

**UNIVERZITA PARDUBICE  
FAKULTA EKONOMICKO-SPRÁVNÍ  
ÚSTAV VEŘEJNÉ SPRÁVY A PRÁVA**

**SOUČASNÝ STAV A PROGNÓZY  
CESTOVNÍHO RUCHU V REGIONU  
TŘEBÍČ**

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**AUTOR PRÁCE: KATEŘINA MASTNÁ  
VEDOUCÍ PRÁCE: PhDr. Jana Veselá, CSc.**

**2006**

**UNIVERSITY OF PARDUBICE  
FACULTY OF ECONOMICS AND  
ADMINISTRATION  
INSTITUTE OF PUBLIC ADMINISTRATION AND LAW**

**THE PRESENT STATE AND  
PROGNOSES OF THE TOURIST  
TRADE IN REGION TŘEBÍČ**

**BACHELOR WORK**

**AUTHOR: KATEŘINA MASTNÁ  
SUPERVISOR: PhDr. Jana Veselá, CSc.**

**2006**

**Prohlašuji:**

Tuto práci jsem vypracovala samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využila, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byla jsem seznámena s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v Univerzitní knihovně Univerzity Pardubice.

V Pardubicích dne 12. 6. 2006

Kateřina Mastná

## **SOUHRN**

Tato bakalářská práce se věnuje problematice cestovního ruchu regionu Třebíč. V první části práce jsou nejprve shrnuty základní pojmy, druhy a funkce cestovního ruchu. Zaměřuje se na stručnou charakteristiku materiálně technické základny (ubytování, doprava, stravování apod.) v letech 2002 až 2005. Součástí je i vztah k životnímu prostředí a s tím související dopady cestovního ruchu – ekonomické, sociální i kulturní. Další část práce se věnuje základní charakteristice regionu Třebíč, jeho geografické poloze a vyčlenění mikroregionu. Jsou zde zahrnuty předpoklady pro rozvoj regionu. V praktické části práce je popsán současný stav a vytyčeny prognózy na území regionu Třebíč. Prostřednictvím dotazníkové šetření byly zjišťovány názory u obyvatel regionu a turistů na stav zdejšího cestovního ruchu. Zpracování sond vedlo ke zjištění skutečné spokojenosti návštěvníku s cestovním ruchem a turistickými službami v regionu. Součástí práce jsou i významné památky Třebíčska. Další potřebné informace byly získány z KVIZ Třebíč, který podal statistické informace o návštěvnosti nejzajímavějších památek Třebíče.

## **SUMMARY**

The thesis is focused on the actual state of tourism in the Třebíč region. The first – theoretic part - deals with definition of key words, sorts and benefits of tourism. This part is also focused on the material-technical base (accommodation, transport, board etc.) from 2002 to 2005. The thesis describes the relation of tourism to other areas and specifies mainly its environmental, economic, social and cultural impact. Another part contains the basic characteristic of the Třebíč region, its geografic situation and demarcation in the microregion. The work summarises the potential for development of the region as well. The practical part brings analysis of the current state-of-the-art and the prognosis for the Třebíč region in the field of tourism and its further development. Through questionnaire surveys the inhabitants and visitors of the region brought their opinions and comments on the state of the local conditions for tourism. Processing of the data led to interesting findings and conclusions on the real satisfaction of tourists with local tourism and its services. The thesis also included the significant monuments in Třebíč region. Another useful information was gathered through the „KVIZ Třebíč“ survey, which found out the statistic data about the visit rate of the most interesting monumets in Třebíč.

## **OBSAH:**

<b>Úvod.....</b>	<b>1</b>
<b>I. Teoretická část .....</b>	<b>2</b>
<b>1. Cestovní ruch.....</b>	<b>2</b>
1.1 Vymezení pojmů .....	3
1.2 Druhy cestovního ruchu .....	5
1.3 Funkce cestovního ruchu.....	6
1.4 Materiálně technická základna cestovního ruchu .....	7
1.4.1 Ubytování .....	7
1.4.2 Doprava .....	9
1.4.3 Stravování .....	9
1.4.4 Další služby .....	10
1.5 Trh cestovního ruchu.....	10
1.5.1 Nabídka .....	11
1.5.2 Poptávka.....	13
1.6 Dopady cestovního ruchu.....	14
1.6.1 Ekonomické dopady.....	14
1.6.2 Ekonomické náklady .....	15
1.6.3 Sociální dopady .....	15
1.6.4 Kulturní dopady .....	16
1.6.5 Dopady na životní prostředí .....	17
<b>2. Charakteristika regionu Třebíč.....</b>	<b>17</b>
2.1 Základní údaje o regionu.....	17
2.2 Geografická poloha .....	18
2.3 Mikroregion Třebíčsko.....	19
2.4 Dopravní dostupnost .....	20
2.5 Předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu v regionu .....	21

<b>II. Praktická část .....</b>	<b>23</b>
<b>3. Analýza současného stavu cestovního ruchu .....</b>	<b>23</b>
<b>v regionu Třebíč .....</b>	<b>23</b>
3.1 Strategie dosažení cílů do roku 2006 .....	25
3.2 Cíle priority .....	25
3.3 Nové cesty .....	26
<b>4. Turistické informace .....</b>	<b>27</b>
4.1. Informační a turistické centrum Třebíč .....	27
4.2. Významné památky Třebíčska (viz Příloha č. 2) .....	28
<b>5. Sondy v regionu Třebíč.....</b>	<b>29</b>
5.1 Sonda číslo 1 .....	29
5.1.1 Výzkumné hypotézy.....	29
5.1.2 Metoda ověření.....	29
5.1.3 Plán šetření .....	30
5.1.4 Shrnutí výsledků a jejich interpretace .....	30
5.1.5 Shrnutí sondy č. 1.....	32
5.2 Sonda číslo 2 .....	32
5.2.1 Výzkumné hypotézy.....	32
5.2.2 Metoda ověření.....	32
5.2.3 Plán šetření .....	33
5.2.4 Shrnutí výsledků a jejich interpretace .....	33
5.2.5 Shrnutí sondy č. 2.....	36
<b>Závěr.....</b>	<b>38</b>
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	40
SEZNAM PŘÍLOH.....	41

## SEZNAM ZKRATEK:

**CR** – cestovní ruch

**ČCCR** – Česká centrála cestovního ruchu

**ČNB** – Česká národní banka

**ČR** – Česká republika

**EU** – Evropská unie

**J** – jih

**JV** – jihovýchod

**JZ** – jihozápad

**KÚ** – Krajský úřad

**KVIZ Třebíč** – Kulturní, vzdělávací a informační zařízení Třebíč

**m. n. m.** – metrů nad mořem

**MMR** – Ministerstvo pro místní rozvoj

**NPR** – národní přírodní rezervace

**Phare CBC** – program Phare pro přeshraniční spolupráci

**PP** – přírodní park

**PR** – přírodní rezervace

**SV** – severovýchod

**SZ** – severozápad

**TIC** – Turistické informační centrum

**UNESCO** – Seznam světového, kulturního a přírodního dědictví

**V** – východ

**VŠE** – Vysoká škola ekonomická

**Z** – západ



## SEZNAM TABULEK

<b>Tabulka č.1: Zdroje informací o regionu.....</b>	<b>31</b>
<b>Tabulka č. 2: Návštěvnost vybraných památek .....</b>	<b>34</b>
<b>Tabulka č. 3: Přehled návštěvnosti Kulturního, vzdělávacího a informačního zařízení Třebíč (KVIZu Třebíč) v letech: .....</b>	<b>35</b>

## SEZNAM GRAFŮ

<b>Graf č. 1: Struktura respondentů podle trvalého bydliště .....</b>	<b>30</b>
<b>Graf č. 2: Účel návštěvy regionu Třebíč (v %).....</b>	<b>31</b>
<b>Graf č. 3. Návštěvnost památek .....</b>	<b>34</b>
<b>Graf č. 4: Návštěvnost KVIZu Třebíč.....</b>	<b>35</b>
<b>Graf č. 5: Návštěvnost KVIZu Třebíč v jednotlivých letech.....</b>	<b>36</b>
<b>Graf č. 6: Přehled návštěvnosti vybraných památek a KVIZu v letech 2002 až 2005 .....</b>	<b>37</b>

## SEZNAM OBRÁZKŮ

<b>Obr. č. 1: Mikroregion Třebíčsko.....</b>	<b>19</b>
<b>Obr. č. 2: Stav silnic v regionu Třebíč.....</b>	<b>21</b>

# Úvod

V naší zemi je mnoho krásných a zajímavých, byť často opomíjených a turisticky poměrně málo navštěvovaných míst. Přestože jich postupně ubývá, stále ještě je u nás můžeme najít. Specifickou formou mechanického pohybu obyvatelstva, jejíž rozsah a intenzita roste, je cestovní ruch, do kterého se každoročně zapojují milióny obyvatel celé planety. Rekreace je jednou z nejvýznamnějších a nejkompexnějších součástí volného, tj. mimopracovního času. Masový rozvoj cestovního ruchu působí na strukturu hospodářství v daných oblastech. Patří mezi největší a nejdynamičtější se rozvíjející ekonomická odvětví. V České republice se dá v souvislosti s cestovním ruchem hovořit zatím o poměrně novém avšak velice perspektivním průmyslovém odvětví. Není divu, že řada podnikatelů vkládá své finanční prostředky právě do této oblasti. Je totiž zřejmé, že jim podnikání do budoucna jistě přinese žádané zisky. Postavení jakéhokoliv územního celku v cestovním ruchu je podmíněno především přírodními, kulturně historickými a ostatními atraktivitami. Ten vlastně ekonomicky zhodnocuje přírodní a kulturně historický potenciál daných míst, který by bez cestovního ruchu zůstával v převážné míře nevyužit. Jeho význam pro určitý územní celek je tím vyšší, čím více se opírá o místní či vnitroregionální ekonomiku. Přestože je region Třebíče turisticky přitažlivým místem s hodnotnými kulturními a přírodními památkami, z nichž některé jsou dokonce na seznamu UNESCO, je turisticky stále poněkud opomíjený.

Cílem mé práce je zpřesnit znalosti současného stavu cestovního ruchu v regionu Třebíče, analyzovat možnosti rozvoje a nastínit výhledy cestovního ruchu v tomto regionu.

Tato práce obsahuje část teoretickou a praktickou.

V první kapitole teoretické části vysvětluji důležité pojmy vztahující se k cestovnímu ruchu. Je zde definován cestovní ruch, vymezení účastníci, formy a druhy cestovního ruchu, nabídka a poptávka v cestovním ruchu, vztah k ostatním oblastem a dopady, které sebou přináší. V druhé kapitole popisuji charakteristiku regionu Třebíče a předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu v této oblasti.

Praktická část je zaměřena na analýzu současného stavu v regionu Třebíč. Výsledky by pak měly podat skutečný obraz o stavu cestovního ruchu v třebíčském regionu.

# I. Teoretická část

## 1. Cestovní ruch

Cestovní ruch představuje u nás i ve světě velmi dynamicky se rozvíjející ekonomické odvětví. Svým objemem tržeb se řadí ve světě na třetí místo za petrochemický a automobilový průmysl a rovněž rozsahem zaměstnanosti a tvorbou kvalitních pracovních příležitostí patří mezi nejvýznamnější ekonomická odvětví.

Usnesením vlády ČR č.19 ze dne 9. ledna 2002 byla přijata Koncepce státní politiky cestovního ruchu na období 2002 - 2007. Koncepce vymezuje komplex opatření vedoucích k realizaci základních cílů státní politiky v oblasti cestovního ruchu, jimiž jsou v obecné rovině především zvýšení konkurenceschopnosti a ekonomického přínosu odvětví cestovního ruchu v ČR, snížení nezaměstnanosti, rozvoj regionů, malého a středního podnikání a ochrana životního prostředí.

Součástí opatření je realizace Státního programu podpory cestovního ruchu, zabezpečení finanční podpory ze strukturálních fondů EU prostřednictvím Společného regionálního operačního programu, dále vytvoření jednotného informačního systému cestovního ruchu, podpora tvorby a realizace turistických produktů. Prioritním opatřením je zvýšení zahraniční prezentace České republiky jako významné turistické destinace na světovém trhu cestovního ruchu, podpora tvorby a realizace regionálních produktů cestovního ruchu a zajištění účinnějšího marketingu cestovního ruchu.<sup>1</sup>

V současné době je v České republice cestovní ruch upravován dílčími právními normami, a to zejména: Obchodní zákoník, Občanský zákoník, Živnostenský zákon, Zákon o místních daních a Zákon o živnostenských úřadech, dále pak zejména Zákonem č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu.

Cestování lidí za poznáním, rekreací, sportem, kulturou, z náboženských důvodů anebo jen za účelem trávení volného času a rovněž tak z pracovních a obchodních důvodů se stalo neodmyslitelným rysem života mnoha lidí a současného životního stylu. Na cestování a aktivitách spojených s cestovním ruchem se každoročně podílí značná část populace.

---

<sup>1</sup> Použito z www stránek Ministerstva pro místní rozvoj

## **1.1 Vymezení pojmů**

I v problematice cestovního ruchu je třeba vymežit některé vybrané pojmy v praxi používané, a které ve svém díle definuje J. Čech:

### **Cestovní ruch**

- činnost lidí, spočívající v cestování a pobytu v místech mimo místo jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho uceleného roku za účelem využití volného času, obchodu a za jinými účely, podle různých hledisek lze rozlišovat například cestovní ruch

- *domácí, zahraniční, mezinárodní, tranzitní*
- *krátkodobý a dlouhodobý*
- *organizovaný a neorganizovaný*
- *individuální a skupinový*
- *volný a vázaný*
- *rekreační, poznávací, kulturní, náboženský, lázeňský, lovecký, kongresový, sportovní, služební*
- *děti a mládeže, dospělých, starších občanů, sociální* <sup>2</sup>

### **Cestovní pas**

- úřední doklad opravňující občana k překračování státních hranic v mezinárodním cestovním styku a k pobytu v cizině <sup>3</sup>

### **Cestovní průkaz**

- náhradní cestovní doklad k jednotlivé cestě s územní a časovou platností omezenou účelem cesty (např. v případě ztráty cestovního pasu v zahraničí k návratu do vlasti)

### **Cestovní pojištění**

- pojištění kryjící rizika spojena s účastí občana na cestovním ruchu, případy na cestě, jehož rozsah je dán obsahem pojistné smlouvy <sup>4</sup>

### **Návštěvník**

- osoba cestující do jiného místa, než je její místo obvyklého pobytu, na dobu kratší dvanácti za sebou následujících měsíců a jejíž hlavní účel cesty je jiný než výkon placené činnosti v navštíveném místě <sup>5</sup>

Podle doby pobytu se návštěvníci dělí na výletníky a turisty.

Podle místa trvalého pobytu se dělí na domácí a zahraniční.

---

<sup>2</sup> Čech, J. *Malá encyklopedie cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis, 1998, str. 14

<sup>3</sup> Tamtéž

<sup>4</sup> Tamtéž

<sup>5</sup> Návštěvníkem je i osoba vstupující do objektu za účelem jeho prohlídky (např. návštěvník muzea, galerie, hradu atd.)

## **Turista**

- návštěvník, který v navštíveném místě aspoň jednou přenocuje
- osoba věnující se turistice<sup>6</sup>

## **Výletník**

- účastník cestovního ruchu, který v navštíveném místě ani jednou nepřespí<sup>7</sup>

## **Zájezd**

- předem připravená a obvykle předem zaplacená organizovaná účast na cestovním ruchu po určité trase do jednoho nebo více cílů s pevným nebo variabilním programem s určitým poznávacím, rekreačním nebo jiným zaměřením, v jejíž ceně jsou zahrnuty nejméně dvě služby, jako je doprava, ubytování, stravování, průvodce, pojištění, kulturní představení apod.

