

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU

Studijní program: 6208 N Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání – cestovní ruch

**Analýza cestovního ruchu na Pardubicku - rozvoj
vybraného produktu**

Vedoucí diplomové práce:

Ing. Hana Mušková

Autor:

Bc. Petra Michálková

2010

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Petra MICHÁLKOVÁ**

Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**

Studijní obor: **Obchodní podnikání**

Název tématu: **Analýza cestovního ruchu na Pardubicku - rozvoj
vybraného produktu**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cíl práce:

Zhodnotit současný stav cestovního ruchu na Pardubicku, analyzovat vybraný produkt. Na základě analýzy vybraného produktu navrhnout vhodná opatření k dalšímu rozvoji cestovního ruchu ve zvolené oblasti.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury a pramenů
2. Situační analýza
3. Analýza cestovního ruchu
4. Analýza vybraného produktu
5. Návrh opatření ke zlepšení stavu

Rámcová osnova:

1. Úvod
2. Literární rešerše
3. Cíl práce a metodika
4. Situační analýza
5. Analýza produktu
6. Návrhy
7. Závěr
8. Použitá literatura
9. Přílohy

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**
Rozsah pracovní zprávy: **50-60 stran**
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**


Seznam odborné literatury:

- Foret, M., Foretová, V.: **Jak rozvíjet místní cestovní ruch.** Praha: Grada Publishing, 2001.
Hesková, M. a kol.: **Cestovní ruch.** Praha: Fortuna, 2006.
Malá, V. a kol.: **Základy cestovního ruchu.** Praha: Oeconomica, 2002.
Petrů, Z.: **Základy ekonomiky cestovního ruchu.** Praha: Idea Servis, 1999.
Podhorský, M.: **Pardubický kraj.** Praha: Freytag & Berndt, 2004.
Šebek, F.: **Pardubický kraj.** Pardubice: Hélios, 2004.
Vaško, M.: **Cestovní ruch a regionální rozvoj.** Praha: Oeconomica, 2002.

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Hana Mušková**
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání diplomové práce: **1. prosince 2008**

Termín odevzdání diplomové práce: **30. dubna 2009**


prof. Ing. Magdalena Hrabanková, CSc.
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentské 13 252 01
370 05 České Budějovice


Ing. Kamil Pícha, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 1. prosince 2008

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma *Analýza cestovního ruchu na Pardubicku - rozvoj vybraného produktu* vypracovala samostatně na základě vlastních zjištěných informací a materiálů, které jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejich internetových stránkách.

V Českých Budějovicích 11.4. 2010

Bc. Petra Michálková

podpis autora

Poděkování

Děkuji své vedoucí diplomové práce Ing. Haně Muškové za vedení a cenné rady při vypracování diplomové práce. Současně děkuji panu Lud'kovi Šormovi a všem, kteří mi poskytli důležité informace při zpracování práce.

OBSAH

1	Úvod	9
2	Cíle a použitá metodika	11
2.1	Cíl práce	11
2.2	Metodika práce	11
3	Literární rešerše	13
3.1	Cestovní ruch	13
3.1.1	<i>Vznik a vývoj cestovního ruchu.....</i>	<i>13</i>
3.1.2	<i>Definice cestovního ruchu</i>	<i>17</i>
3.1.3	<i>Destinační management a marketing</i>	<i>18</i>
3.1.4	<i>Trvale udržitelný rozvoj.....</i>	<i>19</i>
3.1.5	<i>Situační analýza.....</i>	<i>20</i>
3.1.6	<i>Produkt.....</i>	<i>30</i>
3.1.7	<i>SWOT analýza.....</i>	<i>31</i>
3.1.8	<i>Marketingová komunikace</i>	<i>31</i>
4	Situační analýza.....	33
4.1	Vymezení turistické oblasti Pardubicko.....	33
4.2	Geografická charakteristika podmínek cestovního ruchu	33
4.2.1	<i>Region Východní Čechy.....</i>	<i>33</i>
4.2.2	<i>Pardubický kraj.....</i>	<i>33</i>
4.2.3	<i>Turistická oblast Pardubicko.....</i>	<i>34</i>
4.3	Charakteristika podnebí	35
4.3.1	<i>Teploty</i>	<i>35</i>
4.3.2	<i>Srážky.....</i>	<i>35</i>
4.4	Charakteristika podmínek životního prostředí.....	36
4.5	Charakteristika forem a druhů cestovního ruchu	37
4.5.1	<i>Formy cestovního ruchu</i>	<i>37</i>
4.5.2	<i>Druhy cestovního ruchu.....</i>	<i>38</i>
4.6	Charakteristika dopravní dostupnosti.....	39

4.6.1	<i>Železniční doprava</i>	40
4.6.2	<i>Silniční doprava</i>	40
4.6.3	<i>Městská hromadná doprava, autobusová doprava</i>	40
4.6.4	<i>Letecká doprava</i>	41
4.7	Charakteristika ubytovacích a stravovacích služeb.....	41
4.8	Charakteristika návštěvnických atraktivit.....	44
4.8.1	<i>Atraktivita přírodního charakteru</i>	44
4.8.2	<i>Atraktivita kulturně-společenského charakteru</i>	47
4.9	Pardubice podle významu v cestovním ruchu.....	51
4.10	Rozvoj cestovního ruchu na Pardubicku.....	52
4.10.1	<i>Základní informace o Destinační společnosti Východní Čechy</i>	52
4.10.2	<i>Potenciál území Pardubického kraje</i>	53
4.11	SWOT analýza.....	53
4.11.1	<i>Zobrazení SWOT analýzy v mřížce</i>	54
4.11.2	<i>SWOT analýza turistické oblasti Pardubicko</i>	55
4.11.3	<i>Závěry SWOT analýzy a výběr produktu</i>	60
5	Pardubický perník	62
5.1	Historie Pardubického perníku.....	62
5.2	Charakteristika Pardubického perníku.....	62
5.2.1	<i>Výroba Pardubického perníku</i>	63
5.2.2	<i>Ochranná známka Pardubického perníku</i>	64
5.2.3	<i>Zeměpisná oblast původu Pardubického perníku</i>	64
6	Lokalizace Perníkové chaloupky	65
6.1	Region Kunětické hory.....	65
6.1.1	<i>Občanské sdružení MAS Region Kunětické hory</i>	65
6.1.2	<i>Cestovní ruch regionu Kunětické hory</i>	69
6.1.3	<i>Spolupráce MAS Region Kunětické hory s Perníkovou chaloupkou</i>	74
7	Perníková chaloupka	75
7.1	Charakteristika Perníkové chaloupky v Perníkovém hejtmanství.....	75
7.1.1	<i>Vstupné</i>	75

7.1.2	<i>Provozní doba</i>	76
7.2	Struktura nabídky	76
7.2.1	<i>Expozice</i>	76
7.2.2	<i>Další expozice</i>	77
7.2.3	<i>Slavnosti 2009</i>	78
7.2.4	<i>Služby</i>	81
7.2.5	<i>Zajímavosti</i>	81
7.3	Partneři projektu Perníková chaloupka	82
8	Praktická část	83
8.1	SWOT analýza Perníkové chaloupky	83
8.2	Závěry SWOT analýzy Perníkové chaloupky a návrhy rozvoje Perníkové chaloupky.....	84
8.2.1	<i>Příklady návrhů pro rozvoj Perníkové chaloupky</i>	85
8.3	Rozvoj marketingové komunikace.....	85
8.3.1	<i>Současná marketingová komunikace</i>	85
8.3.2	<i>Návrh propagačního materiálu</i>	86
8.3.3	<i>Rozpočet</i>	87
8.3.4	<i>Distribuce</i>	88
8.4	Rozšíření slavností	88
8.4.1	<i>Současné slavnosti Perníkové chaloupky</i>	88
8.4.2	<i>Návrh slavnosti</i>	89
9	Závěr	93
10	Summary	94
11	Seznam použitých zdrojů	96
11.1	Použitá literatura	96
11.2	Použité internetové stránky	97
12	Seznam tabulek a příloh	99
13	Přílohy	100

1 ÚVOD

Cestovní ruch se stal neodmyslitelnou součástí moderní společnosti i života. Každoročně se dává na celém světě do pohybu velké množství lidí, které opouští místo trvalého bydliště za účelem rekreace, poznání a z celé řady dalších důvodů.

Hlavní příčinou pro cestování je často změna prostředí. Počátek cestovního ruchu byl zaznamenán až v 19. století, kdy byly vytvořeny podmínky pro výraznější rozvoj cestování a od této doby lze hovořit o novodobém cestovním ruchu.

Ve světě i u nás vykazuje cestovní ruch rychle se rozvíjející segment ekonomiky. Objemem tržeb je ve světě na třetím místě za petrochemickým a automobilovým průmyslem. Cestovní ruch patří mezi nejvýznamnější ekonomická odvětví přinášející tvorbu pracovních příležitostí a rozsah zaměstnanosti.

„Cestovní boom“ v České republice začal v devadesátých letech a po dvaceti letech patří hlavní město Praha stále k nejoblíbenějším evropským cílům městské turistiky.

Koordinačním a metodickým orgánem pro organizace působící v oblasti cestovního ruchu je v České republice Ministerstvo pro místní rozvoj. Důležitým nástrojem Ministerstva pro místní rozvoj a východiskem pro rozvoj cestovního ruchu v České republice je Koncepce státní politiky cestovního ruchu na období 2007-2013, která je střednědobým strategickým dokumentem a vyplývá zejména ze způsobů rozvoje cestovního ruchu v České republice.

Koncepce zahrnuje soubor opatření vedoucích k naplnění hlavních cílů státní politiky v oblasti cestovního ruchu, jimiž je zejména zvýšení konkurenceschopnosti a ekonomického přínosu odvětví cestovního ruchu v České republice, snížení nezaměstnanosti, rozvoj regionů, malého a středního podnikání a ochrana životního prostředí.

Jelikož cestovní ruch zajišťuje zdroj příjmů pro zemi a zdroj pracovních příležitostí je nezbytným úkolem pro podporu rozvoje cestovního ruchu v České republice prezentovat zemi jako turistickou destinaci na domácím trhu i za hranicemi. Česká republika je prezentována v zahraničí i na domácím trhu prostřednictvím České centrály cestovního ruchu – CzechTourism, kterou zastřešuje Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.

Jejími hlavními cíli je zvyšování přílivu turistů a příjmů z cestovního ruchu. CzechTourism chce dosáhnout těchto cílů zvyšováním počtu zahraničních návštěvníků, prodloužením pobytu, opakování cest či přilákáním bohatší klientely.

Cestovní ruch představuje dynamicky se rozvíjející odvětví a je součástí moderního života, a proto se stal impulsem pro mou diplomovou práci, ve které jsem zhodnotila cestovní ruch na Pardubicku a zaměřila jsem se na rozvoj vybraného produktu. Tuto oblast jsem si zvolila z důvodu umístění v Pardubickém kraji, ve kterém jsem se narodila, žiji a je mi tedy velmi blízký.

2 CÍLE A POUŽITÁ METODIKA

2.1 Cíl práce

Cílem diplomové práce je zhodnocení současného stavu cestovního ruchu na Pardubicku na základě situační analýzy a analýza vybraného produktu v této turistické oblasti prostřednictvím SWOT analýzy.

