možnostech výletů	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informace o možnosti vyžití s rodinou/děťmi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informace o možnostech kulturního vyžití	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informace o možnostech ubytování	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informace o možnostech stravování	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informace o možnostech sportovního vyžití	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Vyberte z následujících odpovědí, co by se podle Vás mělo změnit? (můžete vybrat více možností)

- Lokace TIC
- Otevírací doba TIC
- Navigační systém k TIC
- Kvalita nabízených služeb TIC
- Sortiment nabízených výrobků v prostorách TIC
- Informace poskytující internetové stránky TIC
- Přístup personálu TIC
- Informovanost TIC
- Jazyková vybavenost personálu TIC
- Informační materiály TIC
- Výzdoba prostoru TIC
- Design internetových stránek TIC
- Množství informací internetových stránek TIC
- Jiné.....

9. Doporučili byste návštěvu TIC centra svým známým/přátelům/rodině?

- Ano
- Ne

10. Prosím, vysvětlete Vámi vybranou odpověď na předchozí otázku (Z jakého důvodu byste doporučili/nedoporučili)?

- .....
- .....
- .....
- .....

11. Pokud máte jakoukoli další připomínku týkající se TIC ve Slatiňanech, prosím napište ji.

- .....
- .....
- .....
- .....

Děkuji Vám za Váš čas a přeji příjemný čas strávený ve městě Slatiňany.