### Rozlišení zájezdů:

- podle zeměpisného hlediska (domácí, zahraniční)
- podle způsobu sjednávání účasti (standardní, forfaitové)
- podle způsobu dopravy (autokarové, letecké, vlakové, lodní, s kombinovanou dopravou, s dopravou vlastními prostředky účastníků)
- podle ročního období (jarní, letní, podzimní, zimní nebo sezónní, předsezónní, posezónní, mimosezónní)
- podle délky trvání (krátkodobé – do 3 dnů, dlouhodobé – nad 3 dny)
- podle zaměření (poznávací, rekreační, sportovní, profesní)
- podle charakteru (pobytové, toulavé, hvězdicové, turistické)<sup>8</sup>

## **Vypsáný zájezd**

- též „standardní zájezd“, zájezd uvedený v zájezdovém kalendáři (katalogu cestovní kanceláře), který cestovní kancelář nabízí za podmínek, které si sama vůči zájemcům stanoví (směrování, program, termíny, cena, doprava atd.)<sup>9</sup>

## **Forfaitový zájezd**

- zájezd na objednávku, jehož směrování, program, náplň, časový rozvrh atd. cestovní kancelář připravuje a realizuje podle požadavku objednatele a jehož cenu stanoví podle skutečně vynaložených nákladů<sup>10</sup>

---

<sup>6</sup> Čech, J. *Malá encyklopedie cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis, 1998, str. 55

<sup>7</sup> Tamtéž, str. 59

<sup>8</sup> Tamtéž, str. 60 - 61

<sup>9</sup> Tamtéž, str. 59

<sup>10</sup> Čech, J. *Malá encyklopedie cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis, 1998, str. 20

## 1.2 Druhy cestovního ruchu

Základními kategoriemi cestovního ruchu jsou:

- \* *vnitřní* CR, který zahrnuje domácí CR, tj. cesty obyvatel po vlastní zemi a aktivní (příjezdový) CR, tj. cesty a pobyt cizinců v dané zemi,
- \* *národní* CR, který zahrnuje domácí CR a pasivní (výjezdový) CR, tj. výjezdové cesty obyvatel dané země do cizích zemí,
- \* *mezinárodní* CR, který zahrnuje aktivní a pasivní CR.

Druhy CR zohledňují převážně průběh CR a způsob jeho realizace v závislosti na geografických, ekonomických, společenských a jiných podmínkách.

Druhů CR existuje celá řada a to v závislosti na zvolených kritériích. Dělit jej můžeme např. podle místa (domácí, zahraniční), času (krátkodobý, dlouhodobý) a způsobu organizace (skupinový, individuální). Základní je však klasifikace podle účelu (cíle, motivu) a podle tohoto hlediska dělí manželé Foretovi (2001, str. 26 - 27) CR na:

- ❖ *rekreační* - realizuje se ve vhodném přírodním prostředí s cílem odpočinku, zlepšení fyzické a psychické kondice,
- ❖ *kulturně-poznávací* - je zaměřený na poznávání historie, kultury, tradic a zvyků vlastního i jiných národů,
- ❖ *vzdělávací* - cílem je naučit se něco nového,
- ❖ *společenský* - dochází k setkávání příbuzných, vytváření přátelských vztahů a známostí lidí se stejnými zájmy a zálibami,
- ❖ *zdravotní (lázeňsko-léčebný)* - zahrnuje zdravotní prevenci, rehabilitaci, rekonvalescenci i léčení následků nemocí v lázních a jiných zdravotně příznivých prostředích,
- ❖ *sportovní* - jde o vlastní sportovní aktivity, ale také o pasivní diváctví na sportovních akcích,
- ❖ *poznávání přírody* - má podobu návštěv přírodních rezervací a národních parků; specifickým typem je *ekoturista*, který svým chováním co nejméně ohrožuje přírodní prostředí,
- ❖ *dobrodružný* - je spojený s nebezpečím, testováním fyzických a psychických vlastností účastníků (adrenalinové sporty),
- ❖ *profesní* - zahrnuje obchodní služební cesty, účasti na kongresech, veletrzích a výstavách,
- ❖ *politický* - tento CR zahrnuje sjezdy a mítinky politických stran,

- ❖ *nákupní* - představuje cesty za nákupy,
- ❖ *specifický* - např. turistika pro vozíčkáře.

V konkrétní praxi se jednotlivé typy cestovního ruchu nevyskytují vždy v čisté podobě, ale dochází k jejich vzájemnému propojování a prolínání, jak uvádí V. Malá (2002).<sup>11</sup>

#### Cestovní ruch podle způsobu účasti

Dle tohoto kritéria, které zohledňuje skutečnost, kdo zajišťuje cenu a pobyt účastníků cestovního ruchu je členěn na:

- *organizovaný cestovní ruch* - účast na cestovním ruchu prostřednictvím cestovní kanceláře nebo jiného zprostředkujícího subjektu;
- *neorganizovaný cestovní ruch* - účastník si veškeré služby zajišťuje sám, tedy bez prostřednictví cestovní kanceláře nebo jiného zprostředkujícího subjektu.

#### Cestovní ruch podle počtu účastníků

- *individuální* - účastník cestuje sám nebo nejvýše s rodinou;
- *skupinový* - cesta a pobyt je zajišťována hromadně pro zájmově či jinak vytvořené kolektivy.

Cestovní ruch podle vztahu k platební bilanci státu a vztahující se pouze k zahraničnímu cestovnímu ruchu, který je z toho hlediska členěn na:

- *příjezdový (aktivní) cestovní ruch* - jde o aktivity spojené s příjezdem zahraničních osob do dané země; pobyt návštěvníků v dané zemi je spojen se spotřebou zboží a služeb hrazenou z devizových prostředků návštěvníků, což v konečném efektu znamená příliv devizových prostředků do platební bilance, tedy přínos pro ni;
- *výjezdový (pasivní) cestovní ruch* - jde o aktivity spojené s výjezdem občanů dané země do zahraničí; dochází k vývozu devizových prostředků ze země, působí tedy pasivně na platební bilanci.

### **1.3 Funkce cestovního ruchu**

Z obsahového vymezení CR lze odvodit funkce, které CR ve společnosti plní.

Podle V. Malé (2002, str. 91 - 92) jsou to:

- *reprodukce pracovních sil*, rozvoj duševních a fyzických sil člověka, kde se uplatňuje zejména rekreačně zdravotní funkce,
- *rozvoj osobnosti člověka*, kde významnou roli hraje zejména kulturně poznávací funkce CR,

---

<sup>11</sup> Malá, V. a kol. *Základy cestovního ruchu*. Praha: VŠE Fakulta mezinárodních vztahů, 2002

- *zdravotní funkce*, kde CR působí jako cesta preventivně léčebného působení a upevnování zdraví i jako nástroj kompenzace negativního působení zhoršujícího se životního prostředí, ve kterém lidé žijí,
- *vědecko-informační funkce*, která nabývá na významu v souvislosti s vědecko-technickým pokrokem, vzájemnou výměnou informací a zkušeností, rozvojem mezinárodního obchodu i mezinárodní integrace.

## **1.4 Materiálně technická základna cestovního ruchu**

Potřeby vznikající vlivem cestovního ruchu ovlivňují již existující služby a vytváří se materiálně technická základna, která plní základní úlohu při uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu.

„Materiálně-technická základna je tvořena souhrnem hmotných prostředků, které slouží k realizaci účasti na cestovním ruchu, k tvorbě a realizaci služeb pro účastníky cestovního ruchu a ke splnění očekávaných cílů této účasti.“<sup>12</sup>

Zařízení, která jsou zahrnována do materiálně technické základny však neslouží pouze účastníkům cestovního ruchu, ale je s tím spojena i řada činností a služeb, které jsou využívány i ostatními lidmi. Takovýmito službami mohou být např. služby obchodní sítě, bankovní či dopravní služby nebo služby poskytované sportovními a kulturními zařízeními.

Nejčastěji se dělí materiálně-technická základna CR na základní (doprava, ubytování, stravování) a doplňkové služby (např. poskytování informací, vyhledávání a rezervace služeb a jejich zprostředkování). Tyto služby jsou poskytovány různými subjekty, kterými jsou cestovní kanceláře, informační střediska, asociace, centra pro podporu turistiky a další.

### **1.4.1 Ubytování**

Ubytovací zařízení tvoří podstatnou část materiálně technické základny zabezpečující realizaci CR. Tyto služby se poskytují ve spojení s doplňkovými službami souvisejícími s pobytem hosta v ubytovacím zařízení. Jejich rozsah i úroveň limitují využití přírodních možností a kulturně historických či jiných atraktivit konkrétních oblastí a intenzitu jejich zapojení do CR.<sup>13</sup>

<sup>12</sup> Trnková, O. a kol. *Území a cestovní ruch*. Praha: VŠE Fakulta mezinárodních vztahů, 1995, str. 35

<sup>13</sup> Hrala, V. *Geografie cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis, 1994, str. 27 - 28



Převážná část nároků cestovního ruchu a rekreace je realizována ve střediscích. „Za středisko CR je možno považovat takové místo, které je dopravně dostupné, umožňuje a akumuluje několik forem rekreace, jež jsou dány přírodními vlastnostmi území na němž se středisko nachází a má pro jejich realizaci základní vybavení.“<sup>14</sup>

Ubytovací zařízení se dělí podle různých hledisek, avšak nejvýznamnější je dělení na kategorie a dále do tříd podle vybavení a rozsahu poskytovaných služeb.

Na základě Usnesení vlády ze dne 17. 7. 1999 č. 717 a za výrazné podpory Ministerstva pro místní rozvoj ČR a české centrály cestovního ruchu sestavily „Oficiální jednotnou klasifikaci ubytovacích zařízení české republiky kategorie hotel, hotel garní, penzion a motel“.

#### **Kategorie ubytovacích zařízení:**

**1. Hotel** je ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty vybavené pro poskytování přechodného ubytování a služeb s tím spojených (zejména stravovacích). Člení se do pěti tříd. Hotel garní má vybavení jen pro omezený rozsah stravování (nejméně snídaně) a člení se do čtyř tříd.

**2. Motel** je ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty poskytující přechodné ubytování a služby s tím spojené pro motoristy a člení se do čtyř tříd.

**3. Penzion** je ubytovací zařízení s nejméně 5 pokoji pro hosty, s omezeným rozsahem společenských a doplňkových služeb a člení se do čtyř tříd.

#### **4. Ostatní ubytovací zařízení:**

- kemp (tábořiště)
- chatová osada
- turistická ubytovna
- botel

#### **Klasifikace ubytovacích zařízení - rozdělení do tříd podle mezinárodního členění:**

- \* Tourist
- \*\* Economy
- \*\*\* Standard
- \*\*\*\* First Class
- \*\*\*\*\* Luxury

Ubytovacím zařízením kategorie typu hotel garní, penzion a motel mohou být přiděleny maximálně čtyři hvězdičky.

---

<sup>14</sup> Trnková, O. a kol. *Území a cestovní ruch*. Praha: VŠE Fakulta mezinárodních vztahů, 1995, str. 47

## 1.4.2 Doprava

Vzhledem k tomu, že je CR založen na přemíst'ování osob, je jeho vývoj nejvíce spjat s rozvojem dopravy.

Nároky na různé formy rekreace se odrážejí ve stoupajícím tlaku na dopravní přístupnost. Rekreční doprava jako podsystem rekreace je závislá na formě rekreace a na druhu území.

Na region Třebíč se vztahuje pomoc poskytovaná v rámci projektů programu Phare pro přeshraniční spolupráci (Phare CBC). Důvodem zařazení regionu byl dopad jejich socioekonomických aktivit na Rakousko jakožto členskou zemi EU (projekty jsou podporovány v případech, kdy lze prokázat dosažení výrazného přeshraničního efektu akce).

**Druhy dopravy** podle V. Hrala (1994, str. 24 – 27):

*Železniční doprava* funguje pro potřeby CR v kontinentálním měřítku především v přepravě na velké vzdálenosti. Modernizuje se z hlediska obecných potřeb např. zvýšení rychlosti a kultury cestování.

*Automobilová doprava* se stala v současnosti nejrozšířenější dopravou. Rozhodující část připadá na individuální motorismus. Pro přesuny na dálkových trasách slouží i silniční magistrály (dálnice). Relativně hustá silniční síť (různé kategorie) rozšiřuje mobilitu automobilové dopravy a tím i prostorové využití oblastí cestovním ruchem.

*Vodní doprava* se uplatňuje v CR jednostranně a okrajově. Slouží jako přeprava výletní, rekreační a okružní. Převážně spojuje přírodní a kulturně historické atraktivity.

*Vertikální doprava* (lanovky, vleky) je odvětvím přepravy využívaných v horských oblastech. Její význam spočívá v tom, že zpřístupnila některé horské a vysokohorské partie a umožnila masový rozmach zimních sportů a rekreace.

*Letecká doprava* se prosadila především při přepravě na velké vzdálenosti, hlavně v mezikontinentálním měřítku. Díky své rychlosti zkracuje dostupnost atraktivních oblastí na minimální časovou dimenzi.

## 1.4.3 Stravování

Stravovací služby by měly zajistit účastníkům CR základní stravování a kromě toho by měly poskytnout i doplňkové stravování a občerstvení, dále služby společensko-zábavní, které jsou spojené s hudební produkcí, kulturním programem nebo jinými

službami. Na rozdíl od ubytovacích zařízení využívá stravovací zařízení i místní klientela.

I stravovací zařízení se dělí podle druhu do kategorií (např. restaurace, motorest, jídelna se samoobsluhou, bufet, bistro, hostinec, kavárna, kiosek aj.) a podle vybavení, úrovně a rozsahu služeb do skupin (skupiny jsou označovány římskými čísly od nejnižší úrovně - IV. po nejvyšší úroveň – I.). Zařazení provozovny provádí sám podnikatel, na základě kritérií obsažených v normě.

#### **1.4.4 Další služby**

*Zprostředkování služeb, poskytování informací a další služby*

Neméně důležitou součástí CR vedle poskytování přímých služeb je i poskytování informací, vyhledávání a rezervace služeb a jejich zprostředkování. Tyto služby jsou poskytovány různými subjekty, kterými jsou cestovní kanceláře, informační střediska, asociace, centra pro podporu turistiky a další.

#### **Cestovní kancelář**

- základní provozní jednotka cestovního ruchu, jejímž předmětem činnosti je zprostředkování, organizování a zabezpečování služeb souvisejících s účastí na cestovním ruchu.<sup>15</sup>

**Informační turistické středisko** je podle J. Čecha (1998, str. 27)

- pracoviště, jehož posláním je podávat informace o turistických zajímavostech a věcech turistického zájmu a potřebách (např. ubytování, stravování, kultura, různé služby atd.), zpravidla v rozsahu jeho územní působnosti, případně i nad tento rámec. Vedle tradičně pojaté klientely informačního střediska (turisté a návštěvníci regionu z tuzemska i zahraničí) se uživateli střediska stávají i podnikatelské subjekty, manažeři a obchodníci, pořadatelé významných akcí, ale také pracovníci městských úřadů.

### **1.5 Trh cestovního ruchu**

Neméně důležitá je i nabídka a poptávka, v neposlední řadě i dopady na cestovní ruch. Trh obecně je oblastí ekonomiky, ve které dochází ke směně zboží a služeb. Dochází zde tedy ke střetu nabídky a poptávky. To platí i pro trh cestovního ruchu, který tvoří subjekty a objekty.

---

<sup>15</sup> Čech, J. *Malá encyklopedie cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis, 1998, str. 13 - 14

*Subjekty cestovního ruchu jsou:*

- orgány a organizace zabývající se cestovním ruchem,
- pracovníci v oblasti cestovního ruchu
- účastníci cestovního ruchu

Subjekty vystupují na trhu jako kupující a prodávající. Kupující, to jsou účastníci cestovního ruchu, kteří uspokojují své potřeby. Proávající tvoří dvě skupiny. Do první skupiny patří podniky, firmy a jednotlivci, kteří prodávají zboží a služby potřebné k zabezpečení cestovního ruchu. Druhou skupinu tvoří cestovní kanceláře, neboli podniky zprostředkovatelské, které vystupují jako kupující i prodávající. Nakupují služby stravovacích, ubytovacích zařízení atd., přetvářejí je v určitý ucelený produkt a ten pak prodávají účastníkům cestovního ruchu.

*Objekty cestovního ruchu jsou:*

- hmotné a nehmotné statky, které se stávají předmětem koupě a prodeje (služby, zboží, volné statky)

Jde o zboží a služby, které jsou výsledkem ekonomické činnosti, a dále také volné statky jako čistý vzduch, moře, hory apod. Objekty mohou na trhu vystupovat jednotlivě nebo v ucelených komplexech.