Výsledkem strategií SWOT analýzy vybraného produktu a hlavním cílem je konkrétní formulace návrhů opatření na další možnosti rozvoje produktu.

2.2 Metodika práce

Důležitým zdrojem pro tvorbu diplomové práce bylo studium odborné literatury a získání různých informací z odborných knih, publikací, letáků, novin a webových stránek.

1. fáze - zpracování nashromážděných informací,
2. fáze - situační analýza z hlediska cestovního ruchu, jejíž součástí je vymezení turistické oblasti Pardubicka, charakteristika geografických podmínek cestovního ruchu, podnebí, podmínek životního prostředí, forem a druhů cestovního ruchu, dopravních, ubytovacích, stravovacích služeb a návštěvnických atraktivit,
 - v situační analýze je také zhodnoceno město Pardubice dle významu v cestovním ruchu a rozvoj cestovního ruchu na Pardubicku, závěrem situační analýzy je SWOT analýza zkoumané oblasti s návrhem a odůvodněním volby produktu,
3. fáze je zaměřena na neodmyslitelný symbol Pardubic, jeho historii a charakteristiku,
4. fáze - lokalizace vybraného produktu,

5. **fáze** - charakteristika vybraného produktu z hlediska struktury nabídky a partnerů projektu,
6. **fáze** - hodnotí silné, slabé stránky, příležitosti a ohrožení produktu prostřednictvím SWOT analýzy, na základě SWOT analýzy byly stanoveny strategie analýzy na rozvoj stávajícího stavu produktu,
7. **fáze** představuje možné návrhy pro rozvoj produktu.

3 LITERÁRNÍ REŠERŠE

3.1 Cestovní ruch

Cestovním ruchem se rozumí soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestou a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem zotavení, poznání, společenského kontaktu, kulturního a sportovního vyžití, lázeňského léčení a pracovních cest. Značnou část těchto potřeb lze uspokojit i mimo rámec cestovního ruchu, ale právě účast na cestovním ruchu představuje vyšší stupeň jejich uspokojení. [1]

Cestovní ruch se stal neodmyslitelnou součástí dnešní moderní společnosti, je významným společensko-ekonomickým fenoménem jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáváním a naplněním vlastních snů z příjemné dovolené. Je součástí spotřeby a způsobu života obyvatel zejména ekonomicky vyspělých zemí. Ve světovém měřítku patří vedle obchodu s ropou a automobilovým průmyslem ke třem největším exportním odvětvím. [2]

3.1.1 Vznik a vývoj cestovního ruchu

Starověk a středověk

Cestování a poznávání vzdálenějšího okolí doprovázelo vývoj starověkých civilizací, kterými byli Sumerové, Peršané, Asyřané, Egypťané a svým způsobem bylo podmínkou jejich úspěšného rozvoje. Jako typický příklad mohou posloužit Fénicičané, jejichž civilizace byla založena na obchodu a cestování.

Rovněž mnohé písemné a stavební doklady o cestování za odpočinkem a zábavou nalezneme ve starověkém Řecku a Římě. Dokonce staří Římané měli svá rekreační centra

a střediska zábavy. Jako cílenou přípravu na budoucí povolání, již tehdy sloužili jejich účasti na námořních výpravách a putování po souši, které měly důležitý význam pro poznávání okolního světa. Vznikaly významné mapy, které zachycovaly tehdejší poznání světa včetně popisů zemí.

Ve středověku patřilo cestování k životnímu stylu šlechty, později i bohatých měšťanů a kupců. Cestování se stalo rovněž cílenou přípravou na budoucí povolání nebo službu. Vznikaly kvalitní mapy tehdy známého světa, významné cestopisy s představou o kulatosti Země především z období nejvýznamnějších námořních objevů.

Ve 13. století začíná počátek objevitelských cest do zámoří (Čína, Indonésie). Nejznámější je cesta benátského kupce Marca Pola. V 15. století došlo k významným zámořským objevům, ke kterým patřily výpravy Portugalců (cesty do Indie – Vasco de Gama) i výpravy Španělů. (Amerika – Kryštof Kolumbus). Od 16. století objevem knihtisku vznikaly tištění průvodci. [2]

Novověk

Většina autorů se shoduje v tom, že začátky moderního cestovního ruchu je možno hledat nejdříve v 17. a 18. století, a to zejména v cestách šlechticů a tovaryšů za získáváním zkušeností. V 17. a 18. století se vyskytují první zmínky o průvodcích, kteří pocházeli především z důvěryhodného místního obyvatelstva nebo zcestovalých krajanů.

V masové formě však vzniká cestovní ruch až ve druhé polovině 19. století a největšího rozmachu dosahuje vlivem demokratizačních změn ve světě po 2. světové válce. [3]

Trend, kdy cestování sloužilo obchodním nebo vojenským zájmům, v podstatě trval až do 19. století. Rozvoj cestovního ruchu byl spjat s rozvojem společnosti, průmyslu a s rozvojem dopravy. Nejprve šlo o využití páry na počátku 19. století. Mezníkem rozvoje dopravy byl benzinový motor koncem 19. století. Rozvoj silniční a železniční dopravy přinesl levné cestování pro širokou klientelu. Při dopravních cestách došlo k mohutnému rozvoji ubytovacích a stravovacích zařízení. Objev parního stroje se prosadil do námořní a říční dopravy, významné bylo též zavedení lodního šroubu, celokovové konstrukce lodí a radiové spojení.

Nejznámějším průkopníkem organizovaného cestovního ruchu a zakladatelem moderního cestovního ruchu byl Angličan Thomas Cook (1808 – 1892), jehož nedělní výlety vlakem do přírody lze považovat za první zájezdy tak, jak je chápeme dnes.

Rychle se rozvíjející buržoazie navázala v 19. století na Grand tour šlechticů z předcházejícího století. Cestovala jednak za novými zkušenostmi, ale i do lázní. V lázeňském cestovním ruchu šlo především o prestižní a společenské záměry než o péči o zdraví. Cook se stal průkopníkem mnoha metod, které jsou dodnes využívány v cestovním ruchu:

1. vydávání tzv. blanketových úvěrových listů – dnešních voucherů;
2. používání tzv. roaming listů, určených k rezervování předem zaplaceného ubytování;
3. zpracování popisů tras, časových harmonogramů, programů, včetně všech zabezpečených služeb pro účastníky zájezdů;
4. uzavírání dohod se železničními společnostmi o možnosti vydávat jízdenky za smluvní ceny na určité železniční tratě.

Osobností, která dala tištěným průvodcům současnou podobu a jméno baedeker, byl Němec Karl Baedeker. Jeho průvodci obsahovaly kromě mapek, plánů, tras, informací týkajících se památek, ubytování, dopravního spojení i řadu velmi podrobných rad pro cestování.

Obdobím prudkého rozvoje cestovního ruchu lze nazvat 19. a 20. století. Vznikají první sdružení, která si kladou za cíl zpřístupnit lidem hory nejprve v Německu a později v Rakousku. Prvními členy alpských spolků jsou šlechtici a bohatí pozemkoví vlastníci.

První desetiletí 20. století představuje rozmach cestovního ruchu podnikatelských vrstev, živnostníků a lépe placených úředníků. Jedná se o krátké pobyty u známých nebo příbuzných, později jde o pobyty na blízkém venkově – na letních bytech, výjimečně i pobyty v zahraničí. V Sovětském svazu se do cestovního ruchu zapojují i široké masy za odměnu od odborářských a podnikových zařízení. Podobný vývoj je patrný i v cestovním ruchu ve 30. letech v Itálii a Německu. Postupně byly splněny tři předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu:

1. svoboda pobytu, tzn. možnost právo měnit místo pobytu a možnost překračovat i státní hranice,

2. fond volného času, který je předpokladem vzniku cestovního ruchu jako zprostředkovatele rekreace, poznání a styku mezi lidmi,
3. dostatek volných finančních prostředků.

Moderní cestovní ruch je produktem ekonomického rozvoje společnosti, rozvoje výrobních procesů a výrobních faktorů. Jako důsledek rozvoje cestovního ruchu rostou i nároky na odbornou kvalifikaci, administrativní a materiálně-technické podmínky.

Novodobý cestovní ruch se začal formovat na přelomu 20. století. Cestovní ruch v závislosti na společensko – ekonomických podmínkách postupně zasahuje do všech sociálních subjektů (tříd, skupin, jednotlivců, společnosti). Kvalitativní směry v cestovním ruchu se musely nevyhnutelně projevit ve změně kvality – zpočátku šlo o luxusní charakter, později plní cestovní ruch úlohu a funkce reprodukce fyzických a duševních sil člověka. Zařazuje se tedy mezi důležité složky životní úrovně.

Cestovní ruch se stává trvalou součástí národního hospodářství a působí na dynamiku rozvoje. Z jednotlivých zařízení jako jsou cestovní kanceláře, ubytovací a stravovací, sportovní a rekreační zařízení se formuje vlastní materiálně – technická základna. Z malých podniků vznikají velké specializované organizační jednotky, které dosahují úrovně samostatných organizačních celků na národní a mezinárodní úrovni. [2]

Globalizace a evropeizace

Globální trendy vývoje cestovního ruchu shrnula Světová organizace cestovního ruchu na zasedání v Madridu (červen 1998) v Prognóze cestovního ruchu do roku 2020. Podle této Prognózy uskuteční do roku 2020 na celém světě obyvatelstvo 1,6 mld. zahraničních turistických cest. Turisté vynaloží na své cesty více než 2 biliony USD. Tyto údaje představují průměrnou roční míru růstu zahraniční cest o 4,3 % a výdajů na tyto cesty o 6,7 %. WTO bohužel uvádí, že se mezinárodního cestovního ruchu zúčastní pouze 3,5 % obyvatel na světě.

Prognóza cestovního ruchu do roku 2020 se zaměřuje na mezinárodní cestovní ruch, přičemž domácí cestovní ruch má mnohem větší význam. Největší růst domácího cestovního ruchu se očekává v rozvojových zemích. Předpokládá se, že naše republika bude patřit mezi deset zemí, kam budou směřovat zahraniční turisté. (Čína, USA,

Francie, Španělsko, Hongkong, Itálie, Velká Británie, Mexiko, Rusko, Česká republika). Mezi země, ze kterých vycestuje nejvíce turistů bude patřit Čína a Rusko.

Předpokládá se, že do Evropy bude výhledově směřovat nejvíce zahraničních cest. Evropa zůstane i regionem s největším podílem pasivního cestovního ruchu. [2]

3.1.2 Definice cestovního ruchu

Na základě diplomové práce týkající se cestovního ruchu je důležité vymezit pojem cestovní ruch. Vymezením cestovního ruchu se věnuje řada autorů.

S cílem sjednotit definici předmětu cestovního ruchu z hlediska statistiky organizovala Světová organizace cestovního ruchu v kanadské Ottavě v roce 1991 mezinárodní konferenci o statistice cestovního ruchu, která přinesla jasnější vymezení a klasifikaci používaných pojmů. Její účastníci přijali návrh, že cestovním ruchem se rozumí činnost osoby cestující na přechodnou dobu (u mezinárodního cestovního ruchu maximálně jeden rok, u domácího šest měsíců) do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě. [4]

Orieška uvádí, že cestovní ruch je soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestou a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem zotavení, poznání, společenského kontaktu, kulturního a sportovního vyžití, lázeňského léčení a pracovních cest. Značnou část těchto potřeb lze uspokojit i mimo rámec cestovního ruchu, ale právě účast na cestovním ruchu představuje vyšší stupeň jejich uspokojení. [1]

Cestovní ruch je v současné době předmětem zkoumání několika vědních disciplín, například ekonomie, geografie, sociologie, psychologie a dalších. Všechny mají společný předmět zkoumání – cestovní ruch, ale každá disciplína ho zkoumá ze svého pohledu.