Trh cestovního ruchu má i své specifické zvláštnosti, kterými se odlišuje od jiných trhů.

Jsou to:

- volné statky, atraktivita cestovního ruchu jsou nepřenositelné,
- sezónnost,
- vstupuje sem komodita, která není výsledkem ekonomické činnosti,
- výrazně mezinárodní charakter,
- cestovní ruch je velmi ovlivňován mimoekonomickými faktory (počasí, přírodní katastrofy, terorismus atd.),
- má vysokou míru subjektivního vnímání a posuzování.

### **1.5.1 Nabídka**

„*Nabídka cestovního ruchu* je reprezentovaná souhrnem všech komponentů nutných k realizaci účasti na cestovním ruchu a k naplnění očekávaných efektů. Předmětem nabídky jsou objekty cestovního ruchu, v konkrétní podobě představované souhrnem atraktivit, služeb, hmotných statků a užitečných efektů, které jsou v určitém místě a čase

k dispozici pro uspokojení potřeb účastníků cestovního ruchu, a které prodávající chce na trhu cestovního ruchu realizovat.“<sup>16</sup>

Nabídku silně ovlivňuje také rozvoj a využívání techniky a technologií (internet, informační a rezervační systémy jako Start-Amadeus, Galileo, Sabre).<sup>17</sup>

*Rekreační prostor* je dominantní složkou nabídky v cestovním ruchu a motivem účasti na cestovním ruchu. Podmínky at' již dané přírodou nebo vytvořené člověkem vytvářejí prostředí pro cestovní ruch, jsou vázány k určitému místu, nelze je přemísťovat, a proto je rekreační prostor nazýván statickou složkou nabídky. Rekreační prostor tvoří přírodní a kulturněhistorické podmínky.

*Přírodní podmínky* jsou obvykle součástí širšího rekreačního prostoru, určují jeho vlastnosti a předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu.

Patří sem:

- terénní podmínky (horské útvary, nížiny, členitost terénu),
- klimatické podmínky - jsou rozhodující pro časové využití přírodních podmínek i z hlediska působení na člověka,
- vodní toky a plochy (moře, řeky, jezera, rybníka, přehrady a další) - mají mimořádný význam pro letní rekreaci,
- vegetační kryt a flóra-nejvýznamnější jsou především lesní porosty,
- fauna - spolu s flórou dotváří určité prostředí a je významná i při některých typech cestovního ruchu (pozorování zvěře v rezervacích či zoologických zahradách, ale i pro lov zvěře a rybolov),
- přírodní léčivé zdroje - jsou důležitým předpokladem pro rozvoj lázeňství,
- přírodní zvláštnosti (jeskyně, skalní útvary, vodopády) - jsou vyhledávány především ve výletním cestovním ruchu,
- kvalita životního prostředí (čistota ovzduší a vod).

*Kulturněhistorické podmínky* - stávají se vyhledávanějším motivem účasti na cestovním ruchu a patří sem:

- architektonické památky - hrady, zámky, tvrze, zříceniny, paláce, historické církevní stavby (katedrály, kostel, kláštery), archeologická naleziště, pohřebiště, lidová kultura, současná architektonická díla,
- kulturní zařízení - galerie, muzea, obrazárny, archivy

---

<sup>16</sup> Malá, V. *Cestovní ruch (Vybrané kapitoly)*. Praha: VŠE, 1999, str. 83

<sup>17</sup> Foret, M., Foretová, V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing, 2001, str. 19 - 20

- významná kulturní a historická místa spjatá s dějinami určitého národa (historická bojiště, rodiště významných osobností, památníky)
- technické památky - rozhledny, mosty, zpřístupněné doly,
- památky lidového umění - lidová umělecká výroba, lidová řemesla.

Pro kulturněhistorické památky je charakteristické, že mohou vystupovat samostatně nebo v uceleném komplexu (městská památková rezervace, historická jádra měst).

#### Specifické rysy nabídky v cestovním ruchu:

- různorodost (kvalita, vybavenost atd.),
- komplexnost,
- vyznačuje se malou pružností a přizpůsobivostí poptávce,
- má sezónní charakter,
- nabídka je silně podmíněna lidským faktorem,
- vyžaduje vysoký stupeň pohotovosti výkonu,
- nelze podnikat kdekoliv.

Rozsah a struktura nabídky služeb v jednotlivých místech bude vždy záviset na charakteru konkrétního místa, jako aktivitách, na prostředí i na poptávce v něm.

### **1.5.2 Poptávka**

„*Poptávku v cestovním ruchu* chápeme jako projev potřeb účastníka cestovního ruchu podložený koupěschopností. Charakter a rozsah poptávky je v rozhodující míře podmíněn charakterem, rozsahem a strukturou potřeb, které je možno účastní na cestovním ruchu uspokojit a které se v poptávce odrážejí.“<sup>18</sup>

Poptávka je výrazně ovlivňována důchody obyvatelstva, fondem volného času, cenovou hladinou nabízených služeb, spotřebitelskými preferencemi, motivací, módou a prestiží, celkovým způsobem života.<sup>19</sup>

Nositelem poptávky je účastník cestovního ruchu, který chce uspokojit své potřeby. Člověk bezprostředně nepocítuje potřebu cestovního ruchu, ale celou řadu potřeb jiných jako odpočinek, poznání atd. Tyto potřeby lze uspokojit i jinak než cestovním ruchem, ale cestovní ruch je jednou z důležitých cest jejich uspokojování. Poptávka v cestovním ruchu je silně ovlivněna osobními zájmy, zálibami, ale i dalšími faktory. Nároky potenciálních účastníků jsou tedy velmi diferencované a uspokojit všechny účastníky

<sup>18</sup> Malá, V. *Cestovní ruch (Vybrané kapitoly)*. Praha: VŠE, 1999, str. 60

<sup>19</sup> Foret, M., Foretová, V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing, 2001, str. 19 - 20

cestovního ruchu není možné a ani by to nebylo efektivní. Z toho důvodu se provádí segmentace trhu, tzn. je třeba se zaměřit pouze na vybrané části trhu, pro které dokážeme vytvořit odpovídající kvalitní nabídku. Nejčastěji se segmentace trhu provádí podle vzdělání, příjmu, věku, místa bydliště (např. venkov, město), vybavenost domácností (auta, chata).

Poptávka v sobě zahrnuje:

- a) motiv účasti, který je výrazem potřeb a zájmu člověka; vyplývá z prostředí, ve kterém člověk žije, z ekonomických, sociálních, biologických a psychologických faktorů,
- b) požadavky na služby a zboží, které jsou nutné pro uspokojení potřeb,
- c) požadavky na prostředí a místo, kde mají být požadavky uspokojeny.

Specifické rysy poptávky v cestovním ruchu:

- komplexnost,
- sezónnost poptávky a její periodický charakter,
- vysoká pružnost,
- masovost, silná diferencovanost,
- neustálé změny rozsahu a struktury - ty jsou dány životní úrovní obyvatelstva a nestále se měnícím prostředím.

## ***1.6 Dopady cestovního ruchu***

### **1.6.1 Ekonomické dopady**

Rozvoj cestovního ruchu založený na využívání přírodních a materiálních předpokladů území je nezbytné a účelné zamýšlet se nad dopady, které tento rozvoj způsobí a které se zákonitě projeví jak v oblasti ekonomické, sociální, kulturní, tak i ve vztahu k životnímu prostředí.

Ekonomické dopady rozvoje cestovního ruchu v daném území mohou být charakterizovány jako přímé a nepřímé.<sup>20</sup>

*Přímé efekty* vyplývají z konkrétně spotřebovaného objemu peněz turistou v místě cestovního ruchu. Za *nepřímé efekty* pak považujeme situaci, kdy nedojde k bezprostřednímu hodnocení těchto prostředků, ale budou například uloženy nebo budou spotřebovány mimo danou společnost. Tyto efekty nazýváme multiplikátory.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Tamtéž, str. 7 - 15

<sup>21</sup> V makroekonomii termín multiplikátor označuje změnu závisle proměnné (hrubý národní produkt, nabídky peněz, dovozu), připadající na jednotkovou změnu vnější proměnné (vládních výdajů, důchodu nebo vývozu).

To znamená, že počáteční spotřeba peněz turistou vyvolává více než jen příjem pro společnost, dochází k umocňování tohoto efektu.

### 1.6.2 Ekonomické náklady

V oblasti identifikace ekonomických nákladů, které vyvolává rozvoj cestovního ruchu v daném území je nezbytné zmínit se o:

- *ceně půdy a inflaci*, které se mohou v důsledku rozvoje cestovního ruchu zvyšovat. I když místní obyvatelé vlastní půdu neprodávají, jejich náklady v důsledku zvyšování daní rostou. Působí zde jednoznačně tržní mechanismus, který s růstem poptávky po půdě zvyšuje její ceny a případná zákonná opatření vedou ke stanovení vyšší daně, která má bránit absolutnímu využívání půdního fondu pouze k investičním účelům rozvoje cestovního ruchu;
- *investicích*, které jsou bezprostředně vyvolány rozvojem materiálních podmínek cestovního ruchu a jejichž hodnota, protože se jedná většinou o nákladná ubytovací a stravovací zařízení, je značná. V době mimo-sezóny však bývají často uzavřena, či využití jejich kapacity klesá, ale např. úroky placené z poskytnutých investičních úvěrů je nutné splácet stále. Výsledkem těchto vysokých pevných nákladů a sezónního charakteru poptávky je stálý tlak na maximální tvorbu zisku v období vrcholné sezóny.
- *veřejných službách*, jejichž výkony musí být také zvýšeny s ohledem na potřebu svozu komunálních odpadů, čištění odpadních vod, údržbu veřejných komunikací a pořádku s ohledem na vyšší kumulaci lidí v dané lokalitě.

### 1.6.3 Sociální dopady

Mimo ekonomické dopady, které byly uvedeny výše, má na rozvoj cestovního ruchu také vliv sociální oblast. Zde je možné zdůraznit především:

- *hustotu návštěvníků* - z mnoha důvodů a při mnoha událostech dochází ke koncentraci velkého počtu lidí v daném místě a čase. Vzhledem ke zmíněné sezónnosti se tato zvýšená koncentrace projevuje pouze v několika málo měsících v roce. Existují dva možné přístupy, jak se vyrovnat s tímto problémem.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> Jeden spočívá v „rozvolnění“ turistů v rámci regionu nebo prodloužení možné časové využitelnosti místa. Mimosezónní ceny mohou přilákat turisty a uvolnit tak kapacity v období vrcholné sezóny. Rozvojem nabídky zájezdů a výletů do jiných oblastí se může úspěšně rozšířit ekonomický přínos cestovního ruchu a zároveň minimalizovat negativní sociální dopady. Druhým možným přístupem je rozvoj „turistických středisek“, to je míst, která jsou vybavována a budována výhradně pro turistické účely. Tímto způsobem lze udržet případně snižovat kontakty mezi místním obyvatelstvem a návštěvníky na minimální, tzn. únosnou míru.



- *migraci* - stává se vážným problémem především v méně rozvinutých zemích. U nás tento problém, s ohledem na hustotu osídlení a úroveň ekonomiky vcelku nehrozí. Jinde však může znamenat vážné problémy, související s vysídlováním a vylidňováním určitých územních celků nebo oblastí.
- *spotřebitelské chování* - tak, jak se zvyšuje podíl cestovního ruchu na spotřebě, zvyšuje se také podíl dováženého zboží, nutného k uspokojování potřeb turistů. Místní obyvatelstvo srovnává kvalitu tohoto zboží a při zvyšování vlastních příjmů požaduje toto zboží i pro vlastní potřebu. Z hlediska sociálního jde o pozitivní vývoj. Z hlediska ekonomického je to však jev nežádoucí.
- *smysl vlastní identity* - určité skupiny turistů jsou typické „unifikovanými požadavky“, např. požadují vždy řádné chlazené nápoje, jako přílohu k hlavním jídlům jediné hranolky. Ve snaze přizpůsobit se těmto požadavkům se může vytratit vlastní, unikátní charakter kultury či způsobu života. Nakonec může vzniknout i otázka, proč vlastně cestovat, když všechna místa cestovního ruchu nabízejí stejné služby. Úkolem proto zůstává udržovat i v rámci těchto procesů vlastní národní charakter či identitu.
- *morálku* - která je ovlivňována některými negativními průvodními znaky rozvoje cestovního ruchu jako je např. nárůst kriminality, prostituce či rozšíření hazardních forem zábavy.

Je však chybou tvrdit, že CR sám o sobě způsobuje některé nebo dokonce všechny z uvedených změn. Lidé jsou samozřejmě ovlivňováni masmédií, četbou, filmy i vlastním cestováním.

#### **1.6.4 Kulturní dopady**

Kultura se vyvíjí a mění přirozeně tak, jak se domácí kultura přizpůsobuje změnám ve světě. Cestovní ruch, rozvíjený v konkrétní oblasti zrychluje tento proces, protože zavádí vztahy mezi dvěma a více společnostmi s různou kulturou. Vliv „silnější“ a napodobování některých jejich stránek se nazývá vlastně „přebírání jiné kultury“.

*Umění a řemesla* se projevují jako nejcitlivější součást kultury obyvatel v určitém území. Typicky prochází tento proces změn *třemi stádii*. V prvním stádiu tradiční umělecký design přechází do podoby suvenýrů, nabízených turistům na místním trhu. Ve druhém stádiu je tato individuální umělecká výroba nahrazována sériovou výrobou upomínkových předmětů a drobností, které jsou často dováženy. Ve třetí stádiu se objevuje opětovná snaha u části místních obyvatel vzkřísit jejich tradiční uměleckou výrobu. Lze proto říci, že cestovní ruch a jeho rozvoj v určité oblasti působí jak

na podporu, tak i stlačení tradičních forem řemeslné a umělecké výroby lokálního charakteru.

*Nejrůznější tradiční události a slavnosti* v místě se stávají výraznou atraktivitou cestovního ruchu. Každá společnost má mnoho festivalů a společenských událostí, které by mohly překročit oblastní či územní rámec. Pokud se však kvůli turistům vytrácí historický nebo náboženský charakter a tradice, ztrácí vlastní kultura nenahraditelné hodnoty.

### **1.6.5 Dopady na životní prostředí**

Cestovní ruch má přímou souvislost s životním prostředím. Základní podmínka vzniku a rozvoje cestovního ruchu v území je vyjádřena v požadavku: „Cestovní ruch je možno rozvíjet pouze ve zdravém a čistém životním prostředí“. Z této podmínky vyplývá přímá souvislost cestovního ruchu se životním prostředím. Při svém rozvoji cestovní ruch využívá jak přírodní, tak umělé prostředí. Životní prostředí může svou kvalitou mít kladný i negativní vliv na rozvoj cestovního ruchu.<sup>23</sup>

Nelze však zapomínat, že pouze přirozené a kvalitní životní prostředí je hlavní atraktivitou pro turisty.

Konflikty člověka s životním prostředím vznikají v případě, že dochází k necitlivému a neúměrnému zasahování do bio-systému a přílišná rekultivace přírody způsobuje nenahraditelné ztráty, kterým je vždy nutné včas předcházet.<sup>24</sup>

## **2. Charakteristika regionu Třebíč**

### **2.1 Základní údaje o regionu**

*Třebíčsko* se nachází na JV kraje Vysočina. Je sem zahrnuto území okresu, jehož okresní úřad zanikl k r. 2002. Nachází se uprostřed republiky na severní straně Vysočiny. Na SV hraničí se Žďárskem, na SZ a Z s Jihlavskem, na JZ s Jindřichohradeckem, na JV se Znojemskem, na V s regionem Brno-venkov.

Třebíčský okres byl poprvé ustanoven jako správní jednotka už v roce 1850. K 31. 12. 2003 má rozlohu 1518,63 km<sup>2</sup>, správně je území rozděleno do 173 obcí, z toho je 6 měst, celkem zde žije přes 117 tisíc obyvatel.

---

<sup>23</sup> Trnková, O. a kol. *Území a cestovní ruch*. Praha: VŠE Fakulta mezinárodních vztahů, 1995, str. 72 - 73

<sup>24</sup> Trnková, O. a kol. *Území a cestovní ruch*. Praha: VŠE Fakulta mezinárodních vztahů, 1995, str. 15

## 2.2 Geografická poloha

Území regionu se prakticky svažuje od vrcholů na SZ směrem JV. Geograficky je území okresu v České vysočině a to v její části Českomoravská vrchovina. Větší část zaujímá Jevišovická pahorkatina, menší část Křižanovská vrchovina. Vrchovinná část dosahuje až horských poloh kolem 700 metrů nad mořem (Mařenka - 711 mnm).

Centrem okresu je řeka Jihlava. Vtéká na jeho území u Bransouz na SZ a opouští jej na nejnižším místě okresu JV pod Lhánicemi. Dalšími toky okresu vytvářející povodí jsou Oslava na SV, Jevišovka na J okresu, Želetavka na JZ okresu a Rokytá ve středu okresu. Na SZ okraji je povodí řeky Brtnice. Na území okresu vytvářejí řeky Jihlava, Oslava a Rokytá místy až kaňonovitá koryta s romantickými zákoutími. Jejich koryta se zařezávají do terénu hlubokými údolími a vytvářejí turisticky zajímavé oblasti.

V okrese je 21 vodních nádrží s celkovou plochou přes 900 ha. Mezi největší nádrže patří vodní nádrž Malešice (viz Příloha č. 2: obrázek č. 8) o rozloze 480 ha a celkovém objemu 127 300 000 m<sup>3</sup> (dodávkou vody do JE Dukovany), vodní nádrž Mohelno - 118 ha, 17 100 000 m<sup>3</sup>. Rybníky naleznete v této oblasti Vysočiny na každém místě, největší koncentrace pak je mezi Náměští a Třebíčí, jižně od Třebíče, u Jaroměřic a Moravských Budějovic na Jemnicku a v povodí Brtnice.

Pestré přírodní podmínky okresu umožňují sledovat velké množství rostlinných a živočišných druhů. Existují zde dva přírodní parky - Třebíčsko a Rokytá.

**NPR** - Mohelenská hadcová step, 48,1 ha a 8,89 ha ochranného pásma, vyhlášeno jako skalnatý amfiteátr s významnou květenou a zvířenou vázanou na hadcový podklad. (viz Příloha č. 2: obrázek č. 7)

**PR** - Údolí Oslavy a Chvojnice - rozsáhlé území s lesy nad kaňonovitými údolími řek, Dukovanský mlýn - Hadcové skalky s charakteristickými společenstvy, Habrová seč - Přestálý smíšený porost buku a habru s bohatým bylinným patrem, Opatovské zákopy - Rašelinné louky a prameniště s významnou květenou, U hájenky - Vlhká louka s přirozeným bylinným pokryvem, Mohelnička - Kaňonovité údolí s inverzními podmínkami, významná flóra (brambořík nachový), Suché skály - Skalnaté rulové svahy s reliktním borem a vzácnou květenou (hvozdík moravský), Hošťanka - Smíšený porost s převahou autochtonní jedle, naleziště bramboříku evropského.

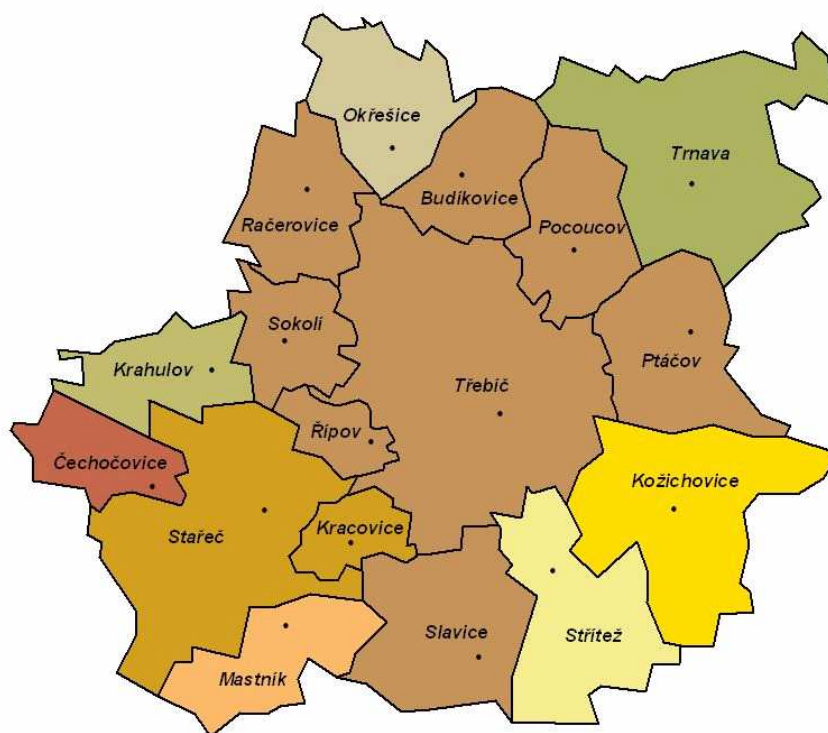
**PP** - Habří, Ptáčovský kopeček, Syenitové skály, Hájky, Hluboček, Klučovský kopec, Kobylínek, Obora, Špilberk, Pazderna, Na Kopanínách, Kamenný vrch, Černá blata, Na skaličce, U lusthausu, Kozének, Jalovec, Urbánkův palouk.

### Přírodní park Třebíčsko

Přírodní park Třebíčsko (dříve oblast klidu) byl zřízen v roce 1982 na území severně od Třebíče na ploše 10.000 ha. Oblast je charakteristická rozptýlenými žulosyenitovými ostrůvky a balvanitými útvary. Četné rybníky jsou významným hnízdištěm i zastávkou na tahu vodních ptáků. Na území parku se nacházejí zvláště chráněná území – přírodní památky Ptáčovský kopeček, Syenitové skály u Pocoucova, Kobylínek u Trnavy a Pazderna u Přeckova.

Třebíčsko je kraj drsný, krásný, plný proměn a romantiky. Co se týče přírodních krás, najdete je tu všude a ve všech podobách; ne nadarmo se spolu s krajem Vysočina počítá k ekologicky nejzachovalejším oblastem České republiky. Třebíčský region je bohatý i na historické stavby, a proto má poměrně velké lokalizační předpoklady pro cestovní ruch.

## ***2.3 Mikroregion Třebíčsko***



Obr. č. 1: Mikroregion Třebíčsko

Oblast mikroregionu se nachází spíše v centrální části kraje Vysočina a všechny obce mikroregionu náleží k okresu Třebíč. Území mikroregionu zabírá plochu větší jak 12 tis.ha a žije na něm téměř 43 tis. obyvatel (což je asi třetina populace okresu Třebíč). Mikroregion Třebíčsko se rozkládá v centrální části okresu Třebíč, sdružuje celkem devět samostatných obcí, některé z nich se skládají z místních částí (mikroregion je tvořen celkem z 26 administrativních jednotek).

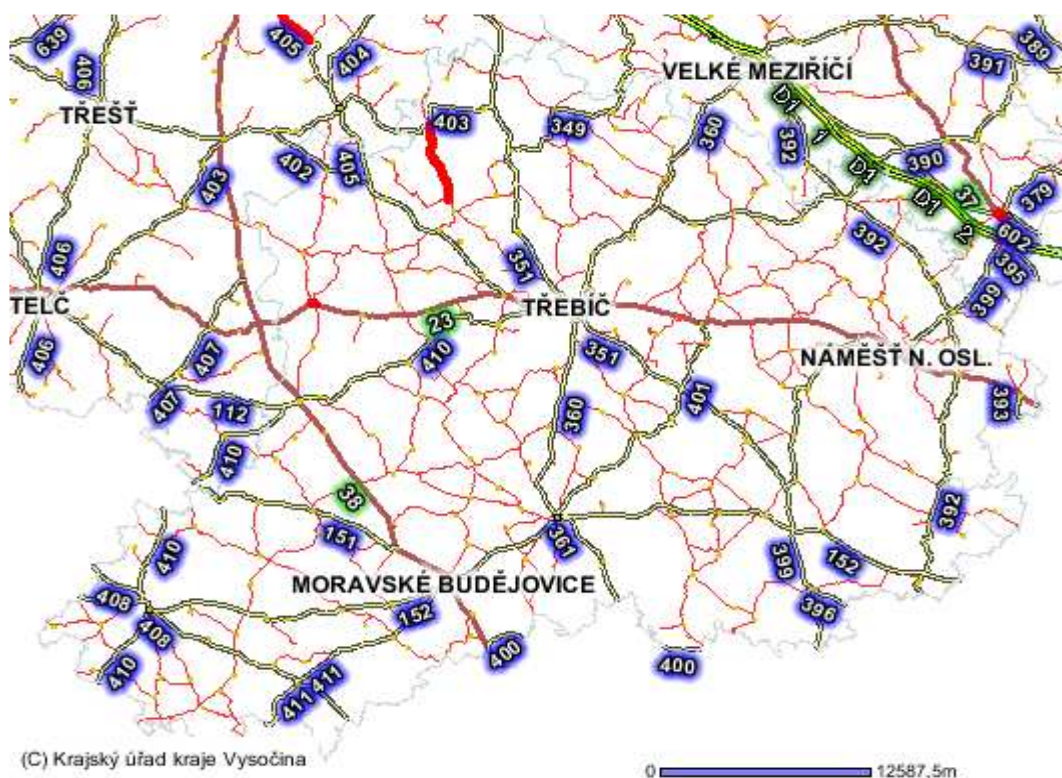
Místní části mají pouze dvě obce: Stařeč (Kracovice, Červená Hospoda),

Třebíč (Budkovice, Pocoucov, Ptáčov, Račerovice, Řípov, Slavice a Sokolí).

Vlastní město *Třebíč* je pak tvořeno městskými částmi: Borovina, Horka – Domky, Jejkov, Nové Dvory, Nové Město, Podklášteří, Stařečka, Týn, Vnitřní Město a Zámostí. Mikroregion Třebíčsko vznikl jako přirozený celek spádového vnitřně konzistentního území. Členy spojují historické a kulturní tradice, ale zejména také společné problémy. Právě možnosti operativnějšího a schůdnějšího řešení těchto problémů, efektivnějšího čerpání finančních prostředků ze státního rozpočtu a z fondů Evropské unie byly hlavním impulsem k vzniku mikroregionu.

## ***2.4 Dopravní dostupnost***

Nejvýznamnější komunikací mikroregionu je jediná silnice č. I/23, která spojuje České Budějovice s Brnem a prochází Třebíčí (ta je vzdálena cca 55 km od Brna). Krajské město Jihlava je vzdáleno více jak 30 km od města Třebíče po silnici č. II/405. Nejbližší dálniční napojení je ve Velkém Meziříčí, které je vzdáleno více jak 20 km od Třebíče. Nejbližší hraniční přechod s Rakouskem je Vratěním, leží ve vzdálenosti asi 50 km od Třebíče. Hodnota polohy kraje na meziregionální úrovni (vzhledem k hlavním koncentracím obyvatelstva, výroby a služeb v rámci státu) je však jen průměrná až podprůměrná. Třebíčsko má převážně silnice pouze II. a III. třídy.



Obr. č. 2: Stav silnic v regionu Třebíč

## 2.5 Předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu v regionu

Jedním z hlavních cílů pro naplnění očekávaných vizí je zvýšení podílu pobytové návštěvnosti, s orientací jak na domácí tak i zahraniční klientelu. Jedním z předpokladů je atraktivní turistická nabídka a s ní související zejména její marketingová stránka (strategie oslovení cílových skupin turistů, vlastní reklama, propagace, prodej, aj.).

Hlavním předmětem činnosti mikroregionu je zejména:

- Rozvoj, podpora malého a středního podnikání v oblastech průmyslu a zemědělství.
- Rozvoj sektoru služeb.
- Rozvoj školství, zdravotnictví, kultury a sportu.
- Stabilizace situace na trhu práce, snižování nezaměstnanosti.
- Rozvoj dopravní infrastruktury a zlepšení dopravního propojení mikroregionu s okolním prostorem.
- Rozvoj oblasti lidských zdrojů a sociální infrastruktury.
- Zkvalitnění péče o životní prostředí.

- Rozvoj cestovního ruchu (zejména využitím kulturního dědictví a přírodních atraktivit/podmínek) a podporou turistických aktivit.
- Zajištění vlivu ve vyšších samosprávných a rozvojových institucích.
- Řešení rozvoje členských obcí.

*Faktory* podmiňující rozvoj cestovního ruchu a rekreace můžeme hodnotit ze tří zorných úhlů. Prvním z nich jsou lokalizační faktory, tedy přírodní předpoklady a kulturně-historické turistické atraktivity. Druhý pohled hodnotí tzv. selektivní předpoklady, tj. zejména poptávku domácí a zahraniční návštěvnosti. Konečně třetí pohled hodnotí realizační předpoklady, v našem případě zejména materiálně-technickou turistickou infrastrukturu a organizační strukturu cestovního ruchu v regionu.

## **II. Praktická část**

Praktická část je zaměřena na analýzu současného stavu cestovního ruchu v regionu Třebíč. Podrobně jsou zde popsány atraktivita cestovního ruchu v regionu, návštěvnost vybraných památek a turistická infrastruktura. Dále jsou uvedeny dotazníky, ve kterých jsem se dotazovala návštěvníků a obyvatel Třebíčska. Cílem je ověření skutečností, poznatků a předpokladů o cestovním ruchu v regionu Třebíč. Výsledky by tak měly podat skutečný obraz o stavu cestovního ruchu v regionu.

V neposlední řadě se zmiňuji o možnostech rozvoje a výhledech cestovního ruchu na Třebíčsku.

Text práce je doplněn tabulkami, grafy a dalšími přílohami.

### **3. Analýza současného stavu cestovního ruchu v regionu Třebíč**

Pro posilování podnikatelské sféry a podporu při adaptaci na podmínky Evropské unie byla založena Regionální rozvojová agentura Vysočina se sídlem v Jihlavě. Přestože má kraj vnitrozemskou polohu, vztahuje se na okresy Jihlava a Třebíč pomoc poskytovaná v rámci projektů programu Phare pro přeshraniční spolupráci (Phare CBC). Důvodem zařazení regionu byl dopad jeho socioekonomických aktivit na Rakousko jakožto členskou zemi EU (projekty jsou podporovány v případech, kdy lze prokázat dosažení výrazného přeshraničního efektu akce).

Řada významných turistických atraktivit je dosažitelná již v rámci denní návštěvnosti, zejména pro rakouské návštěvníky. Výhodou pro rozvoj cestovního ruchu je i velmi kvalitní životní prostředí a neporušená příroda (ekologicky jedna z nejzachovalejších oblastí České republiky).

Vývojové tendence rozvoje cestovního ruchu na regionální úrovni v posledních 10 letech lze shrnout následovně: nastala významná změna v orientaci zahraničních návštěvníků, došlo ke kvantitativnímu a částečně i kvalitativnímu rozvoji základní a doprovodné turistické infrastruktury, byl nastartován rozvoj doprovodných služeb (cestovní kanceláře, turistická informační centra), došlo k částečné tvorbě nových lokálních a regionálních turistických produktů a zatím se pomalu rozvíjejí lokální



a regionální turistická sdružení a organizace, poradenské a marketingové služby včetně statistiky a výzkumu na regionální úrovni.

*Rozvoj cestovního ruchu naráží v regionech na bariéry:*

- nekvalitní a v některých aspektech nedostatečná infrastruktura cestovního ruchu a nerozvinutých služeb;
- nedostatek potřebných odborníků pro řízení rozvoje cestovního ruchu i pro řízení samotných zařízení (ubytovacích, informačních, marketingových);
- absence marketingových koncepcí rozvoje ČR jako evropské destinace;
- nízká úroveň partnerství mezi NNO, podnikatelskými subjekty, obcemi, kraji a státem;
- omezené finanční prostředky pro rozvoj podnikání;
- nedostatek nosných projektů vedoucích k tvorbě produktů CR;
- nedostatek finančních prostředků na údržbu a obnovu kulturního dědictví;
- nízká technická úroveň a vybavenost zařízení koupališť na vodních tocích a nádržích, včetně uměle vybudovaných koupališť (bazény), ale i vybavení turistických tras, lyžařských a běžeckých tratí a cyklotras (odpočívadla, hygienická zařízení apod.);
- nedostatečné zavádění nových informačních technologií v cestovním ruchu (např. nedostatečný národní informační a rezervační systém cestovního ruchu včetně regionální úrovně, neprovázanost sítě budovaných Turistických informačních center);

Region je atraktivním zejména vzhledem k nízkému znečištění ovzduší, zdravým lesům, čistým a vodohospodářsky významným vodním plochám a zdrojům vody. Význam má vysoká koncentrace kulturních památek, což dokládá i jejich počet zapsaný v rámci UNESCO – Třebíč (židovská čtvrť a bazilika sv. Prokopa), ale i řada celoročně využívaných turistických tras.