Pro vymezení cestovního ruchu se často používají i jiné pojmy, například zotavení, rekreace, turistika, které však nejsou synonymem pojmu cestovní ruch ani v případě, že jsou vykonávány ve volném čase a mimo místo trvalého bydliště.

Cestovní ruch je podle Heskové charakterizován jako systém. Systémem se rozumí jednota různých prvků, mezi kterými jsou určité vztahy nebo mezi kterými je možné takové vztahy vytvořit. Cestovní ruch je otevřený a dynamický systém, který tvoří dva podsystémy. Těmi jsou subjekt cestovního ruchu a objekt cestovního ruchu včetně jejich vzájemných vazeb. Tyto vazby existují ale i mezi cestovním ruchem jako systémem a jinými systémy, které tvoří jeho okolí. Jedná se zde o ekologické, ekonomické, politické, sociální a technicko-technologické prostředí.

Subjekt cestovního ruchu je reprezentován účastníkem cestovního ruchu. Z ekonomického hlediska je subjektem cestovního ruchu každý, kdo uspokojuje své potřeby spotřebou statků cestovního ruchu v době cestování a pobytu mimo místo trvalého bydliště, obvykle ve volném čase. Je nositelem poptávky a spotřebitelem produktu cestovního ruchu. Objektem cestovního ruchu je vše, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu. Jedná se například o přírodu, hospodářství, kulturu a další. Objekt cestovního ruchu je nositelem nabídky.

Charakteristika cestovního ruchu jako otevřeného systému zdůrazňuje význam vlivu vnějšího prostředí na jeho strukturu a vývoj. Ekonomické, politické, sociální, technicko-technologické a ekologické prostředí nemá k cestovnímu ruchu výlučný vztah, ale cestovní ruch je těmito faktory ovlivňován. Zároveň je aktuální zpětná vazba, tj. vliv cestovního ruchu na jeho okolí. Síla této vazby závisí na stupni kooperace všech zainteresovaných na rozvoji cestovního ruchu. [2]

3.1.3 Destinační management a marketing

Význam cestovního ruchu je v poslední době stále více spojován s přímým rozvojem regionů. Jednou z nových disciplín, které mohou nastartovat regionální rozvoj je destinační management a marketing. K rozvoji destinačního řízení je nutné využívat zahraničních zkušeností. V České republice se destinační řízení začalo uplatňovat po roce 2000.

Destinační management a marketing představuje soubor činností na vybraných úrovních řízení a koordinace, strategické plánování, různé formy spolupráce na úrovni

mikroregionů a regionů, využívání podpůrných fondů. Cestovní ruch se v mnoha destinacích může stát nosným prvkem rozvoje nebo jedním z jeho významných prvků. Z pohledu destinačního managementu je cestovní ruch společně s dalšími aktivitami součástí jednoho komplexního produktu, tedy produktu, který tvoří a představuje celá destinace (oblast, region). Výsledný destinační produkt není finálním dílem jednoho subjektu, ale zahrnuje celou řadu participujících subjektů. [2]

Podle Vaška dlouhodobé trendy územního rozvoje v Evropské unii jsou ovlivňovány především těmito faktory:

1. rostoucím významem místních a regionálních komunit a jejich úlohou v územním rozvoji,
2. předpokládaným rozšířením Evropské unie a rozvíjející spolupráci sousedících států,
3. progresivní hospodářskou integrací a související zvýšenou spoluprací mezi členskými státy.

Otázky územního rozvoje lze v budoucnu řešit pouze cestou spolupráce mezi různými vládními a administrativními úrovněmi. V souvislosti s evropskou integrací se vytvářejí užší vztahy na všech úrovních. Města a regiony se stávají závislejšími jak na globálních trendech, tak i na rozhodnutích přijatých na úrovni Společenství. Evropská integrace může napomáhat územnímu rozvoji podporou účasti měst a regionů. [5]

3.1.4 Trvale udržitelný rozvoj

Perspektiva územního rozvoje v Evropě vychází ze záměru Evropské unie dosáhnout vyváženého a trvale udržitelného rozvoje, především posilováním hospodářské a sociální soudržnosti. Tento záměr se promítá v koncepci tří zásadních cílů evropské politiky – hospodářské a sociální soudržnosti, zachování přírodních zdrojů a kulturního dědictví a vyváženější konkurenceschopnosti evropského území.

Termín trvale udržitelný rozvoj odráží vzájemnou závislost mezi prostředím a rozvojem území ve snaze o dosažení kvalitnějšího života pro každého.

Pojem udržitelný rozvoj cestovního ruchu se začal používat od konce 80. let dvacátého století. V té době se spíše užívaly pojmy „zelená turistika“. Od počátku 90.

let dvacátého století se začal více používat termín udržitelný rozvoj cestovního ruchu, který odráží přístup k cestovnímu ruchu, který zahrnuje důležitost hostitelské komunity, způsob zacházení ze zaměstnanci a potřebu maximalizovat ekonomické přínosy pro hostitelskou komunitu.

Podle UNWTO udržitelný rozvoj turistiky uspokojuje potřeby současných turistů a hostitelských regionů a zároveň chrání a zvyšuje tyto možnosti do budoucna. Má vést k řízení všech zdrojů, a to tak, aby byly uspokojeny ekonomické, sociální a estetické potřeby při zachování kulturní integrity, nejdůležitějších procesů, biologické různorodosti a procesů, které umožňují život. [5]

3.1.5 Situační analýza

Vzhledem k tématu diplomové práce jsem zpracovala situační analýzu turistické oblasti Pardubicko z hlediska cestovního ruchu. Horáková situační analýzu aplikuje na podnikové prostředí a považuje jí za prostředek, který na základě analytického zhodnocení minulého vývoje a současného stavu a na základě kvalifikovaného odhadu pravděpodobného budoucího vývoje ve strategickém období může pomoci při formování budoucí tržní pozice podniku. Analýza šetří vnitřní situaci podniku (schopnosti, dovednosti, jedinečnost, zdroje) především vzhledem k trhům a konkurenci a zkoumá komplexně vliv faktorů vnějšího prostředí na organizaci. Představuje dva typy analýzy – interní a externí. Externí podmínky, které jsou z pozice podniku neovlivnitelné a nekontrolovatelné, silně ovlivňují podnikovou situaci. Mění atraktivnost tržních příležitostí, působí i na intenzitu ohrožení a spoluvytváří řadu specifických situací. Analýza pomáhá identifikovat takové situace, které mohou nastat v prostředí. Aby byla účinná musí pokrývat všechny základní marketingové aktivity podniku a musí být komplexní. Jedině tak může odhalit příčiny marketingových problémů a potíží, ale i úspěchů. [6]

Situační analýza v diplomové práci poslouží k popisu stávajícího stavu regionu a stane se podkladem pro zpracování následných materiálů rozvoje vybraného produktu.

V situační analýze jsem nejprve vymezila řešené území turistickou oblast Pardubicko, která patří do turistického regionu Východní Čechy. Hesková turistické regiony vymezuje jako oblasti, pro něž je typický určitý druh cestovního ruchu, který jednotlivé prvky dané oblasti spojuje a sjednocuje, zároveň je odlišuje od ostatních regionů. Základem je existence produktů a souboru nabídky služeb cestovního ruchu. [2]

Poté jsem se zaměřila na charakteristiku geografických podmínek cestovního ruchu a životního prostředí turistického regionu Východní Čechy, Pardubického kraje a turistické oblasti Pardubicka.

Další částí situační analýzy je charakteristika forem a druhů cestovního ruchu v řešeném území. Charakteristikou forem a druhů cestovního ruchu se zabývá například Malá, Petřů, Hesková.

Podle Petřů formy cestovního ruchu vycházejí ze zaměření cestovního ruchu na uspokojování určitých konkrétních potřeb účastníka, tj. z poptávkově orientované definice cestovního ruchu. Potřeby účastníků cestovního ruchu mají specifikovaný charakter a odlišují se od jiných potřeb několika specifickými znaky. Jednotlivé formy cestovního ruchu obvykle kladou zvláštní požadavky na způsob realizace a zabezpečení služeb (rozsah a kvalitu). Základními formami cestovního ruchu jsou rekreační cestovní ruch, kulturně-poznávací cestovní ruch, sportovně-rekreační, lázeňsko-léčebný cestovní ruch. Dále existují tzv. specifické formy cestovního ruchu, mezi něž patří cestovní ruch mládeže, cestovní ruch třetí generace (seniorů, důchodců), kongresový cestovní ruch, lovecký cestovní ruch, mototuristický cestovní ruch a další (např. cestovní ruch osamělých lidí, incentivní cestovní ruch, agroturistika apod.). [3]

Malá uvádí, že druhy cestovního ruchu zohledňují převážně jevový průběh cestovního ruchu a způsob jeho realizace v závislosti na geografických, ekonomických, společenských a jiných podmínkách.

Druhy cestovního ruchu se podle Malé člení dle následujících kritérií:

1) Místo realizace – jde o členění podle území, na kterém cestovní ruch probíhá. Dle tohoto kritéria je cestovní ruch členěn na:

- **domácí cestovní ruch**, při němž účastníci nepřekračují státní hranice své země. Jedná se o cestovní ruch domácího obyvatelstva na území jejich státu.

- **zahraniční cestovní ruch**, při kterém vždy dochází k překračování hranic. Z hlediska konkrétního státu může mít zahraniční cestovní ruch trojí charakter:
 - výjezdy občanů dané země do zahraničí, v tomto případě hovoříme o výjezdovém cestovním ruchu nebo také o zahraničním **cestovním ruchu pasivním** (v praxi se používá také termín „outgoing“).
 - příjezdy zahraničních návštěvníků do dané země, a v tomto případě hovoříme o příjezdovém cestovním ruchu nebo také o zahraničním **cestovním ruchu aktivním** (v praxi se používá také termín „incoming“).
 - specifickou součástí příjezdového cestovního ruchu je **tranzitní cestovní ruch**, který je představován průjezdem zahraničních účastníků cestovního ruchu přes území určitého státu s tím, že vlastní cíl účasti na cestovním ruchu je realizován na území dalšího státu.
- **mezinárodní cestovní ruch** je nejširším pojmem z hlediska územní realizace cestovního ruchu. Zahrnuje pohyby účastníků cestovního ruchu mezi státy, bez konkrétního teritoriálního určení. Jde tedy o zahraniční cestovní ruch více států či regionů. K pojmu mezinárodní cestovní ruch se vztahují ještě dva typy cestovního ruchu a to:
 - **cestovní ruch světový**, který zahrnuje veškerý cestovní ruch na světě, při kterém dochází k překračování hranic. Je představován souhrnem veškerého příjezdového a výjezdového cestovního ruchu států světa (souhrn aktivního a pasivního cestovního ruchu).
 - **cestovní ruch světa** zahrnující veškerý cestovní ruch, který je na světě realizován. Představuje tedy souhrn domácího a zahraničního cestovního ruchu všech států světa.