Jako nezbytný předpoklad pro hospodářský a sociální progres regionu je nutná modernizace a další rozvoj dopravní infrastruktury. Tento trend rovněž úzce souvisí s faktem, že region má jednu z nejnižších koncentrací obyvatelstva žijícího ve městech a naopak zde žije nejvyšší podíl obyvatel v nejmenších velikostních typech obcí. Pro využití potenciálu, jenž se nabízí pro rozvoj cestovního ruchu, bude třeba více investovat do odvětví služeb.

### ***3.1 Strategie dosažení cílů do roku 2006***

Koncepce dalšího rozvoje cestovního ruchu předpokládá zásadní vymezení odvětví cestovního ruchu (vytvoření satelitního účtu) a jeho úzké propojení s regionální politikou, což přinese změnu pozice Ministerstva pro místní rozvoj (MMR), ČCCR a úlohy regionálních orgánů. Tento systém úzce souvisí i s reformou státní správy a samosprávy.

Součástí stanovení priorit je z hlediska cílů a potřeb národního regionálního rozvojového plánu definice nového produktu cestovního ruchu (např. rozvoj cykloturistiky, kulturní turistiky, venkovské turistiky apod.). Na podporu realizace priorit jsou stanoveny dotační tituly a bude zajišťována metodická pomoc pro regionální orgány.

Při stanovování priorit má MMR vycházet z analýz a koncepcí zpracovaných regionálními orgány státní správy.

Na úrovni regionů mají rozhodující úlohu v realizaci priorit a rozvojových programů

- ČCCR (metodická pomoc při realizaci jednotlivých produktů cestovního ruchu, jejich propagace apod.);
- regionální rozvojové agentury;
- zájmová profesní sdružení cestovního ruchu.

Současná úroveň české statistiky není plně srovnatelná se zeměmi OECD, neodpovídá rovněž potřebám Světové organizace cestovního ruchu (WTO) a samozřejmě potřebám Ministerstva pro místní rozvoj (neexistují přesné údaje o počtech turistů, ubytovacích kapacitách, satelitní účet cestovního ruchu ap.).

Statistika neposkytuje dostatečné podklady pro formování strategických záměrů v rozvoji cestovního ruchu, včetně regionálních, a pro marketing.

### ***3.2 Cíle priority***

Cílem priority je zvýšit podíl cestovního ruchu na hospodářské prosperitě regionu a vytvářet nové pracovní příležitosti. Mikroregion Třebíčsko je nutné propagovat a prodávat pod jednou značkou (logo) a iniciovat zavedení funkčního systému distribuce informačních a propagačních materiálů v rámci kraje, republiky i do zahraničí.

*Cíl bude dosažen prostřednictvím těchto dílčích cílů:*

- zlepšení kvality služeb cestovního ruchu (kompletní „balíčky“ služeb)

- zajištění služeb pro podnikatele v cestovním ruchu a posílení spolupráce v rámci odvětví,
- navázat spolupráci s ostatními regiony a institucemi v regionu Vysočiny a Rakouského příhraničí (účast na veletrzích CR),
- vytváření nových atraktivit, produktů a podniků v cestovním ruchu v regionu vč. venkovské turistiky, budování nových cyklotras a naučných stezek,
- aktivní využití historického, kulturního a přírodního bohatství regionu pro cestovní ruch, vč. využití tradic, zejména na venkově,
- zvýšení životní úrovně místního obyvatelstva.

Většina těchto cílů je financována z vlastních zdrojů regionu, granty ČCCR, MMR, zúčastněnými podnikateli, KÚ a Phare CBC.

### ***3.3 Nové cesty***

Je nutné hledat nové cesty vedoucí k vzájemné integraci a spolupráci v rámci celkově turisticky atraktivního Jihlavského kraje.

Při každém vymezení (typologizace, rajonizace, regionalizace) by mělo být jasně definováno, k jakému účelu bude sloužit. Jedním z důvodů vlastního vymezení (tedy i identifikace) je také fakt, že v "tvrdém" konkurenčním boji o domácího i zahraničního návštěvníka nabývá v evropském i celosvětovém měřítku na významu koncepce nabídky regionálních turistických produktů v boji o výsluní s hlavními turistickými atraktivitami, cíly.

**Tedy základní motto nebýt jedním z mnoha malých, různě atraktivních míst či oblastí (a tím i slabých), ale představovat se společně v rámci známějšího regionu (propojovat jednotlivé přednosti či dílčí atraktivity v určitý typ turistických a rekreačních zážitků).**

V našem případě je zde na místě logické vymezení v podstatě značně homogenního regionu "Vysočiny", totožného s navrhovaným Jihlavským krajem (okresy Pelhřimov, Havlíčkův Brod, Jihlava, Třebíč, Žďár n. S.). Tento název je možné modifikovat i jako "Vrchovina", resp. "Českomoravská vrchovina".

Dominantní funkcí v minulosti i v současnosti je středně náročná pobytová i pohybová turistika s významnou letní sezónou Pro zimní turistiku a sporty je vhodná většina území, zejména pro běžecké lyžařské sporty (Třebíč ovšem jen lokální lyžařská střediska). Potenciální rozvojové možnosti do budoucna je možné spojovat zejména

s dnes žádanými formami klidné a ekologicky čisté pobytové turistiky na naprosté většině území kraje (dnes reprezentované povětšinou jen domácím chatařením a chalupařením, agrofarmami, aj.). **Zdravé pobyty na Vysočině** je nutné přitom považovat za jednu z hlavních rozvojových deviz regionu, na níž lze stavět významnou část budoucí vize. Významné rozvojové šance má městská turistika spojená s návštěvou kulturně - historických památek. K nezanedbatelné rekreační funkci území patří rovněž z hlediska domácího turismu "druhé bydlení".

## **4. Turistické informace**

Z hlediska organizační struktury cestovního ruchu je důležitá organizace nabídky turistického potenciálu celé oblasti (turistické informace a služby v systému turistických informačních center, propagace, reklama, prodej, tvorba turistických programů a tras). V tomto pohledu významné kroky učinily zejména orgány veřejné správy (města, okresní úřady) a zájmová sdružení.

### ***4.1. Informační a turistické centrum Třebíč***

#### **Zprostředkováváme:**

- prohlídku věže, židovského města a Zadní synagogy
- prohlídku náměstí s průvodcem
- průvodcovský servis v českém, německém, anglickém a ruském jazyce
- letos se dostane plnohodnotných služeb i francouzsky, holandsky, italsky a španělsky mluvícím turistům - miniaturní přístroje připomínající walkmany (viz. Příloha č. 1)

#### **Nabízíme:**

- Tuzemským i zahraničním návštěvníkům bezplatné informace z oblasti turistiky, kultury, sportu, dopravy, podnikání a služeb.
- virtuální Třebíč na www stránkách
- veškeré turistické informace
- informace o návštěvní době městských památek, autobusovém a vlakovém spojení
- pomoc při výběru ubytování a stravování
- předprodej vstupenek na koncerty, divadla a veškeré akce MKS
- přehled kulturních akcí na každý den

- prodej turistických publikací, průvodců, map, autoatlasů, pohlednic, známek, telefonních karet, videokazet, jízdních řádů, atd.
- cykloturistické mapy
- prodej upomínkových předmětů (odznaků, samolepek, klášterní medoviny, atd.)
- kopírování dokumentů
- informační materiál "Kam na Třebíčsku", což je měsíčník s kompletním přehledem akcí a nabídek cestovního ruchu

## ***4.2. Významné památky Třebíčska (viz Příloha č. 2)***

Skutečnou perlou mezi památkami je románsko-gotická bazilika sv. Prokopa (obrázek č.1) pocházející ze 13. století, nacházející se v areálu trebičského zámku. V jedné části zámku je umístěno Západomoravské muzeum se stálými expozicemi betlémařství, vltavínů a dýmek. V samotné Třebíči pak stojí za pozornost urbanisticky zajímavé "židovské město", procházející náročnou rekonstrukcí. Rozsáhlý židovský hřbitov (obrázek č.6) s renesančními a barokními náhrobkami a dvě synagogy - v jedné z nich je zajímavý program - ilustrují bohatou historii židovské části trebičských obyvatel. Dominantou města je věž kostela sv. Martina s hodinami (obrázek č.5), jejichž ciferník je největší v ČR (průměr ciferníku hodin je 550 cm). V Jaroměřicích nad Rokytnou, ležících jižně od Třebíče, najdeme barokní zámek (obrázek č.2) na místě původní renesanční tvrze. V zámecké expozici je zajímavá sbírka historických hudebních nástrojů a za návštěvu stojí i rozsáhlý park ve francouzsko-anglickém stylu. Nad řekou v Náměšti nad Oslavou stával již v 16. století gotický hrad, který byl později přestavěn na renesanční zámek (obrázek č.3). Dnes v něm najdeme rozsáhlou sbírku tapiserií ze 16. - 19. století, expozici dobového nábytku, keramiky a obrazů. Chloubou zámku je knihovna s více jak 16 000 svazky. K nejstarším městům na Moravě vůbec patří Jemnice. Část hradeb ze 13. století se zachovala dodnes. Přesvědčivým historickým dokumentem Jemnice je kostel sv. Jakuba Staršího s románskou věží, jejíž základy byly položeny ve 12. století. Na cestě z Jihlavy do Vídně leží Moravské Budějovice s gotickým kostelem sv. Jiljí a areál zámku. V tzv. Masných krámech je dnes expozice zaniklých nebo zanikajících řemesel. Na Třebíčsku je možno navštívit celkem čtyři muzea. Kromě okresního města a Moravských Budějovic stojí za pozornost i expozice v Kralicích nad Oslavou, kde je na památku vytištění Bible České - zvané Kralická, zbudován Památník kralické tiskárny (obrázek č.4).

## 5. Sondy v regionu Třebíč

Pro získání alespoň trochu komplexních informací o stavu cestovního ruchu v regionu Třebíč jsem rozeslala v místě dvě na sobě nezávislé sondy. První sonda je průzkumem mezi obyvateli a návštěvníky regionu a druhá zjišťuje prostřednictvím Kulturně vzdělávacího a informačního zařízení v Třebíči návštěvnost.

### 5.1 Sonda číslo 1

Cílem této sondy je reálné ověření teoretických skutečností, poznatků a předpokladů o cestovním ruchu v regionu Třebíč. Rozhodla jsem se provést průzkum mezi obyvateli i návštěvníky regionu, k čemuž mě vedl fakt, že objektivnější výsledky získám u různorodé škály respondentů. Jelikož počet dotazovaných není nijak rozsáhlý jsou i výsledky spíše orientační.

#### 5.1.1 Výzkumné hypotézy

Zvolila jsem hypotézy, které jsem ověřovala dotazníkovým šetřením.

- **Hypotéza 1:** Respondenti získávají dostačující informace o regionu Třebíč převážně z internetu.
- **Hypotéza 2:** Upřednostňovaná forma návštěvnosti v letním období je návštěva památek, pravděpodobně z důvodu propagace památek UNESCO.

#### 5.1.2 Metoda ověření

Jako výzkumná technika byl použit standardizovaný dotazník (Příloha č. 3) sestavený tak, aby potvrdil nebo vyvrátil vytypované hypotézy. V úvodu dotazníku byla uvedena krátká žádost o spolupráci. Celkem 20 otázek je rozděleno na část, ve které se zaměřuji na základní údaje o respondentovi ( věk, pohlaví, povolání, dosažené vzdělání a trvalé bydliště) a část, která se vztahuje na vlastní problematiku. V dotazníku jsou převážně otázky uzavřené, tj. nabízejí předem dané možnosti odpovědí. Otázku volnou jsem použila jen jednou, kde jsem předpokládala větší rozsah odpovědí a nesvazovala respondenty nabízenými možnostmi.

Dotazník byl anonymní, čímž jsem předpokládala větší návratnost dotazníku a pravdivost získaných odpovědí.

### 5.1.3 Plán šetření

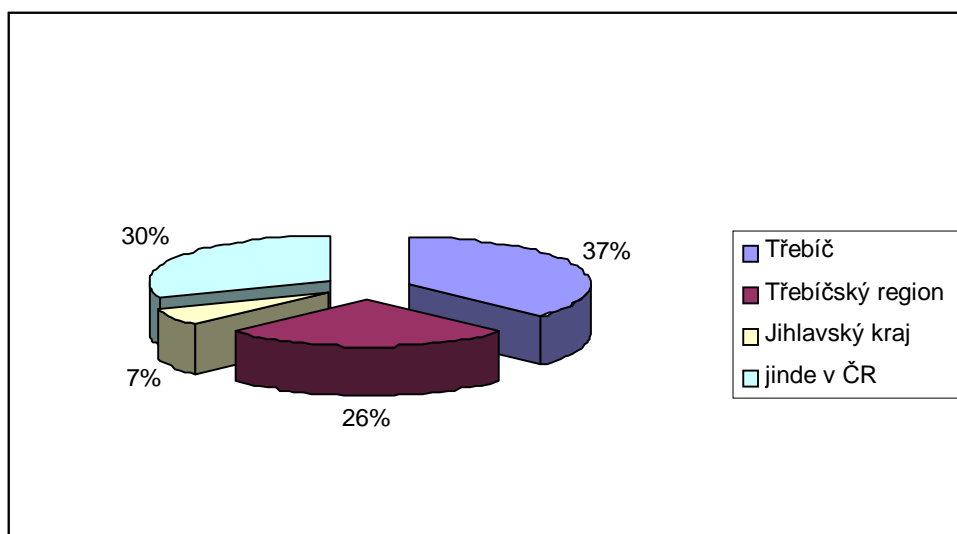
Sonda probíhala mezi obyvateli Třebíčska, kterým byl dán dotazník do pošty s žádostí o vrácení na udanou adresu. Dále byli osloveni návštěvníci v turisticky atraktivních místech regionu. Sonda probíhala několik měsíců. Některá získaná data jsem zpracovala do přehledných tabulek a grafů.

### 5.1.4 Shrnutí výsledků a jejich interpretace

Rozdáno bylo celkem 100 dotazníků. Z toho vráceno a vyplněno bylo 76, což je 76 % úspěšnost.

Z celkového počtu dotazovaných tvořily větší část ženy (44) a menší muži (32). Nejčtenější věk respondentů byl 26 – 35 let převážně se středoškolským vzděláním s maturitou (52). Téměř srovnatelně bylo těch, kteří jsou svobodní (30) a ženatí/vdané (34). Podle trvalého bydliště dotazník vyplňovalo 28 respondentů s bydlištěm v Třebíči (36,84 %), z regionu jich bylo 20 (26,32 %), Jihlavský kraj zastupovalo 5 dotázaných (6,58 %) a 23 jich žije jinde na území ČR (30,26 %). Tuto strukturu vyjadřuje graf č.1.

**Graf č. 1: Struktura respondentů podle trvalého bydliště**



Zdroj: otázka č. 6, dotazník – příloha č. 3

Z tabulky č.1 vyplývá, že nejčastěji respondenti k získání informací používají internet (71,06%), který je dnes velmi rozšířený a poměrně dostupný. Dalšími zdroji informací jsou sdělovací prostředky (10,52 %) a přátelé (11,84 %).

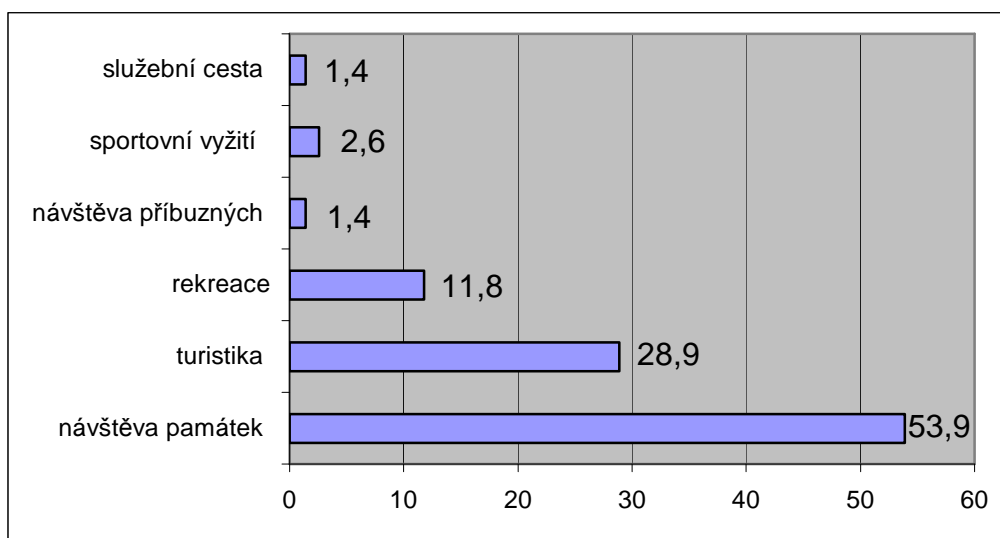
**Tabulka č.1: Zdroje informací o regionu**

Odpověď	Pohlaví				Celkem	v (%)
	ženy	v (%)	muži	v (%)		
na internetu	34	44,74	20	26,31	54	71,06
informační centrum	1	1,31	4	5,26	5	6,58
sdělovací prostředky	1	1,31	7	9,21	8	10,52
od přátel	8	10,53	1	1,31	9	11,84

Zdroj: otázka č. 7, dotazník – příloha č. 3

Z dotazníku vyplynulo, že respondenti navštěvují region převážně v letním období (58 %), naopak v zimním období je návštěvnost minimální (9,7 %). Z následujícího grafu č. 2 je patrné, že nejčastějším důvodem návštěvy je shlédnutí památek (53,9 %), dále pak turistika (28,9 %) a poměrně velká část upřednostňuje rekreaci (11,8 %). Dalším účelem je návštěva příbuzných (1,4 %), sportovní vyžití (2,6 %) nebo služební cesta (1,4 %).

**Graf č. 2: Účel návštěvy regionu Třebíč (v %)**



Zdroj: otázka č. 10, dotazník – příloha č. 3

K návštěvě regionu využívají respondenti převážně automobil (37,5 %), při ubytování dávají přednost penzionu (22,6 %) a návštěvu regionu převážně svým příbuzným či známým doporučí (62,1%). Sám respondent je z návštěvy regionu nadšen (78,9%) a nejčastěji byly navštěvovány trebičské památky UNESCO.



### 5.1.5 Shrnutí sondy č. 1

Dotazník byl sestaven tak, aby většina otázek souvisela s předem určenými hypotézami a došla jsem k následujícím závěrům.

**Hypotéza č. 1:** *Respondenti získávají dostačující informace o regionu Třebíč převážně z internetu*, z celkového počtu respondentů se jich většina vyjádřila, že potřebné informace získává na internetu a tím se tato hypotéza potvrdila. Internet je dnes již běžně používán pro získávání veškerých informací, které jsou tak všem lehce dostupné. Jako další užívanější zdroje informací dotazovaní uvedli sdělovací prostředky a informace od přátel.

**Hypotéza č. 2:** *Upřednostňovaná forma návštěvnosti v letním období je návštěva památek, pravděpodobně z důvodu propagace památek UNESCO*. Podle průzkumu vyplynulo, že respondenti dávají přednost návštěvě regionu v letním období, což je zřejmě pravděpodobnější období pro shlédnutí památek, které uváděli jako hlavní důvod návštěvy regionu. Tuto hypotézu se tak podařilo potvrdit, protože o památky UNESCO se zajímá hodně turistů.

## 5.2 Sonda číslo 2

Tato sonda je reálné ověření skutečností o návštěvnosti regionu Třebíč. Dotazován byl KVIZ Třebíč z důvodu nejobjektivnějšího shromáždění dat o návštěvnosti třebíčských památek.

### 5.2.1 Výzkumné hypotézy

Tyto hypotézy jsem sestavila na základě informací z KVIZ Třebíč.

- \* **Hypotéza č. 1:** Zapsáním památek do seznamu UNESCO se frekvence návštěvnosti Třebíčska zvýšila.
- \* **Hypotéza č. 2:** Návštěvník, který se zajímá o Třebíčsko bude ponejvíce získávat informace z informačního centra.

### 5.2.2 Metoda ověření

Sonda byla realizována dvoufázově. Jako základ byly použity statistické údaje o návštěvnosti památek poskytnutých KVIZem Třebíč. Dále jako pomocná technika byl použit dotazník adresovaný témuž zařízení a jeho informace jsou čistě orientační.

V případě statistických údajů o návštěvnosti se jedná o období let 2002 až 2005 a vybraných památek UNESCO. Dotazník, který má 14 otázek nám dává odpovědi zainteresovaných osob pracujících v oblasti cestovního ruchu na kladené otázky.

### **5.2.3 Plán šetření**

Sonda probíhala jednorázově. Získaná data jsem zpracovala do přehledných tabulek a grafů. Údaje z dotazníku jsem uvedla jen pro názornost.

### **5.2.4 Shrnutí výsledků a jejich interpretace**

#### HYPOTÉZA Č. 1:

Ve čtvrtek 3. července 2003 bylo rozhodnuto o zápisu další české lokality na seznam světového dědictví Organizace OSN pro výchovu, vzdělání a kulturu UNESCO. K dosavadním 11 místům v Česku nyní přibyla Třebíč s bazilikou sv. Prokopa a Židovskou čtvrtí zvanou Zámostí.

Bazilika sv. Prokopa byla vystavěna v polovině 13. století v přechodném románsko-gotickém stylu. Chrám patří mezi klenoty stavebního umění a svou historií je úzce spjat s benediktinským opatstvím, založeným v roce 1101 přemyslovskými knížaty Oldřichem Brněnským a Litoldem Znojenským.

Kompletně zachovalý půdorys Židovské čtvrti s více než 120 domy a úzkými uličkami představuje původní rozsah ghetta vzniklého na území sevřeném řekou Jihlavou a návrším Hrádek. K Židovské čtvrti patří i rozsáhlý hřbitov s 11.000 hroby a 3.000 kamennými náhrobky.

Zařazení na seznam UNESCO se pro město stává především prestižní záležitostí a velkou výzvou. Třebíčská radnice věří, že tato skutečnost přispěje zásadním způsobem k rozvoji turistického ruchu a s tím souvisejícího drobného podnikání a služeb. Spolu s dalšími dvěma lokalitami UNESCO v kraji Vysočina (Telč a Zelená hora) zvýší atraktivitu zdejšího regionu.

Pro názornost uvádím tabulku č. 2 a graf č. 3 o vývoji návštěvnosti Třebíčských památek v letech 2002 až 2005 v souvislosti se zařazením památek do seznamu UNESCO.

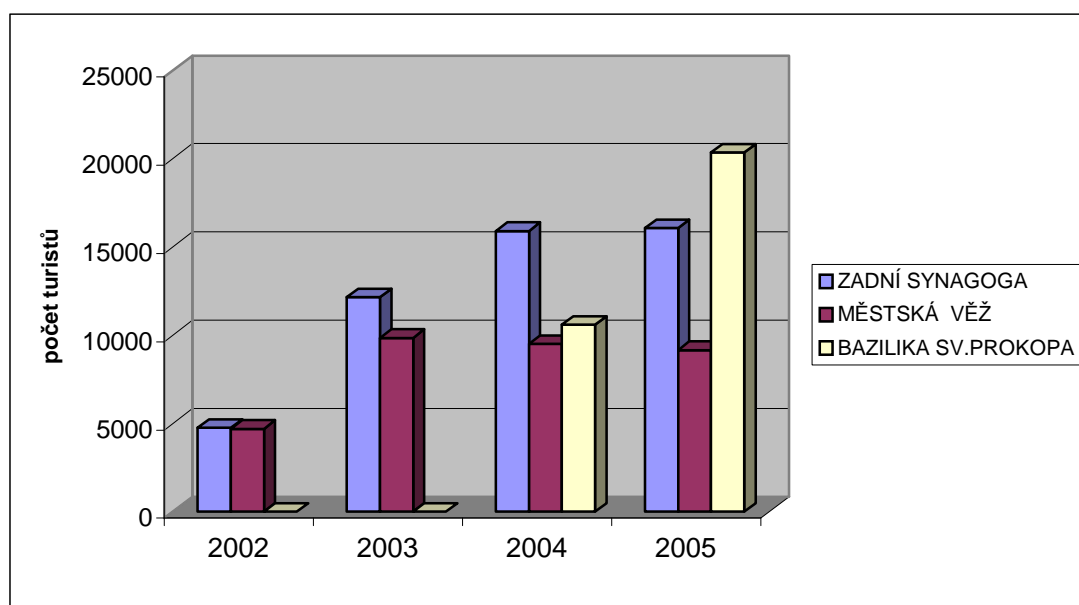
V roce 2003 nenajdete baziliku sv. Prokopa, která tehdy nespádala do působnosti TIC. Prohlídky se tam prováděly pouze v letních měsících a zařizovala římskokatolická církev. Bazilika patří do kompetence TIC až od roku 2004, takže od tohoto roku mám i její návštěvnost.

**Tabulka č. 2: Návštěvnost vybraných památek**

PAMÁTKA	2002		2003		2004		2005	
	TURISTA ČR	TURISTA ZAHR	TURISTA ČR	TURISTA ZAHR	TURISTA ČR	TURISTA ZAHR	TURISTA ČR	TURISTA ZAHR
ZADNÍ SYNAGOGA	4201	554	10961	1187	13956	1955	13735	2333
MĚSTSKÁ VĚŽ	4550	156	9620	230	9200	317	8825	339
BAZILIKA SV.PROKOPA					8868	1737	16331	4028
CELKEM	8751	710	20581	1417	32024	4009	38891	6700
	<b>9461</b>		<b>21998</b>		<b>36033</b>		<b>45591</b>	

Zdroj: KVIZ Třebíč, 2002 až 2005

**Graf č. 3. Návštěvnost památek**



Zdroj: KVIZ Třebíč, 2002 až 2005

**HYPOTÉZA Č.2:**

Turista, zajímající se o Třebíčsko získává informace z informačního centra a využívá nabízených služeb v dnešní době více než v předchozích letech. Údaje z let 2002 až 2005 jsem zpracovala v níže uvedené tabulce č. 3 a grafu č. 4.

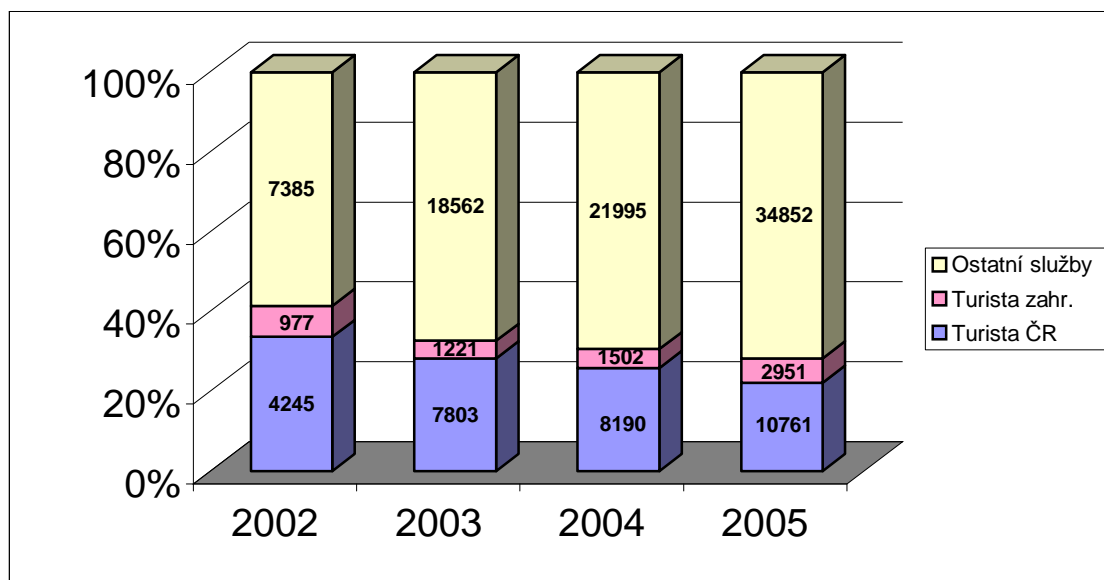
Neméně důležitou součástí ČR je poskytování informací, vyhledávání, rezervace služeb a jejich zprostředkování. Informační středisko je pracoviště jehož posláním je podávat informace o turistických zajímavostech a věcech turistického zájmu a potřebách, zpravidla v rozsahu jeho územní působnosti, případně i nad tento rámeček.

Vedle tradičně pojaté klientely (turisté a návštěvníci regionu z tuzemska a zahraničí) se uživateli střediska stávají i podnikatelské subjekty, obchodníci, pořadatelé významných akcí, ale i pracovníci městských úřadů.

***Tabulka č. 3: Přehled návštěvnosti Kulturního, vzdělávacího a informačního zařízení Třebíč (KVIZu Třebíč) v letech:***

Rok	Turista ČR	Turista zahr.	Ostatní služby	Absolutní četnosti	Relativní četnosti (v %)
2002	4245	977	7385	12607	10,48
2003	7803	1221	18562	27586	22,90
2004	8190	1502	21995	31687	26,30
2005	10761	2951	34852	48564	40,32
<b>Celkem</b>	30999	6651	82794	120444	100,00

**Graf č. 4: Návštěvnost KVIZu Třebíč**



Zdroj: KVIZ Třebíč, 2002 až 2005

## 5.2.5 Shrnutí sondy č. 2

**Hypotéza č. 1: Zapsáním památek do seznamu UNESCO se frekvence návštěvnosti Třebíčska zvýšila.**

Podle uvedených pramenů dochází od roku 2002 k zvyšování návštěvnosti trebičských památek UNESCO. Po zápisu zdejších památek do seznamu UNESCO se rapidně zvýšila návštěvnost v roce 2003 oproti roku 2002 o 132 %. V roce 2004 byl zaznamenán menší vzrůst návštěvnosti oproti roku 2003 jen o 64 % a zatím nejvyšší nárůst byl zaznamenán v roce 2005 o 26,5 %. Hypotéza se podle těchto výsledků potvrdila, i když jak je zřejmé každým rokem vzrůst návštěvnosti klesá. Průměrná návštěvnost vybraných památek za období 2002 až 2005 byla 28 270,75 turistů a směrodatná odchylka tak činí 13 724,05.

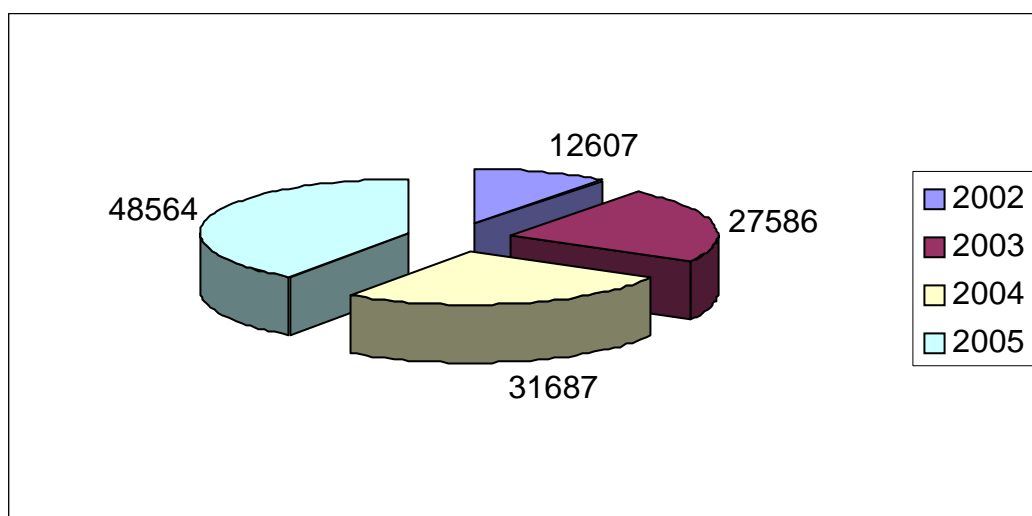
**Hypotéza č. 2: Návštěvník, který se zajímá o Třebíčsko bude ponejvíce získávat informace z informačního centra.**

Také návštěvnost informačního centra Třebíče po zapsání památek na seznam UNESCO výrazně stoupl. Zvýšení návštěvnosti KVIZu v roce 2003 oproti roku 2002 bylo 119 %, v roce 2004 jen o 14,9 % a v roce 2005 o 53,2 %.