2) Vztah k platební bilanci státu – je zaměřen na kritérium účinku cestovního ruchu na národní ekonomiku ve vztahu k zahraničí, konkrétně jeho vliv na platební bilanci státu. Vztahuje se pouze k zahraničnímu cestovnímu ruchu, který je z tohoto hlediska členěn na:

- **zahraniční cestovní ruch aktivní** – zahrnující příjezdy zahraničních návštěvníků do určité země. Jejich pobyt v dané zemi je spojen se spotřebou zboží a služeb

hrazenou z devizových prostředků návštěvníků, což znamená příliv deviz do platební bilance státu a tedy kladný vliv na ni. Tento typ cestovního ruchu má obdobný vliv na platební bilanci státu jako export zboží (přináší devizové prostředky) a proto bývá často také nazýván neviditelným exportem.

- **zahraniční cestovní ruch pasivní** – zahrnující výjezdy obyvatel určitého státu do zahraničí, přičemž jejich pobyt a spotřeba v zahraničí je realizována za vyvezené devizové prostředky. Tento typ cestovního ruchu má tedy pasivní vliv na platební bilanci a bývá označován neviditelným importem.

3) Délka pobytu – dle tohoto kritéria je cestovní ruch členěn na:

- **krátkodobý** charakteristický krátkou dobou pobytu (zpravidla do 3 přenocování).
- **dlouhodobý** s pobytem jež zahrnuje více jak 3 přenocování, nikoli však více než 6 měsíců v domácím cestovním ruchu a více než 1 rok v cestovním ruchu zahraniční.

4) Způsob zabezpečení cesty a pobytu – zohledňuje skutečnost, kdo zajišťuje cestu a pobyt účastníků cestovního ruchu, je členěn na:

- **organizovaný**, kdy cestu i pobyt zajišťují cestovní kanceláře či jiné podnikatelské subjekty poskytující zprostředkovatelské služby a účastník cestovního ruchu si nakupuje ucelený zájezd.
- **neorganizovaný**, kdy si veškeré služby zajišťuje účastník sám.

5) Počet účastníků - cestovní ruch je obvykle členěn na:

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

6) Způsob financování – nebo-li podle způsobu úhrady nákladů spojených s účastí na cestovním ruchu. Z tohoto hlediska bývá cestovní ruch členěn na:

- **komerční** (dříve označován jako volný), kde si veškeré náklady účastník hradí sám.

- **sociální** (dříve označován jako vázaný), kde část nákladů spojených s účastí na cestovním ruchu je uhrazován za příspěvní nějaké organizace či instituce. Z hlediska úhrady nákladů sem lze zařadit i incentivní cestovní ruch.

7) Věk účastníků – uplatňováno ve vztahu k některým věkovým skupinám, které se svým spotřebním chováním a nároky na rozsah a strukturu služeb v rámci účasti na cestovním ruchu výrazně odlišují od ostatní populace. Jedná se především o:

- cestovní ruch dětí,
- cestovní ruch mládeže,
- cestovní ruch seniorů,
- cestovní ruch rodin s dětmi,
- věková skupina lidí mezi 40-50 rokem.

8) Převažující prostředí pobytu

- **městský cestovní ruch** (městská turistika), který má spíše krátkodobější charakter, s hlavním motivem návštěvy turisticky zajímavých měst, jejich památek a dalších aktivit, ale i života v nich
- **venkovský cestovní ruch**, převážně realizovaný v příznivém životním prostředí venkova, s nejrůznějšími formami pobytu, z nichž se v poslední době začíná formovat specifická forma venkovského cestovního ruchu tzv. agroturistika. Jedná se o pobyt na farmách, statcích nebo jiných zemědělských usedlostech
- **lázeňský cestovní ruch**, který zahrnuje převážně dlouhodobé pobyty spojené s léčením v zdravotně příznivém prostředí lázeňských míst
- **cestovní ruch ve střediscích cestovního ruchu různého charakteru** (horská, přímořská, atd.)

9) Ostatní kritéria – v odborné literatuře je pro členění cestovního ruchu používána ještě celá řada dalších kritérií, z nichž je možno uvést zejména členění:

- dle ročního období,
- dle způsobu ubytování,
- dle použitého dopravního prostředku. [7]

Dále jsem charakterizovala jednotlivé významné subjekty CR v řešeném území. Francová rozvádí subjekty poskytující služby cestovního ruchu. Subjekty jsou ty podniky, které přímo prodávají spotřebitelům zboží a služby a uspokojují speciální potřeby účastníků cestovního ruchu. Jsou nejdůležitější složkou organizačního uspořádání, které realizuje turismus a vytváří jeho ekonomický výsledek. Jsou jimi hlavně ubytovací podniky včetně lázeňských zařízení, stravovací podniky, dopravní podniky, podniky zprostředkující cestovní služby tj. cestovní kanceláře, cestovní agentury, podniky provozující sportovně – rekreační zařízení, podniky poskytující zvláštní služby (průvodcovské, překladatelské), podniky vyrábějící či prodávající turistické zboží, podniky zprostředkující další služby a propagační a reklamní podniky. [9]

Služby cestovního ruchu, jejich sortiment a kvalita patří podle Orišky mezi nejvýznamnější faktory, které ovlivňují spokojenost účastníků cestovního ruchu. Oriška definuje služby cestovního ruchu jako činnosti nehmotného charakteru, jejichž výsledkem je buď individuální, nebo společenský užitečný efekt. Individuální efekt, který je obvykle součástí cíle účasti na cestovním ruchu, může mít různorodý charakter podle zvolené formy účasti, například rekreační, kulturní, zdravotní apod. Společenský efekt zpravidla podmiňuje nebo umožňuje dosažení individuálního efektu (například služby související s udržováním čistoty a hygieny veřejných prostranství, zeleně atd.).

Různorodost služeb cestovního ruchu umožňuje jejich klasifikování z více hledisek. Často se podle významu ve spotřebě účastníků cestovního ruchu rozlišují na služby základní a doplňkové. Do základních služeb se zařazuje přemístění účastníků cestovního ruchu z místa jejich trvalého bydliště do rekreačních prostorů a zpět a služby spojené s pobytem v rekreačním prostoru (dopravní služby, služby ubytovací a stravovací). Doplňkové (komplementární) služby jsou spojeny s využíváním atraktivit, vlastností charakteristických pro konkrétní rekreační prostor (například sportovně-rekreační služby, společensko-kulturní služby, lázeňské služby apod.). Uvedená klasifikace je paradoxní tím, že nedoceňuje význam doplňkových služeb, které jsou rozhodující pro uspokojení cílových potřeb účastníků cestovního ruchu. Jejich kvalita podstatnou mírou ovlivňuje užitečný efekt účasti na cestovním ruchu a tím i spokojenost jeho účastníků. [1]

Podle Heskové je zboží výrobek, resp. statek, určený k realizaci na trhu, tj. k prodeji konečnému spotřebiteli (obyvatelstvu) nebo jinému výrobcí, který ho ve formě polotovaru použije v dalším výrobním procesu. Každé zboží je výsledkem výrobního procesu, tj. nejdříve se stal výrobkem, ale ne každý výrobek se musí stát zbožím. Jestliže vyrobený produkt neprojde trhem, nezískává formu zboží. Každé zboží slouží k uspokojení určité potřeby a má svoji cenu, která závisí na vztahu poptávky po daném zboží na trhu a jeho nabídky. V cestovním ruchu jde např. o jídla a nápoje určené na uspokojení potřeb výživy účastníků cestovního ruchu, kartografické produkty (různé druhy map, hlavně turistické mapy, automapy a autoatlasy), upomínkové předměty a suvenýry, případně další.

Volným statkem Hesková označuje statek, který není ekonomickým statkem, tj. nebyl vytvořený lidskou prací. Zdarma a v relativně dostatečné míře je dostupný všem, proto si při jeho spotřebě jednotlivé subjekty nekonkurují. Jde o většinu přírodních statků, které účastníci cestovního ruchu využívají – dlouhodobě spotřebovávají. Jejich tržní cena se rovná nule, v ceně produktu cestovního ruchu se proto tato spotřeba nepromítá. Jde např. o vzduch, sluneční svit, déšť, horský masiv, mořskou vodu. Jestliže se na úpravu volných statků vynaloží dodatečná práce, stávají se ekonomickými statky. (např. úprava mořského pobřeží na hotelovou pláž).

Veřejný statek Hesková charakterizuje jako statek určený pro kolektivní spotřebu, ze kterého mají prospěch všichni, tj. užitek z takového statku je nedělitelný a nikoho není možné vyloučit z využívání výhod spojených s jeho spotřebou. Spotřeba jednou osobou nesnižuje jeho dostupnost komukoli jinému, jde o nerivalitní spotřebu. Veřejný statek obvykle byl vytvořený nebo je přetvářený lidskou prací. Není předmětem směny na trhu a lze ho využívat bezplatně. Jde např. o prostranství ve městech (náměstí, chodníky, parky apod.), některé lidmi vytvořené atraktivity cestovního ruchu (městské památkové rezervace, zámecké zahrady, lidové slavnosti) a kulturní krajinu (dlouhodobě přetvářená země antropogenními vlivy). V důsledku nešetrného a neefektivního využívání se některé veřejné statky ekonomizují (poplatky obyvatelstva) nebo komercializují (formou přímých či nepřímých daní), např. vstupy do chráněných území. [2]

Největším a nejvýznamnějším městem turistické oblasti Pardubicka jsou Pardubice. Z tohoto důvodu je součástí situační analýzy rozdělení města Pardubic podle významu v cestovním ruchu. Podle Vaška se pro koordinaci zájmů cestovního ruchu s ostatními funkčními články území zařazují oblasti cestovního ruchu podle kvality územních podmínek do čtyř kategorií:

Do **první kategorie** zařazujeme oblasti s nejkvalitnějšími přírodními předpoklady a podmínkami, se širokým souborem funkcí celostátního i mezinárodního významu a se širokou časovou využitelností. Do této kategorie jsou zařazeny oblasti: Západočeské lázně, Krkonoše, Šumava, Jeseníky, Valašsko a Beskydy.

Do **druhé kategorie** patří oblasti s velmi kvalitními přírodními předpoklady a podmínkami se širokým souborem funkcí celostátního a mezinárodního významu a se smíšenou časovou využitelností. Tuto kategorii tvoří následující oblasti: Máchův kraj, Doksy a okolí, Jizerské hory, Turnovsko, Český ráj, Jihočeské rybníky, Střední Vltava, Křivoklátsko, Dolní Vltava, Posázaví, Českomoravská vrchovina, Orlické hory a Moravský kras.

Do **třetí kategorie** se zahrnují oblasti cestovního ruchu s kvalitními přírodními předpoklady představující nižší zastoupení rekreačně vhodných ploch, s užším souborem funkcí a možností celostátního významu a se smíšenou časovou využitelností. Do této kategorie patří oblasti: České Švýcarsko, Labské pískovce, České středohoří, Lužické hory, Podkrkonoší, Broumovsko, Jesenícko, Žluticko, Stříbrsko, Český les, Chodsko, Pošumaví, Horní Vltava, Kapličko, Brdy, Tábořsko, Železné hory, Povodí Orlice, Dražanská vysočina, Podhorácko, Podyjí, Chříby a Slovácko.

Do **čtvrté kategorie** se zahrnují oblasti cestovního ruchu s územně omezeným rozsahem rekreačně vhodných ploch, s významným plošným dopadem faktorů vylučujících rekreační využitelnost rekreačně vhodných ploch, s úzkým rozsahem realizovaných funkcí zejména oblastního významu.

Do 4. Kategorie řadíme oblasti: Krušnohoří, Frýdlansko, Mělnicko, Staroboleslavsko, Džbán, Přešticko - Nepomucko, Blatensko, Dolní Berounka a Pavlovské vrchy.

Kromě tvorby oblastí cestovního ruchu byla hodnocena síť sídel ve vazbách a vztazích k cestovnímu ruchu a rekreaci a byla stanovena následující stupnice městských sídel:

1. Výchozí centra jsou města velkého významu s velkou vybaveností, ležících většinou na křižovatkách dopravních cest, pro cestovní ruch mezinárodní vnitrostátní mají funkci výchozích bodů.

2. Východiska představují města širšího významu, dobře vybavená a dostupná, jsou přímým nástupištěm do rekreačních prostorů a ve vztahu k oblastem cestovního ruchu mají funkci oblastních center.

3. Střediska, cílové body jsou místa často bez vyšší vybavenosti a s horším komunikačním spojením, většinou leží uvnitř rekreačních prostor a plní funkci ubytovací.

V rámci typologie byla zpracována následující charakteristika míst pro cestovní ruch a rekreaci:

4. Městská střediska cestovního ruchu můžeme dále rozdělit na: kulturně historická, administrativně správní, obchodně průmyslová.

5. Lázeňská místa se člení na termální a klimatická. Vybavenost lázeňských míst materiálně technickou základnou cestovního ruchu je ovlivněna typem lázeňského místa a jeho významem, (např. jde-li o lázně klimatická nebo termální). Kromě standardního zařízení se zde vyskytují specifická zařízení jako jsou sanatoria, léčebné domy, rehabilitační zařízení atd. Zařízení ubytovacích, stravovacích, společensko zábavních a dalších služeb jsou zde obvykle vyšší úrovně, což je ovlivněno poptávkou po kvalitativně vyšším typu služeb.

6. Střediska cestovního ruchu a rekreace zahrnují střediska koupání a vodních sportů, střediska turistiky a vodních sportů v podhorské krajině, střediska turistiky a zimních sportů v horské krajině.

7. Rekreační obce lze členit na kategorie s výlučně rekreační funkcí, kategorie s převládající rekreační funkcí a kategorie s doplňkovou rekreační funkcí.

8. Chatové lokality: při vodní ploše, v ostatní poloze.

9. Výletní místa jsou členěna na přírodní, civilizační a společenská.

Rajonizace sídla městského typu zařazuje města do tří kategorií:

I. kategorie sídel městského typu zahrnuje města se širokým uplatněním, dosahujícím ve vztahu k cestovnímu ruchu nadprůměrné úrovně u obou složek funkčních činností - atraktivit i vybavenosti (kultur. památek, ubytovacích kapacit apod.), a tomu odpovídající celoroční návštěvností. (Český Krumlov, České Budějovice, Karlovy Vary, Třeboň, Teplice apod.)

II. kategorie zahrnuje města s průměrnou úrovní atraktivit a vybavenosti, v návštěvnosti se projevuje výrazné sezónní rozložení.(Jeseník. Havlíčkův Brod, Náchod, Telč, Jičín apod.).

III. kategorie zahrnuje všechna ostatní města, pokud se mohou uplatnit v cestovním ruchu, byť na základě spíše ojedinělých atraktivit (Nymburk, Veselí n. Lužnicí, Kopřivnice, Ledec n. Sázavou, Smržovka apod.).

Na základě stanovení rekreačně vhodných ploch se dále vymezuje využitelnost oblastí cestovního ruchu:

- **využitelnost funkční**
- **využitelnost časová**

Funkční využitelnost oblastí cestovního ruchu je dána souborem následujících funkcí:

- **základní funkce:** rekreace krátkodobá, rekreace dlouhodobá
- **funkce specifické:** pěší turistika, vodní turistika, vodní sporty, zimní sporty, horolezectví, myslivost, sportovní rybolov, lázeňské léčení, přírodní pozoruhodnosti, kulturní památky, kulturně společenské akce.

Z hlediska prioritního zvýraznění využití území se uvedené funkce rozlišují na hlavní a ostatní. Zdůrazňují se ty aktivity, které jsou s ohledem na charakter a skladbu předpokladů převažující a pro danou oblast typické. Respektují se potencionální možnosti využitelnosti, dané úrovní a využitelnosti hlavních předpokladů.

Časová využitelnost vyjadřuje schopnost zabezpečovat realizaci funkčního využití v průběhu roku. Vzhledem k tomu, že funkční a časová využitelnost území pro rekreaci a cestovní ruch je velice různorodá, bylo třeba stanovit základní typy středisek co do velikosti, ekonomické funkce, časové a funkční využitelnosti území, plochy využívaného území a významu pro cestovní ruch. [5]

3.1.6 Produkt

Na základě analýzy vybraného produktu je vhodné vymezit pojem produkt. Definice produktu se považuje podle vymezení Americké marketingové asociace to, co lze na trhu nabízet k pozornosti, k získání, k používání nebo ke spotřebě, co má schopnost uspokojit přání nebo potřebu druhých lidí. Proto sem řadíme jak fyzické předměty a služby, tak také osoby, místa, organizace, myšlenky, kulturní výtvoř apod. Jedním z hlavních nástrojů budování pozice na trhu je kvalita produktu. Jedná se o komplexní kategorii a obecně představuje způsobilost produktu plnit své funkce. Kvalita produktu zahrnuje životnost, spolehlivost, výkon i nároky na údržbu. V marketingovém pohledu je kvalita produktu taková, jakou ji vnímá a vidí zákazník. Druhou součástí produktu jsou jeho varianty. Varianty představují taková provedení produktu, kdy vedle základní nabídky jsou připraveny také vylepšené modifikace vyšší úrovně s dodatečným, s nadstandardním vybavením nebo provedením. Varianty vznikají na základě cílových skupin zákazníků. Další důležitou částí produktu je jeho design. Design produktu může zabezpečit vyšší funkčnost produktu, umocňuje jeho užitečné vlastnosti a hodnotu. Umožňuje odlišení konkurenčních produktů. Jednotný vizuální styl může zlepšit orientaci návštěvníků a jejich informovanost, může zvýšit atraktivitu města či území a podpořit zájem o ně. Pokud grafické zpracování propagačních materiálů a informačních tabulí odráží aktuální trendy výtvarného vyjadřování, může v zákazníkovi vyvolat představu úrovně a kvality nabízených služeb. [4]

Hesková vymezuje produkt cestovního ruchu jako vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a má schopnost uspokojit potřeby návštěvníků a vytvořit tak komplexní soubor zážitků. Jedná se o soubor hlavně služeb, které produkuje a nabízí cílové místo (primární nabídka) a podniky a instituce cestovního ruchu (sekundární nabídka). Z ekonomického hlediska je produkt cestovního ruchu souborem volných statků, služeb, zboží a veřejných statků, které jsou předmětem spotřeby účastníků cestovního ruchu. [2]

3.1.7 SWOT analýza

Ke zhodnocení vybraného produktu je využita SWOT analýza. Podle Horákové je SWOT analýza užitečnou částí situační analýzy. Podniky ji většinou umísťují na její závěr, jelikož sumarizuje klíčové silné a slabé stránky, příležitosti a ohrožení. Může být samozřejmě prováděná i jako samostatný krok v rámci marketingového procesu. [6]

3.1.8 Marketingová komunikace

Návrhem pro rozvoj vybraného produktu je rozvoj marketingové komunikace, proto je nezbytné tento pojem objasnit.

Marketingová komunikace, neboli promotion, má informovat spotřebitele a stimulovat ho, aby učinil kupní rozhodnutí. Je jedním ze základních prostředků komunikace mezi firmou a současnými či potenciálními zákazníky. Při realizaci marketingové komunikace se využívají jednotlivé části tzv. "komunikačního mixu" v závislosti na konkrétní situaci a cílovém publiku. Různí autoři rozlišují různé množství nástrojů komunikačního mixu. Za základní jsou považovány zejména

1. Reklama
2. Podpora prodeje
3. Osobní prodej
4. Public Relations

Reklama

Reklamu můžeme definovat jako placenou formu neosobní prezentace a podpory myšlenek, zboží a služeb určitým sponzorem. Existuje mnoho forem a možností reklamy, a proto je těžké zevšeobecnit jejich charakteristické vlastnosti. [37]

Proč dělat reklamu? Můžeme mít žádoucí výrobek, který chceme prodávat za atraktivní cenu, ale v okamžiku uvedení na trh o něm naši zákazníci nebudou vědět nic, pokud si nedáme práci s tím, abychom je o něm informovali. K metodám reklamy patří např.

reklamní dopis, plakát, leták, webová stránka, inzerát, reklama v místním rozhlasu atd. [38]

Podpora prodeje

Ačkoli jsou nástroje podpory prodeje rozmanité (např. kupóny, soutěže, prémie), mají tři důležité společné vlastnosti:

1. Přitahují pozornost a obvykle poskytují informace, které mohou zavést spotřebitele k určitému výrobku.
2. Zahrnují nějakou formu úlev, stimulů nebo příspěvků, které mají pro spotřebitele hodnotu.
3. Jedná se o zřetelné vyzvání uskutečnit směnu právě teď.

Osobní prodej

Využívá pouze přímé komunikace a pěstování obchodního vztahu s cílem prodat výrobek nebo službu. Prostřednictvím této přímé komunikace se zároveň vytváří dlouhodobě pozitivní vztah. Je to proto, že osobní prodej znamená aktivní, přímý a vzájemný vztah mezi obchodním zástupcem a zákazníkem.

Public Relations (PR)

Public Relations (vztahy s veřejností) jsou velmi přitažlivé a to především díky třem významným vlastnostem:

1. Novinové články a příspěvky připadají čtenářům autentičtější a důvěryhodnější než reklamy.
2. Zpráva se dostává ke kupujícímu spíše jako prostá informace, než jako komunikace zaměřená na prodej.
3. Vztahy s veřejností mají potenciál pro dramatizaci firem nebo výrobků.

Za hlavní rozdíl PR a reklamou bývá často uváděno, že zatímco reklama propaguje výrobek, PR propaguje firmu, organizaci. Příkladem PR jsou projevy, semináře, výroční zprávy, charitativní dary, atd. [37]

4 SITUAČNÍ ANALÝZA

Situační analýza je provedena především z hlediska cestovního ruchu.

4.1 Vymezení turistické oblasti Pardubicko

Turistická oblast Pardubicko se nachází v Pardubickém kraji a je součástí turistického regionu Východní Čechy. Na území regionu Východní Čechy leží další území turistických oblastí: Podzvičinsko, Kladské pomezí, Hradecko a Bydžovsko-Chlumecko, Orlické hory a Podhůří, Chrudimsko-Hlinecko, Svitavsko a Ústecko.