Vzhledem k výsledkům hypotézy 1 ze sondy č. 1 se tato hypotéza zcela nepotvrdila. Přestože návštěvnost KVIZu stoupla přece jen více respondentů upřednostňuje získání informací z internetu.

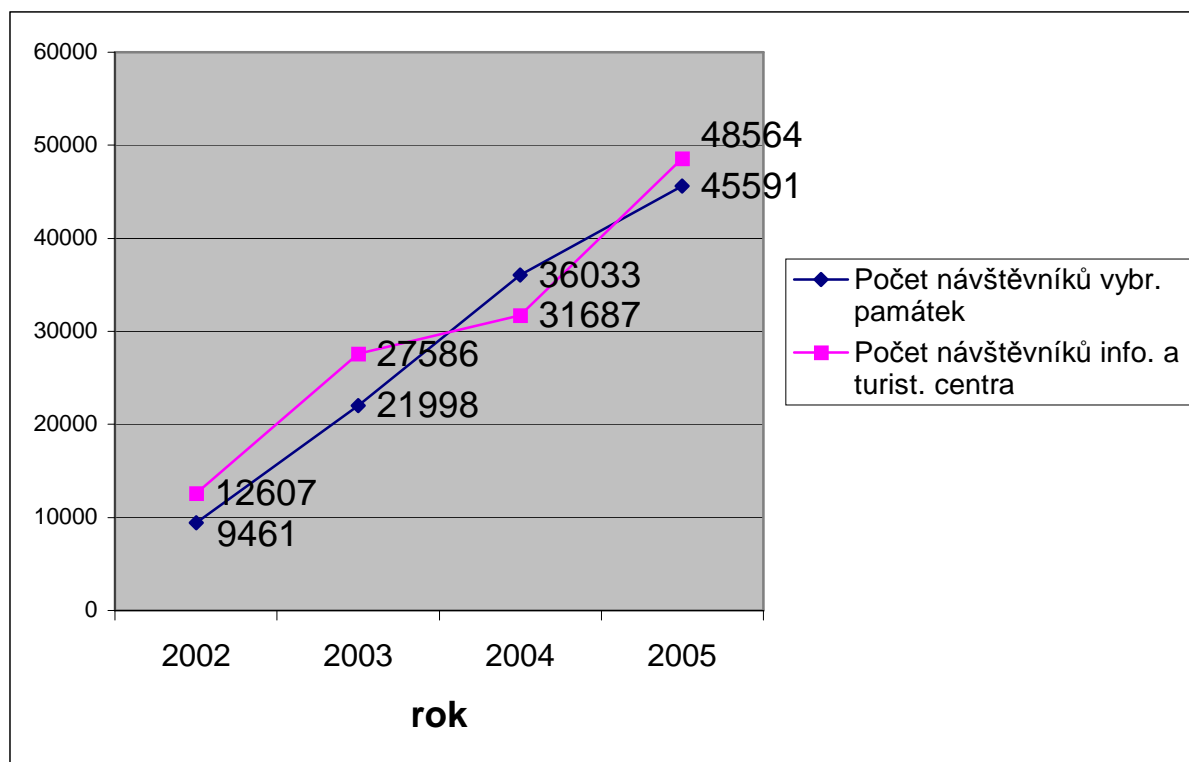
Souhrnné výsledky z obou hypotéz uvádím v grafu č. 5 a 6.

**Graf č. 5: Návštěvnost KVIZu Třebíč v jednotlivých letech**



Zdroj: KVIZ Třebíč, 2002 až 2005

**Graf č. 6: Přehled návštěvnosti vybraných památek a KVIZu v letech 2002 až 2005**



Zdroj: KVIZ Třebíč, 2002 až 2005

## Závěr

Práci jsem zaměřila v teoretické části na základní charakteristiku pojmů souvisejících s oblastí cestovního ruchu a materiálně technickou základnu, která plní základní úlohu při uspokojování potřeb turistů využívajících služeb cestovního ruchu.

Jelikož neméně důležitou složkou je i trh cestovního ruchu, jeho vztah k životnímu prostředí a dopady, jak ekonomické, sociální i kulturní, snažila jsem se nastínit alespoň základní body v této oblasti.

Cílem mé práce byla charakteristika regionu Třebíč a především snaha zpřesnit znalosti současného stavu cestovního ruchu v regionu. Region disponuje spoustou památek, zajímavou krajinou a poměrně kvalitním životním prostředím, ale přesto se zdá, že tohle všechno k rozvoji cestovního ruchu zdaleka nestačí. Návštěvnost se pohybuje okolo dvaceti procent, což je oproti ostatním krajům podstatně méně. Ke slabým stránkám regionu patří nízká úroveň vybavenosti středisek základní a doprovodnou turistickou infrastrukturou. V úvahu je třeba vzít i regionálně rozdílné nabídky a úrovně ubytovacích a stravovacích služeb. V dnešní době se řadou cílených programů přispívá ke zlepšení kvality ubytování a zvýšení lůžkové kapacity tak, aby z klasických ubytoven vznikly penziony nebo hotely, odpovídající dnešním požadavkům návštěvníků. Kromě realizace nezbytných opatření na regionální úrovni je nutná daleko účinnější podpora z celostátní úrovně, zejména v otázce systému organizace a činnosti turistických informačních center (standardy, spolufinancování, celostátní informační a rezervační systém), celorepublikové a regionální propagace a reklamy, dále pak podpory regenerace zejména kulturních a historických památek, které mají značné šance v celoevropském, selektivně i celosvětovém kontextu. V rámci Společného regionálního operačního programu je připraveno grantové schéma na podporu turistické infrastruktury pro podnikatele podnikající v turistice. Z toho vyplývá, že v současné době je třeba se zaměřit na propagaci regionu jako turistického cíle a podpořit jednotlivé aktivity. Příkladem je záměr projektu rekonstrukce památkově chráněných budov zámku v Budišově a zámku v Třebíči za účelem vytvoření kongresového hotelu (kapacita sto míst v přednáškovém/výukovém sále), vytvoření infocentra-centra destinačního managementu regionu Třebíčska a rozšíření prostor Muzea Vysočiny. Rekonstrukcí těchto památkově chráněných objektů bude docíleno rozšíření ubytovací kapacity (na úrovni turistické ubytovny až čtyřhvězdičkového hotelu). Celkovým cílem projektu je vybudování infrastruktury pro cestovní ruch a jejím

prostřednictvím posílení nadregionálního až mezinárodního významu turistického regionu. Hodně pomáhá účast na domácích a zahraničních veletrzích.

Jedním z hlavních cílů pro naplnění očekávaných vizí je zvýšení podílu pobytové návštěvnosti, s orientací zejména na domácí klientelu (u zahraničních návštěvníků zejména z Nizozemí, Německa a Rakouska). Jedním z předpokladů (nejen pro zahraniční, ale ve stejném významu i pro domácí návštěvnost) je atraktivní turistická nabídka a s ní související zejména její marketingová stránka (strategie oslovení cílových skupin turistů, vlastní reklama, propagace, prodej, aj.). Předkládané projekty, které jsou součástí integrovaného regionálního plánu rozvoje cestovního ruchu, založeného na existujících a prokazatelných silných stránkách daného regionu, musí mít ekonomický dopad překračující místní úroveň.

Sondy, které jsem provedla mezi obyvateli a návštěvníky regionu ukazují, že informace o regionu jsou získávány především prostřednictvím internetu na webových stránkách měst (obcí), informačních center i zájmových organizací. Dotazníkem jsem zjišťovala obecné údaje, jako věk, pohlaví, vzdělání a povolání respondentů a další specifitější údaje, týkající se návštěvnosti regionu. Dotazy na účel návštěvy, dopravu, ubytování, turistické značení a poskytování služeb jsem se snažila odhalit míru spokojenosti respondentů s kvalitou cestovního ruchu v regionu Třebíč. Tím se mi podařilo prokázat, že návštěvnost Třebíče stoupla po roce 2003 především zápisem památek do seznamu světového dědictví UNESCO. Statistickým šetřením v KVIZu Třebíč jsem tento poznatek potvrdila, ale současně prokázala, že návštěvnost v dalších letech má klesající tendenci, z čehož vyplývá, že musíme hledat další turistické atraktivity regionu. Vedle tradičních kategorií cestovního ruchu mají předpoklady pro rozvoj i moderní produkty jako je venkovský CR, cykloturistika, kongresový CR, církevní CR a nové produkty kulturního cestovního ruchu (stezky dědictví, průmyslové skanzeny a památky apod.). V rámci této priority je možné sem zahrnout i umělecké akce jako jsou například festivaly. Konají se zde hudební festival Zámostí (festival), festival židovské kultury Šamajim, festival etnické kultury Třebíčský Zvonek a folklorní festival Třebíčské Bramborobraní. Každý rok v květnu se zde koná i Divadelní Třebíč, v březnu zase Festival divadla 2-3-4 herců, také je Třebíč jedním z 13 měst, ve kterých se odehrává mezinárodní hudební festival klasické hudby Concentus Moraviae. Každý rok se zde konají oslavy zápisu města do seznamu UNESCO.

Tato práce předpokládá možnosti rozvoje CR v regionu Třebíč a měla by vést k zamyšlení o dalším zlepšení turistické nabídky.



## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

1. ČECH, J. *Malá encyklopedie cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis, 1998.  
ISBN 80-85970-19-8
2. FORET, M., FORETOVÁ, V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Brada Publishing, 2001. ISBN 80-247-0207-X
3. HRALA, V. *Geografie cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis, 1994.  
ISBN 80-7079-173-X
4. MALÁ, V. *Cestovní ruch (Vybrané kapitoly)*. Praha: VŠE Fakulta mezinárodních vztahů, 2002. ISBN 80-245-0439-1
5. TRNKOVÁ, O. a kol. *Území a cestovní ruch*. Praha: VŠE Fakulta mezinárodních vztahů, 1995. ISBN 80-7079-123-3
6. VESELÁ, J. *Sociologický výzkum a jeho metody*. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2002. ISBN 80-7194-466-1

### Internetové stránky:

1. [www.trebic.cz](http://www.trebic.cz) (Oficiální stránky města Třebíč)
2. [www.kviztrebic.cz](http://www.kviztrebic.cz) (Kulturní, vzdělávací a informační zařízení Třebíč)
3. [www.mmr.cz](http://www.mmr.cz) (Ministerstvo pro místní rozvoj)
4. [www.czso.cz](http://www.czso.cz) (Český statistický úřad)
5. [www.czechtourism.cz](http://www.czechtourism.cz) (Česká centrála cestovního ruchu)
6. [cs.wikipedia.org/wiki/Kategorie:Mikroregion](http://cs.wikipedia.org/wiki/Kategorie:Mikroregion)
7. [www.institutumeni.cz](http://www.institutumeni.cz) (Institut umění)

### Ostatní zdroje:

1. TŘICÁTNÍK, J. *Geografie cestovního ruchu České republiky I. České Budějovice: Jihočeská univerzita, Zemědělská fakulta, 1996.*  
ISBN 80-7040-196-6
2. Propagační materiály města Třebíč – vydává KVIZ Třebíč
3. Třebíčský zpravodaj – vydává Městský úřad
4. *Statistická ročenka České republiky 2005*, Praha: ČSÚ, 2005.  
ISBN 80-250-1080-5

## SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1	Průvodcovské služby
Příloha č. 2	Památky Třebíčska
Příloha č. 3	Tabulky
Příloha č. 4	Postavení regionu Třebíč v meziregionálním srovnání Jihlavského kraje
Příloha č. 5	Dotazník

## **Příloha č. 1:**

### **PRŮVODCOVSKÉ SLUŽBY**

Podmínky pro uskutečnění prohlídky města s průvodcem:

Průvodce je třeba zajistit po dohodě minimálně 4 dny předem!

- \* Doba prohlídky - minimálně 60 minut
- \* židovská čtvrť, židovský hřbitov (60 - 90 minut)
- \* Bazilika sv. Prokopa (45 - 60 minut)
- \* Karlovo náměstí, městská věž (45 - 70 minut)

O třebíčských památkách zapsaných v UNESCO se poskytoval pouze výklad v češtině, němčině a angličtině. Letošním rokem se situace změnila, plnohodnotných služeb se dostane i francouzsky, holandsky, italsky a španělsky mluvícím turistům. Nebudou je však provázet "lidští" průvodci, ale miniaturní přístroje připomínající walkmany, které budou k zapůjčení v informačním centru na třebíčském zámku.

Přístroj bude dostačovat pro menší skupinu turistů. K jednomu přístroji, který má vestavěný reproduktor, navíc bude možné připojit dvě sady sluchátek, za určitých podmínek tak půjde obsloužit až tři osoby. Do paměti přístroje se vejde asi 17 hodin hlasového záznamu, jeho akumulátor vydrží asi 10 hodin provozu.

Nespornou výhodou těchto přístrojů je rozšíření nabídky jazykových služeb, aniž by se musely navýšit specializované pracovní síly, a tedy i náklady na ně.

Přístroj zatím poskytuje informace pouze o zámku a jemu přilehlé bazilice, výhledově se počítá i s nahrávkami výkladu o židovském městě a jeho památkách, Městské věži či jiných zajímavých místech.

### **KVIZ - KULTURNÍ, VZDĚLÁVACÍ, INFORMAČNÍ ZAŘÍZENÍ**

Kontakty:

**Národní dům, Karlovo náměstí 47 Třebíč 67401**

spojovatelka: 568610011

ředitel: 568610012, 777746987, e-mail: [j.hanackova@kviztrebic.cz](mailto:j.hanackova@kviztrebic.cz)

pokladna(předprodej): 568610013

**Malovaný dům, Karlovo náměstí 53 Třebíč 67401**

turistické informace, předprodej vstupenek na divadelní představení, koncerty a kina

Informační centrum:568847070, e-mail: [info@kviztrebic.cz](mailto:info@kviztrebic.cz)

Programové oddělení(v Malovaném domě): 568610025, e-mail: [i.ridka@kviztrebic.cz](mailto:i.ridka@kviztrebic.cz)

### **Zadní synagoga, Subakova 1/44 Třebíč 67401**

Informační centrum v Zadní Synagoze, turistické informace,výstavy, prohlídky Zadní Synagogy, recepce pro Penzion U Synagogy: 568610023

e-mail: [infosynagoga@kviztrebic.cz](mailto:infosynagoga@kviztrebic.cz)

Destinační kancelář

koordinace cestovního ruchu,průvodcování VIP hostů,fam tripy novinářů,zajišťování veletrhů,tvorba turistických produktů,jednání s podnikateli

Kontakt: Destinační kancelář, KVIZ Třebíč,Subakova 3, 674 01 Třebíč

tel.+420 568 610 026, +420 777 746 984, +420 777 746 983

e-mail:[destinationoffice@kviztrebic.cz](mailto:destinationoffice@kviztrebic.cz)

### **Informační centrum Bazilika sv. Prokopa**

Zámek 1, 674 01 Třebíč

Tel. +420 568 610 022, 777 746 982

[infobazilika@kviztrebic.cz](mailto:infobazilika@kviztrebic.cz)

[r.lojdova@kviztrebic.cz](mailto:r.lojdova@kviztrebic.cz)

### **Významné akce pořádané každoročně :**

- STŘEDOVĚKÉ SLAVNOSTI MĚSTA TŘEBÍČE - 2. Výročí zápisu třebíčských památek do UNESCO 19.-21.srpna 2005
- DIVADELNÍ TŘEBÍČ 17. - 22. května 2005 Národní dům
- FESTIVAL ŠAMAJIM TŘEBÍČ 2005 – 2. ročník festivalu židovské kultury
- TŘEBÍČSKÝ ZVONEK 2005 - IV.ročník festivalu etnické hudby
- TŘEBÍČSKÉ BRAMBOROBANÍ
- FESTIVAL DIVADLA 2–3–4 HERCŮ - III.ročník přehlídky profesionálních divadel
- FESTIVAL ZÁMOSTÍ - devátý ročník letního kulturního festivalu
- FESTIVAL CONCENTUS MORAVICE - X. ročník Mezinárodního hudebního festivalu 13 měst
- HORÁCKÁ RALLY 20 - 22.10. 2005
- DNY EVROPSKÉHO DĚDICTVÍ 17.-18.9. 20

## Příloha č. 2

### PAMÁTKY TŘEBÍČSKA:



obrázek č.1 - **Bazilika sv. Prokopa** - východní závěr baziliky





obrázek č.2 - **Jaroměřice nad Rokytnou**, barokní zámek



obrázek č.3 - **Státní zámek Náměšť nad Oslavou**



obrázek č.4 - **Památník Bible kralické** v Kralicích nad Oslavou



obrázek č.5 - **Městská věž** při kostele sv. Martina





obrázek č.6 - **Židovský hřbitov**





obrázek č.7 - **Mohelenská hadcová step** - nejslavnější step Moravy



obrázek č.8 - **DALEŠICKÁ PŘEHRADA**: Max.hĺoubka- 50 metrů, je přehradou přečerpávací, nejnámějším je Wilsonova skála, která se před zatopením řadila mezi nejvyšší v ČR a svými 90 metry dominovala celému údolí. Dnes je polovina skály přístupná jen potápěčům, tu druhou hojně využívají horolezci.