4.2 Geografická charakteristika podmínek cestovního ruchu

4.2.1 Region Východní Čechy

Turistický region Východní Čechy je zajímavý a přitažlivý pro návštěvníky z tuzemska i ze zahraničí. Pro aktivní turistiku může nabídnout jednak krásnou přírodu, zdravé životní prostředí nížinného, podhorského i horského charakteru a atraktivní turistické cíle, které jsou výsledkem staleté tradice a činností více osobností. [9]

4.2.2 Pardubický kraj

Pardubický kraj má velmi rozmanitou geografickou členitost. Svědčí o tom například fakt, že ze všech krajů v České republice má největší rozdíly v nadmořské výšce. Nejnižší bod byl naměřen na západní hranici kraje, na hladině Labe u Kojic ve výšce 202 m n. m., byť tuto hodnotu relativizují přirozené výkyvy výšky hladiny řeky,

a nejvyšším bodem je na severovýchodě kraje Kralický Sněžník s naměřenou výškou 1423 m n. m., což představuje jedno z nejvyšších míst v České republice. Jakousi osu kraje představuje rozvodí dvou moří: Severního (přítoky Labe) a Černého (přítoky Dunaje). Rozvodí prochází Chrudimskem, Orlickoústeckem i Svitavskem. U Kralického Sněžníku je dokonce rozvodí tří moří – kromě zmíněných ještě Baltické moře. Tento kraj má nejen zajímavou přírodu, ale i bohatou historii a zajímavé kulturní tradice. [10]

4.2.3 Turistická oblast Pardubicko

Turistická oblast Pardubicko má průmyslově zemědělský charakter. Je součástí tzv. zlatého pruhu země české, který zahrnuje nejurodnější část Polabí. Je to oblast proslulých luk, řek, starých kanálů, rybníků a nachází se zde několik chráněných krajinných oblastí. Oblast má velice výhodnou strategickou polohu z hlediska dopravního spojení a také předpoklady stát se výchozím centrem cestovního ruchu Východních Čech. Dostupnost atraktivních Krkonoš, Orlických hor nebo Železných hor pro návštěvníky je jedním z pozitivně hodnocených faktorů oblasti

Krajinu Pardubicka tvoří rovinaté Polabí. Je to oblast velice rozmanitá, která má charakter kulturní stepi s převažující ornou půdou, pastvinami a lesy. V péči je cca 400 ha veřejné zeleně. [11]

Nejvýznamnějším vodním tokem je Labe, které protéká od obce Pohřebačka na severu přes Pardubice, odkud pokračuje na západ středem západní poloviny tohoto území, které opouští u obce Kojice. Jižní částí Pardubicka protéká Chrudimka, osou jihovýchodní částí je řeka Loučná. Obě tyto řeky ústí do Labe u Pardubic. Labe, Chrudimka i Loučná mají na Pardubicku charakter nížinných toků s meandrujícími koryty, místy se zachovalými mrtvými rameny.

Významnými krajinotvornými prvky jsou zdejší rybníky. Pardubická rybníční soustava se svými původně asi 400 rybníky, budována v 16. století, byla ve své době jednou z největších v Čechách. Rybníky se zachovaly do dnešní doby asi ze 60 %, největší však již zanikly. Síť pardubických rybníků významně zvyšuje ekologickou stabilitu a podílí se, spolu s mrtvými rameny, velkou měrou na zadržení vody v krajině.

Mezi největší současné rybníky patří Sopřečský, Bohdanečský, Strášovský, Ředičský a Buňkov. [12]

Pardubicko má co nabídnout milovníkům sportu, historie i fauny a flory. Neodmyslitelnou součástí regionu jsou rybníky a lesy, protkané sítí zajímavých cyklotras a okruhů. Oblast je takřka cyklistickým rájem, kvůli rovinnému terénu je zde silniční kolo nejběžnějším dopravním prostředkem. Města v této lokalitě se nacházejí v úrodné Polabské nížině. Nejvyšším bodem a dominantou Pardubicka je Kunětická hora, jež dosahuje výšky pouhých 294 m n. m. Z Kunětické hory je rozhled po celé rovině, na Železné hory, Českomoravskou vysočinu, na Orlické hory i Krkonoše, někdy až na Kozákov a Ralsko. Oblast má silnou zemědělskou i průmyslovou tradici. [11]

4.3 Charakteristika podnebí

Podnebí je na Pardubicku teplé a suché.

4.3.1 Teploty

Průměrná roční teplota vzduchu se pohybuje kolem 8 °C, ve vegetačním období 14 °C. Období, kdy se průměrná denní teplota vzduchu pohybuje pod bodem mrazu začíná průměrně 11. prosince a končí 21. února. Období bez mrazů trvá průměrně 290 dnů v roce. Poslední mrazové dny se objevují do začátku května. [12]

4.3.2 Srážky

Průměrné roční úhrny srážek dosahují 550 – 600 mm, z toho většina (350 – 400 mm) připadá na vegetační období. Počet dnů se sněhovou pokrývkou se pohybuje v průměru kolem 50, první sníh se objevuje začátkem prosincem, poslední v druhé polovině března. Průměrná výška sněhové pokrývky nepřesahuje v průměru 2 cm. [12]

4.4 Charakteristika podmínek životního prostředí

Tradiční image města Pardubice s chemickým průmyslem s rizikovými výrobami a ekologické zátěže patří ke slabým stránkám životního prostředí turistické oblasti Pardubicka. Další negativní stránkou je doprava, která výrazně ovlivňuje ovzduší. Množství automobilů se neustále zvyšuje, každý rok o několik procent. Se stávající situací je nutné něco dělat. Řešení by se dalo hledat ve výstavbě obchvatů, podpoře MHD a omezení osobních vozidel v centru. Absence dostatečné kapacity kanalizačních stok nijak životnímu prostředí také nepřispívá. [13]

Na celém území, a to hlavně ve městech, jsou porušovány limity přízemního ozónu. Těmito látkami však seznam jedů zdaleka nekončí. Na rozdíl od ozónu ve vyšších vrstvách je přízemní ozón nebezpečný lidem i zvířatům. Statistiky Zdravotního ústavu se sídlem v Pardubicích uvádějí i další zdraví škodlivé látky. Na náměstí Republiky byly zaznamenány koncentrace oxidů dusíku i síry. Nejvíce oxidů dusíku je v ovzduší přítomno během podzimních inverzí, ale také v lednu a únoru. Oxidy dusíku se váží na krevní barvivo a zhoršují člověku dýchání.

K pozitivním stránkám životního prostředí na území Pardubicka patří poloha v rovině, která má přirozenou schopnost odvětrávání či rozvoj ekologické dopravy (cyklistické stezky a trolejbusová doprava). Další podstatnou výhodou této oblasti je ve městě Pardubice udržovaná zeleň včetně lesoparků, kde je možné strávit krátkodobou rekreaci. [13]

Investice na ochranu životního prostředí, které plynou ze samostatných staveb a ostatních investičních opatření vedou ke zlepšení současného stavu životního prostředí. Pořízené investice na ochranu životního prostředí v Pardubickém kraji činily v roce 2006 podle Českého statistického úřadu celkem 1 161 mil. Kč, což vykazuje nárůst oproti roku 2005, kde náklady na životní prostředí představovaly 1 113 mil. Kč. V roce 2007 investice do životního prostředí zaznamenaly pokles na 600 mil. Kč. Investice na ochranu životního prostředí dle programového zaměření v Pardubickém kraji se dělí na investice na: nakládání s odpadními vodami, ochranu ovzduší a klimatu, nakládání s odpady, ostatní aktivity na ochranu životního prostředí. Investice v roce

2007 na nakládání s odpadními vodami tvořily 303 mil. Kč, na ochranu ovzduší a klimatu 103 mil. Kč, nakládání s odpady 124 mil. Kč a ostatní aktivity 33 mil. Kč. [14] Pardubický kraj prostřednictvím Operačního programu Životní prostředí, který navazuje na Operační program Infrastruktura období 2004-2006 vymezuje priority pro ochranu životního prostředí. Operační program je zaměřen na zlepšování kvality životního prostředí a tím i na zdraví obyvatelstva jako předpokladu atraktivnosti a konkurenceschopnosti státu a regionů. Na základě analýzy životního prostředí byly pro období 2007-2013 stanoveny tyto priority:

- Zlepšení vodohospodářské infrastruktury a snižování rizika povodní
- Zlepšení kvality ovzduší a snižování emisí
- Udržitelné využívání zdrojů energie
- Zkvalitnění nakládání s odpady a odstraňování starých ekologických zátěží
- Omezování průmyslového znečištění a environmentálních rizik
- Zlepšování stavu přírody a krajiny
- Rozvoj infrastruktury pro environmentální vzdělávání, poradenství a osvětu
- Program bude spolufinancován z Evropského fondu pro regionální rozvoj a Fondu soudržnosti. [15]

4.5 Charakteristika forem a druhů cestovního ruchu

4.5.1 Formy cestovního ruchu

V turistickém regionu jsou především rozvinuty formy kulturně-poznávacího cestovního ruchu, sportovně – rekreačního a v menší míře i lázeňsko – léčebného cestovního ruchu. Pardubice a okolní obce se chlubí rozsáhlou kulturní tradicí a množstvím architektonických památek. Návštěvník Pardubic si určitě nenechá ujít zdejší zámek. V areálu zámku sídlí Východočeské muzeum a Východočeská galerie. Kulturní dominantou města Pardubic je také Pernštýnské náměstí a Zelená brána. Město

láká milovníky kultury, nakupování a sportu. Na Pardubicku se nachází mnoho zajímavých cyklotras. Vodní sporty či odpočinkové rekreace u vody je možné provozovat jak v Polabské nížině u Labe, Opatovickém kanálu či u Chrudimky. S Pardubicemi téměř sousedí lázeňské městečko Lázně Bohdaneč, obklopené soustavou rybníků.

4.5.2 Druhy cestovního ruchu

Podle vztahu k platební bilanci a místu realizace se cestovní ruch dělí na aktivní a pasivní cestovní ruch. Pokud vezmeme v úvahu statistické údaje o počtu přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních České republiky, tedy nejvýznamnější kvantitativní charakteristiku postavení kraje v cestovním ruchu, musíme konstatovat, že postavení Pardubického kraje, tedy i Pardubicka není ideální. Služeb hromadných ubytovacích zařízení na území Pardubického kraje využilo v roce 2007 celkem 388 240 hostů (nejvíce od roku 2000, o 10 % více než v roce 2006), tj. 3 % z celorepublikového úhrnu. Pardubický kraj se tímto počtem hostů zařadil na předposlední místo v pořadí návštěvnosti krajů, méně hostů zavítalo pouze do Ústeckého kraje. Z hlediska návštěvy hromadných ubytovacích zařízení cizinci je Pardubický kraj také na předposledním místě, za ním následuje už jen kraj Vysočina. [34]

Souvisí to jednak s rozsahem a kvalitou nabídky v cestovním ruchu, tedy množstvím atraktivních památek, akcí apod., s kvalitou poskytovaných služeb, pravděpodobně ještě větší roli sehrává nedostatečnost nebo nepřesné zaměření marketingových aktivit a koordinace činnosti jednotlivých subjektů působících na trhu cestovního ruchu. Z toho vyplývá, že výjezdový cestovní ruch převládá nad příjezdovým cestovním ruchem.