## Příloha č. 3 - TABULKY

### Tabulka č. 3:

#### PŘEHLED NÁVŠTĚVNOSTI INFORMAČNÍHO A TURISTICKÉHO CENTRA ROK 2002

Měsíc	Turista ČR	Turista zahraniční	Ostatní INFO+EDB	Telefonní dotaz	Celkem
Leden	69	2	406	179	<b>656</b>
Únor	84	8	440	206	<b>738</b>
Březen	95	25	373	254	<b>747</b>
Duben	124	69	498	238	<b>929</b>
Květen	251	74	252	152	<b>729</b>
Červen	368	148	419	186	<b>1121</b>
Červenec	722	176	285	146	<b>1329</b>
Srpen	819	200	273	209	<b>1501</b>
Září	554	75	278	202	<b>1109</b>
Říjen	526	134	540	316	<b>1516</b>
Listopad	346	46	468	339	<b>1199</b>
Prosinec	287	20	389	337	<b>1033</b>
<b>Celkem</b>	<b>4245</b>	<b>977</b>	<b>4621</b>	<b>2764</b>	<b>12607</b>

Zdroj: KVIZ Třebíč, 2002 až 2005

### Tabulka č. 4:

#### PŘEHLED NÁVŠTĚVNOSTI INFORMAČNÍHO A TURISTICKÉHO CENTRA ROK 2003

Měsíc	Turista ČR	Turista zahr.	Telefonní dotazy	Ostatní informace	Předprodej vstupenek	Průvod. Služba	Celkem
Leden	269	11	401	652	454	21	<b>1808</b>
Únor	204	6	433	421	365	0	<b>1429</b>
Březen	323	26	493	622	614	44	<b>2122</b>
Duben	517	118	474	564	567	159	<b>2399</b>
Květen	573	69	438	575	593	40	<b>2288</b>
Červen	435	71	382	483	200	90	<b>1661</b>
Červenec	1290	236	520	528	286	33	<b>2893</b>
Srpen	1778	327	662	577	128	71	<b>3543</b>
Září	1033	139	599	475	267	354	<b>2867</b>
Říjen	614	129	520	489	609	219	<b>2580</b>
Listopad	404	53	581	507	558	38	<b>2141</b>
Prosinec	363	36	398	436	602	20	<b>1855</b>
<b>Celkem</b>	<b>7803</b>	<b>1221</b>	<b>5901</b>	<b>6329</b>	<b>5243</b>	<b>1089</b>	<b>27586</b>

Zdroj: KVIZ Třebíč, 2002 až 2005

**Tabulka č. 5:****PŘEHLED NÁVŠTĚVNOSTI INFORMAČNÍHO A TURISTICKÉHO CENTRA  
ROK 2004**

Měsíc	Turista ČR	Turista zahr.	Telefonní dotazy	Ostatní informace	Předprodej vstupenek	Průvod. služba (DK)*	Celkem
Leden	290	33	703	697	912	94	<b>2729</b>
Únor	379	21	627	343	1130	50	<b>2550</b>
Březen	503	18	704	630	886	28	<b>2769</b>
Duben	356	85	415	478	445	29	<b>1808</b>
Květen	526	109	301	309	548	5	<b>1798</b>
Červen	619	148	547	531	374	4	<b>2223</b>
Červenec	1411	333	314	283	331	0	<b>2672</b>
Srpen	2131	409	555	492	300	7	<b>3894</b>
Září	1012	140	596	857	560	22	<b>3187</b>
Říjen	481	100	596	815	649	185	<b>2826</b>
Listopad	342	62	863	606	1408	13	<b>3294</b>
Prosinec	140	44	516	692	545	0	<b>1937</b>
<b>Celkem</b>	<b>8190</b>	<b>1502</b>	<b>6737</b>	<b>6733</b>	<b>8088</b>	<b>437</b>	<b>31687</b>

\*Destinační kancelář (od května 2004), IC (PRC převážně na věž)

Zdroj: KVIZ Třebíč, 2002 až 2005

**Tabulka č. 6:****PŘEHLED NÁVŠTĚVNOSTI INFORMAČNÍHO A TURISTICKÉHO CENTRA  
ROK 2005**

Měsíc	Turista ČR	Turista zahr.	Telefonní dotazy	Ostatní informace	Předprodej vstupenek	Průvod. Služba (DK)*	Celkem
Leden	73	69	590	716	474	0	<b>1922</b>
Únor	208	32	749	596	635	0	<b>2220</b>
Březen	154	65	746	793	805	90	<b>2653</b>
Duben	532	100	843	840	712	9	<b>3036</b>
Květen	873	187	848	837	986	86	<b>3817</b>
Červen	790	262	1039	791	828	96	<b>3806</b>
Červenec	1872	531	709	578	221	45	<b>3956</b>
Srpen	2593	913	1355	846	305	49	<b>6061</b>
Září	1288	338	1742	1069	865	234	<b>5536</b>
Říjen	1350	225	986	1365	1876	136	<b>5938</b>
Listopad	622	162	1699	662	2287	37	<b>5469</b>
Prosinec	406	67	1092	666	1898	21	<b>4150</b>
<b>Celkem</b>	<b>10761</b>	<b>2951</b>	<b>12398</b>	<b>9759</b>	<b>11892</b>	<b>803</b>	<b>48564</b>

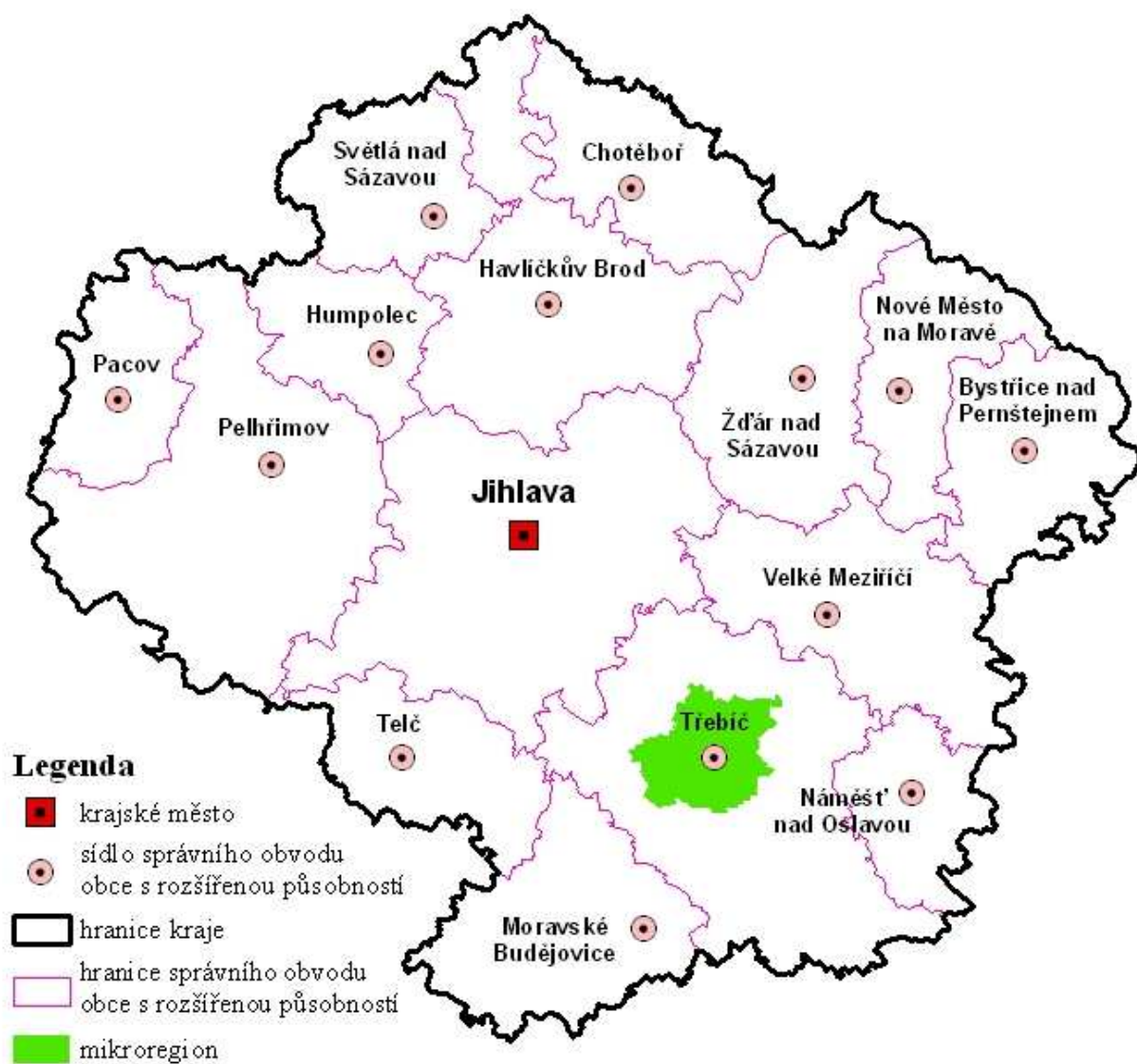
\* Destinační kancelář (od května 2004), IC (PRC převážně na věž)

Zdroj: KVIZ Třebíč, 2002 až 2005

## Příloha č. 4

### Postavení regionu Třebíč v meziregionálním srovnání

#### Jihlavského kraje



## Příloha č. 5

### Dotazník:

Vážený pane, vážená paní,

právě se Vám dostal do ruky dotazník, kterým bych Vás chtěla požádat o spolupráci při získání Vašich názorů na situaci o cestovním ruchu v regionu Třebíč.

Dotazník je anonymní a je součástí bakalářské práce na téma: „Současný stav a prognózy cestovního ruchu v regionu Třebíč“.

Údaje poslouží pouze k výše uvedenému účelu. U každé otázky vyberte jen jednu odpověď, kterou zakroužkujte nebo případně vypište.

Děkuji za Vaši spolupráci a ochotu, se kterou jste dotazník vyplňovali.

Mastná Kateřina  
studentka Univerzity Pardubice

---

---

#### 1. Věk:

- a) 15 – 25 let
- b) 26 – 35 let
- c) 36 – 45 let
- d) 46 – 55 let
- e) 56 let a více

#### 2. Pohlaví:

- a) muž
- b) žena

#### 3. Rodinný stav:

- a) svobodný/á
- b) ženatý/ vdaná
- c) rozvedený/á
- d) ovdovělý/á

#### 4. Dosažené vzdělání:

- a) bez vzdělání
- b) základní vzdělání
- c) vyučen/a s výučním listem
- d) vyučen/a s maturitou
- e) středoškolské s maturitou
- f) vyšší odborné
- g) vysokoškolské bakalářské
- h) vysokoškolské magisterské (inženýrské)

**5. Povolání:**

- |                                    |                     |
|------------------------------------|---------------------|
| a) student                         | d) podnikatel       |
| b) dělník                          | e) ostatní povolání |
| c) zaměstnanec ve<br>státní správě | f) důchodce         |
|                                    | g) nezaměstnaný     |

**6. Kde máte trvalé bydliště?**

- a) v Třebíči
- b) v regionu Třebíč
- c) v kraji Vysočina
- d) jinde v ČR (doplňte kraj).....

**7. Kde (odkud) jste získal/a informace o regionu Třebíč?**

- |                                |                                 |
|--------------------------------|---------------------------------|
| a) informační centrum          | e) v turistickém průvodci       |
| b) mapa                        | f) ve sdělovacích prostředcích  |
| c) od přátel                   | g) na internetu                 |
| d) od rodinných<br>příslušníků | h) na veletrhu cestovního ruchu |
|                                | i) jiný způsob.....             |

**8. Kolikrát jste navštívil region Třebíč?**

- a) jsem zde poprvé (jedenkrát)
- b) dvakrát
- c) třikrát
- d) vícekrát

**9. Které roční období upřednostňujete pro Vaši návštěvu regionu?**

- a) jaro
- b) léto
- c) podzim
- d) zimu

**10. Hlavní účel Vaší návštěvy:**

- |                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| a) rekreace                           | e) turistika   |
| b) návštěva<br>příbuzných,<br>známých | f) služební cesta  |
| c) sportovní dovolená                 | g) zdejší region je jednou z více<br>zastávek na mé dovolené |
| d) návštěva památek                   |  |

**11. Ukazoval/a jste už vy osobně nebo jiný člen rodiny někdy někomu trebičské památky UNESCO? (Např. návštěvě z jiného města nebo země apod.)**

- a) Ano, už několikrát
- b) Ano, jednou
- c) Ne

**12. Jaký způsob dopravy volíte?**

- |            |              |
|------------|--------------|
| a) auto    | d) kolo      |
| b) vlak    | e) jiný..... |
| c) autobus |              |

**13. Považujete oslavy UNESCO za důležitou kulturní akci Třebíčska?**

- a) ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) ne
- e) nevím

**14. Která část programu oslav UNESCO Vám nejvíce zaujala?**

- a) historické městečko na Podzámecké nivě
- b) páteční pochodňový průvod
- c) sobotní ohňostroj
- d) nedělní mše v bazilice sv. Prokopa
- e) jiné

**15. Upřednostňovaný druh ubytování:**

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

**16. Jaké je v regionu Třebíč značení pro turisty?**

- a) výborné
- b) dostatečné
- c) nedostatečné
- d) žádné

**17. Jak hodnotíte služby informačního centra pro turisty?**

- a) na velmi dobré úrovni
- b) na dobré úrovni
- c) na nevyhovující úrovni

**18. Jak hodnotíte svoje pocity z návštěvy tohoto regionu?**

- a) jsem nadšen
- b) jsem celkem spokojen
- c) je více negativních faktorů
- d) nejsem spokojen

**19. Doporučíte návštěvu regionu Třebíč svým známým či příbuzným a proč?**

- a) ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) ne
- Proč?.....

**20. Která místa (města, turistická střediska, památky) jste v regionu Třebíč navštívil/a?**

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

<b>Název práce</b>	Současný stav a prognózy cestovního ruchu v regionu Třebíč
<b>Autor práce</b>	Kateřina Mastná
<b>Obor</b>	Veřejná ekonomika a správa
<b>Rok obhajoby</b>	2006
<b>Vedoucí práce</b>	PhDr. Jana Veselá, CSc.
<b>Anotace</b>	Tato bakalářská práce se zabývá cestovním ruchem v regionu Třebíč. Práce je zaměřena na charakteristiku, současný stav a možnosti rozvoje cestovního ruchu v regionu.
<b>Klíčová slova</b>	Cestovní ruch, druhy a funkce cestovního ruchu, materiálně-technická základna, region Třebíč, turistické informace, sondy a hypotézy