Z hlediska délky trvání cesty vzhledem ke slabým stránkám Pardubicka, kterými je např., tradiční image města jako znečištěné průmyslové oblasti a nedostatek kulturních a společenských akcí mezinárodního a nadregionálního významu, převažuje krátkodobý cestovní ruch.

Ve způsobu a formě úhrady nákladů na účasti cestovního ruchu je nejvíce zastoupen komerční cestovní ruch, kde si veškeré náklady účastník hradí sám. Sociální cestovní ruch zahrnuje částečně lázeňské léčení ve městě Lázně Bohdaneč.

Dle kritéria způsobu zabezpečení cesty a pobytu zohledňující skutečnost, kdo zajišťuje cestu a pobyt převládá neorganizovaný cestovní ruch, kdy si veškeré služby zajišťuje účastník sám.

Na Pardubicku je ve větším rozsahu realizován individuální cestovní ruch, při kterém účastník cestuje sám nebo s rodinou.

Převažujícím prostředím pobytu na Pardubicku je městský cestovní ruch v Pardubicích s hlavním motivem návštěvy turisticky zajímavých měst, jejich památek a dalších aktivit.

V Lázních Bohdaneč je také zastoupen lázeňský cestovní ruch, který zahrnuje převážně dlouhodobé pobyty spojené s léčením v zdravotně příznivém prostředí lázeňského místa.

Dále je na Pardubicku ve větší míře zastoupen cestovní ruch věkové skupiny lidí mezi 40-50 rokem a cestovní ruch rodin s dětmi, což je dáno městskou turistikou v Pardubicích, jejíž hlavním motivem je nejen návštěva památek, ale také nákupy a služby města.

4.6 Charakteristika dopravní dostupnosti

Turistická oblast Pardubicko díky své poloze v centru východních Čech a v pomyslném středu České republiky má výhodné spojení po silnici a město Pardubice je zároveň významným železničním uzlem se stanicí, kde zastavují vlaky všech kategorií. Výhodná geografická poloha by mohla pro Pardubice znamenat výhodné východisko výletů.

4.6.1 Železniční doprava

V turistické oblasti Pardubicko je město Pardubice důležitým uzlem železniční dopravy v České republice na trati 010 z Prahy na východ. Hlavní dopravní tepnou je železniční koridor Berlín-Praha-Pardubice-Vídeň.

Ve městě Pardubice se nacházejí dvě železniční stanice: největší je Pardubice hlavní nádraží s odbavovací halou, hotelem a podzemním kinem, které má celostátní význam. Druhou stanicí je Pardubice-Rosice nad Labem. K dalším zastávkám patří Pardubice-Opočíněk, Pardubice-Svítkov, Pardubice-Pardubičky, Pardubice-Černá za Bory, Pardubice-Semtín a Pardubice závodíště u dostihového závodiště. Železniční doprava je v celé České republice tedy i na Pardubicku zabezpečována Českými drahami se sídlem v Praze. [16]

4.6.2 Silniční doprava

Pardubicko má důležitý silniční uzel jako v železniční dopravě město Pardubice. Významnou dopravní tepnou, která ve směru severojižním protíná město Pardubice je silnice I/37 spojující Hradec Králové s Chrudimí. Ve směru východ - západ protíná město silnice I/36 a od konce roku 2006 přivaděč na dálnici D11 Praha - Hradec Králové. [16]

4.6.3 Městská hromadná doprava, autobusová doprava

Městskou hromadnou dopravu zajišťuje v Pardubicích Dopravní podnik města Pardubic a.s. a autobusovou dopravce Connex. Kromě Dopravního podniku Pardubice a Connexu provozují na Pardubicku autobusovou dopravu další dopravci. Klasickou linkovou přepravu zajišťuje místní firma Sandy Line. Na území města sahají také linky novobydžovského dopravce AP Tour. Spoje především směrem na jih zajišťuje firma Bus Vysočina z Trhové Kamenice. Mezi zájezdové a najímané dopravce se sídlem

v Pardubicích patří např. CAR – TOUR, spol. s r. o., CZ AD Plus, s. r. o., Chartour, CK Tourbus a Lery s. r. o. [17]

4.6.4 Letecká doprava

V Pardubicích je mezinárodní letiště se smíšeným civilním a vojenským provozem. Civilním provozovatelem letiště v Pardubicích je East Bohemian Airport a.s.. Majitelem civilního provozovatele letiště je město Pardubice konkrétně magistrát města Pardubice. Na počátku roku 2007 byla zavedena nedělní pravidelná linka Moskva - Pardubice - Moskva a linka z Pardubic do Petrohradu Díky zájmu cestovních kancelářů v posledních několika letech výrazně stoupá počet přepravených pasažérů. Existence mezinárodního letiště může být pro Pardubice významnou konkurenční výhodou. [18]

4.7 Charakteristika ubytovacích a stravovacích služeb

Mezi pardubické luxusní hotely patří hotel Zlatá štika, který se nachází blízko historického centra - Pernštýnského náměstí. Kvalitní ubytovací služby jsou v hotelu spojeny se špičkovými službami gastronomickými. Francouzská restaurace je v nádherném prostoru, ke které neoddělitelně patří nejenom kulinářské speciality nabízené v menu, ale i systém francouzské obsluhy. Jelikož Zlatá štika je vyhlášená širokým a kvalitním sortimentem vín, zážitek z jídla je doplněn i zážitkem someliérským. V hotelu se nachází i salonek, sklípek, pivnici, venkovní atrium a v pokojích pak harmonicky sladěný interiér.

Hotel Arnošt nabízí příjemné, čisté, ale finančně nenáročné ubytování blízko centra. Ubytovat se můžete ve 2, 3 a 4 lůžkových pokojích se sociálním zařízením. Přístup je zajištěn i pro osoby s omezenou schopností pohybu. Pobyť v tomto hotelu lze využít i ke zkrášlení, nachází se zde totiž kadeřnictví i kosmetika. Vzdálenost do centra je cca 10 minut pěší chůze.

Pro hokejové fanoušky je v Pardubicích hotel Sport. Ubytovat se můžete ve čtyřech jednolůžkových a třinácti dvoulůžkových pokojích, které jsou vybaveny vlastním sociálním zařízením se sprchovým koutem a WC. Barevná TV s dálkovým ovládním je samozřejmostí každého pokoje. Kapacita restaurace je až 50 míst s možností stravování pro hotelové hosty, denní menu, specialitou jsou různé druhy zeleninových salátů a jídel připravovaných na grilu. Přímo v areálu před budovou hotelu je parkoviště.

Cenově přijatelný a zároveň pohodlný pension je pension OK centrum, který se nachází na nám. Dukelských hrdinů, cca 15 minut pěší chůze od dostihového závodiště. Parkovat lze na náměstí a neplatíte za něj. V areálu OK centra je nejen penzion, ale i kadeřnictví, kosmetika, solárium, posilovna, ricochet, bowling, herna s pivnicí, restaurace, zahrádka s grilem a disco-bary.

Pro romanticky naladěné návštěvníky, kteří hledají odpočinek v klidném prostředí je nedaleko Pardubic, ve Starých Čívicích hotel Zámeček. Tenisté tu najdou čtyři udržované tenisové kurty. Po sportu pak zachutná dobré jídlo a pití na venkovní terase s výhledem na celý park. Vzdálenost do centra Pardubic je cca 6 km, na stadion Zlaté přilby pak necelé 4 km.

Pro obdivovatele historických památek je tím pravým místem Hotel & bistro 100, který najdete v Kostelní ulici za Bartolomějským kostelem. Odsud je jen pár kroků na Přáhrádek s kašnou a zámek uprostřed valů, na kterých lze při procházce vychutnat nejen pohodu, klid a vůni rozkvetlých stromů v jarním období, ale i krásný pohled na historickou část Pardubic.

Pro méně náročné účastníky cestovního ruchu, kteří netouží po komfortním přenocování, ale chtějí svůj volný čas věnovat zejména turistice, cyklistice či bruslení na kolečkových bruslích mohou zvolit hotel Hůrka.

Příjemnou projížďkou je výlet na Kunětickou horu s občerstvovací zastávkou v zahradní restauraci Počáply nebo U přívozu. Restaurace a penzion pod Kunětickou horou nabízí všechno, na co si jen člověk může vzpomenout. Dobré jídlo, pití, čerstvě upečené selátko přímo z rožně, projížďku na koních, tanec, venkovní i vnitřní posezení a bazén.

Návštěvníci, kteří přijeli především za nákupem se mohou ubytovat v hotelu Labe, který se nachází přímo u nákupního centra Tesco a poblíž Hypernovy i Lidla. [13]

Penzion Kolesa v Kladrubech nad Labem je součástí jezdeckého areálu s kolbištěm pro všechny druhy jezdeckého sportu a s přilehlou oborou. Ubytování je zajišťováno ve dvou a třílůžkových pokojích s vlastním sociálním zařízením, kapacita lůžek je 33. Stylová restaurace s barem a společenský salonek nabízí příjemné stravování. [19]

Hotel Bujnoch v Přelouči nabízí pro klienty studené nápoje v minibaru, připojení pro svůj notebook, parkoviště pro svoje auto, rychlé služby v restauraci, chutné jídlo a pití. [20]

V Lázních Bohdaneč můžeme využít např. pro prázdninové skupinové rekreace, rekondiční ozdravné pobyty a školení hotelu Technik. Hotel Veselý návštěvníkům města nabízí bezbariérový přístup, faxové služby, služby holiče, kadeřníka, kopírování, kosmetické studio, lékařskou službu, nápojový automat, počítač s připojením na internet, praní a žehlení prádla, prodej upomínkových předmětů, protipožární signalizaci, průvodce, půjčovnu společenských her, půjčovnu sportovního vybavení, telefonní automat, úschovnu cenných předmětů, úschovnu jízdnicích kol, výtah a zavazadlový servis. [21]

Penzion Staroholická, který se nachází v Holicích nabízí několik pokojů se standardním vybavením. Na každém pokoji se nachází sociální zařízení a sprchový kout, barevný televizor a chladnička. Restaurace nabízí bohatý výběr jídel po celý den. Penzion je ideální pro rodinou rekreaci, turistiku, cykloturistiku, odpočinkové pobyty seniorů, školní výlety, firemní školící akce, rodinné i firemní oslavy a rauty. [22]

Přestože počet ubytovacích zařízení vzhledem k rozloze území je na Pardubicku relativně nízký, k současné úrovni návštěvnosti, a tedy i k využití lůžek a pokojů, je zřejmé, že množství ubytovacích kapacit v kraji je dostatečné. V Pardubicích služby ubytovacích zařízení využívají i firmy pro ubytování svých zaměstnanců a významným způsobem zvyšují vytíženost těchto zařízení. Zvláště patrný je nedostatek ubytovacích zařízení v době konání velkých akcí, které lákají velké množství návštěvníků z České republiky i ze zahraničí.

Kvalita ubytovacích služeb v Pardubicích obecně neodpovídá trendům a vývoji na trhu cestovního ruchu, současná skladba ubytovacích kapacit není schopna uspokojit potřeby stále náročnějších zákazníků. V Pardubicích není ubytovací zařízení kombinující dostatek kvalitních lůžek, kapacitu pro kongresy a podobné akce

s navazujícími službami a zároveň levnější turistické hotely a penziony nabízející kvalitu obvyklou v evropských zemích za přiměřenou cenu.

4.8 Charakteristika návštěvnických atraktivit

4.8.1 Atraktivita přírodního charakteru

Naučná stezka v Pardubicích

Lidé v Pardubicích mají od roku 2006 vycházkovou trasu. Pardubice jsou jedním z velkých měst v České republice, které má ve svém centru naučnou stezku. V lokalitě mezi ČEZ Arenou a sídlištěm Polabiny, to znamená v okolí rybníku Bajkal a slepého ramene Labe, je jedno z posledních výstavbou nedotčených území ve městě. Lokalitu se pomocí naučné stezky rozhodl představit Dům dětí a mládeže Alfa v rámci programu Škola pro udržitelný život, kterým byla i financována.

Naučná stezka obsahuje deset názorných tabulí, na kterých se návštěvníci seznámí se vznikem slepých ramen, rostlinami a živočichy, kteří se zde vyskytují.

Stezka byla vybudována vedoucími a dětmi z přírodovědných kroužků Domu dětí a mládeže Alfa. Akce proběhla v rámci projektu Škola pro udržitelný život, kterým byla také financována. Nemalý podíl na jejím vybudování má také řada dobrovolníků, kteří na projektu spolupracovali. Na výstavbě pomáhaly děti ze základních škol, které pomohly tuto lokalitu vyčistit. Zaměstnanci podniku Povodí Labe zase pracovali na vyčištění vodní plochy a městský obvod Pardubice II. zajišťuje prosekávání a údržbu cest. [23]

Chráněná území v okolí Pardubic

V okolí Pardubic se nachází několik chráněných území. V bezprostředním okolí Pardubic byly vyhlášeny tři přírodní památky – Nemošická stráž, Labiště pod Opočinkem a Mělické labiště.

Dalšími chráněnými územími dle zákona č. 114/92 Sb. – o ochraně přírody a krajiny jsou významné krajinné prvky a přírodní rezervace Baroch. [24]

Významné krajinné prvky jsou v okolí Pardubic zastoupeny převážně slepými rameny Labe. V širším okolí Pardubic stojí za zmínku nejvýznamnější lokalita, a tou je národní přírodní rezervace Bohdanečský rybník a rybník Matka.

Přírodní památka Nemošická stráž

Území je významným nalezištěm paleontologickým, zoologickým a zejména botanickým. Nemošická stráž je nízká, ale strmá opuková stráž porostlá dubohabřinou s řadou vzácných druhů rostlin a živočichů. Tato významná botanická lokalita na pravém břehu Chrudimky rozkládající se mezi Drozdicemi, Nemošicemi a Pardubičkami je zároveň významným hnízdištěm zpěvného ptactva (např. slavík, cvrčilka zelená, pěnice vlašská, rákosník zpěvný, strakapoud malý apod.). [31]

Přírodní památka Labiště pod Opočínkem

Labiště pod Opočínkem je přírodní památka o rozloze 2,67 ha vyhlášená r. 1982. Jedná se o staré labské rameno zcela oddělené od aktivního toku z obou stran, které vzniklo při regulaci v r. 1920. Je obklopené loukami a hodnotnými břehovými porosty. Rameno se svým okolím představuje zachovalý zbytek typické polabské krajiny, pobřežní porosty a křoviny jsou útočištěm drobného ptactva a zvěře. Důvod ochrany je především morfologický a krajinářský. [41]

Přírodní památka Mělické labiště

Mělické labiště je staré labské rameno vzniklé při regulaci r. 1920. Svou vegetací patří mezi nejvýznamnější ve Východní Polabí. Hlavním důvodem ochrany byl výskyt leknínu bělostného, který se zde již nenachází. Poměrně rozsáhlá vodní hladina s čistou vodou dosahuje místy hloubky přes 2 m. Břehy jsou bohatě porostlé břehovými porosty, tvořenými převážně olší lepkavou a keřovými vrbami. Ochranu si zasluhují nejen rostlinná, ale i živočišná společenstva charakteristická pro polabskou krajinu. [24]

Přírodní rezervace Baroch

Přírodní rezervace Baroch leží jižně od obce Hrobice. Důvodem je ochrana významného rybníku – hnízdiště ptactva a přilehlých slatinných luk s bohatým rostlinstvem a živočištvem. [25]

Národní přírodní rezervace Bohdanečský rybník a rybník Matka

V širším okolí Pardubic stojí za zmínku nejvýznamnější lokalita, a tou je národní přírodní rezervace Bohdanečský rybník a rybník Matka. Předmětem ochrany jsou rybníční společenstva, vlhké louky a rákosiny se vzácnou flórou a faunou.

Návštěvníci turistické oblasti Pardubicka se zde mohou seznámit s rozmanitostí přírody prostřednictvím naučné stezky Bohdanečského rybníku a rybníku Matka v obci Na Sádkách. Začíná hrází Bohdanečského rybníka a také končí. Měří celkem 7,25 km. Naučná stezka se zaměřuje na botaniku, zoologii a rybářství. Je nenáročná pro pěší se šesti zastávkami. Návštěvníci mají možnost sledovat dalekohledem hnízdící ptáky. [26]

Cyklotrasy na Pardubicku

Oblast Pardubicko je protkána mnoha značenými trasami s různou obtížností, propojujících nejzajímavější turistické cíle. Cesty jsou vedeny po méně frekventovaných komunikacích se zpevněným povrchem. Cyklotrasy v rovinné oblasti při toku řeky Labe, jsou určeny i pro rodiny s dětmi.

Cyklostezky

V Pardubicích roste obliba cyklistiky. Pro milovníky výletů na kolech je budována síť cyklistických tras přímo ve městě, ale hlavně do okolí. Můžete tedy nasměrovat svoji vyjížďku na Sezemice, Kunětickou horu, ale také do Bohdanče kolem rybníků.

Pro cyklisty je v Pardubicích vybudováno zhruba 30 km samostatných stezek, na území města je vyznačeno dalších 70 km cyklotras. Hustou sítí stezek pro cyklisty je protkáno i okolí města. [26]

Cyklotrasy:

- písničky Stěblová, Hrádek, Mělice
- Kunětická hora

- Spojilským lesem
- podél Chrudimky

4.8.2 Atraktivita kulturně-společenského charakteru

Pardubice

Historické jádro bylo roku 1964 prohlášeno městskou památkovou rezervací. Dominantou města je zámek, který představuje architektonicky neobvyklý přechod mezi hradem a zámek. Stavební úpravy provedli v druhé polovině 16. stol. italský stavitel Oldřich Avostalis de Sala a v 18. stol. zbarokizování architekt František Maxmilián Kaňka. Do roku 1560 byl zámek sídlem vrchnosti (Páni z Pernštejna), po tomto roce pak na dlouhou dobu centrem správy královského komorního panství; dočasně byl na zámku útulak vysloužilých důstojníků. Po vzniku Československa, roku 1920, koupil zámek od původního majitele barona Richarda Drasche z Wartimberka Muzejní spolek, který zámek spravoval do roku 1952. Do počátku minulého století byl zámek obehnan širokým vodním příkopem, obtékajícím mohutné hliněné valy se zdmi a dělostřeleckými rondely. Třetí brána s erbovní pernstýnskou deskou z roku 1511 byla uzavírána padacím mostem. Vchod do hlavní budovy zdobí renesanční portál z let 1529-1541 a andělíček z roku 1543. Z vnitřní výzdoby zasluhují pozornosti kazetové renesanční stropy a zbytky nástěnné malířské výzdoby. Hlavní zámecký objekt se nachází v dlouhodobé rekonstrukci. V areálu zámku sídlí Východočeské museum, Památkový ústav a Východočeská galerie.

Měšťanské domy na malebném Pernštýnském náměstí a v přilehlých uličkách nesou stopy honosné pozdně gotické výstavby z počátku 16. století v podobě kamenných ostění a portálů a zvláště zbytků malovaných nik v atikových štítech nad původně jednopatrovými domy. Raná renesance zanechala své svědectví na typických obloučkových štítech domů, přestavěných tehdy na dvoupatrové, jakož i ve zbytcích maleb na několika domovních fasádách a především v četných terakotových ostěních. Většina domů ovšem dostala vnější výzdobu při úpravách v době baroka, rokoka, klasicismu, empíru a později. Mezi nimi vyniká proslulá fasáda domu U Jonáše z konce

18. století. Pardubická radnice je historizující přestavbou starších domů, pocházející z let 1892 až 1894. Morový sloup se sochou Panny Marie z roku 1695 ozdobil v roce 1775 Jakub Teplý nákladnou pískovcovou balustrádou, do níž vkomponoval vedle heraldické výzdoby a symbolů českého lva i postavy domácích světců.

Zelená brána představuje dominantu městské památkové rezervace. Svou charakteristickou věž s měděnou střechou získala po velkém požáru města v roce 1538. Jako "Zelená brána" je výslovně zmíněna poprvé roku 1547. Dnes je objekt tvořen vstupní renesanční branou, na jejíž průčelí dali pardubičtí radní v roce 1903 umístit reliéf dle návrhu Mikoláše Alše. Zpodobňuje erbovní pověst pánů z Pardubic, jejichž erb užívají Pardubice jako městský znak. Za vstupní branou se vypíná více než 60 m vysoká věž, která současnou podobu získala mezi lety 1910 - 1912. Věž je v sezóně přístupná a skýtá krásný výhled na městskou památkovou rezervaci a zámek, i na široké okolí včetně hradu Kunětická hora. V prostorách předbrání je instalována výstavka připomínající historii Zelené brány a některých dalších objektů Městské památkové rezervace. Kromě archiválií včetně map, plánů města a historických fotografií si zde můžete prohlédnout i sádrové modely Zelené brány a kostela sv. Bartoloměje. Hodnotnými památkami jsou také kostel sv. Bartoloměje, kostel Zvěstování P. Marie a další kostely na předměstích.

V Pardubicích se pořádá řada sportovních podniků s dlouholetou tradicí a mezinárodním věhlasem. Platí to jak o nejtěžším dostihu evropského kontinentu Velké pardubické steeplechase, tak o plochodrážním závodě o Zlatou přilbu České republiky. K pardubickému sportovnímu dění tradičně patří rovněž tenisové mistrovství republiky juniorů, mezinárodní šachový turnaj Czech Open a špičkový lední hokej. Také moderní Plavecký areál na Olšinkách i nové koupaliště na Cihelně každý rok hostí řadu mezinárodních akcí, k osvěžení slouží pochopitelně i veřejnosti. Vhodná je i zmínka o pravidelných závodech mistrovství světa v motokrosu v nedalekých Holicích. Každoročně se v Pardubicích koná pestrá škála kulturních a společenských akcí od Pardubického hudebního jara přes Folklórní festival až po Městský festival. Působí tu Východočeské divadlo, Komorní filharmonie a řada dalších profesionálních a poloprofesionálních uměleckých souborů. Pardubice jsou rovněž městem univerzitním, kromě vysokého učení zde najdete i řadu středních škol. [28]

Kojice

V Kojicích si návštěvníci můžou prohlédnout kostel sv. Petra a Pavla postavený v letech 1180 až 1190. Je dochováný téměř v původním stavu. [28]

Řečany nad Labem

Obec se může pochlubit románským kostelem sv. Maří Magdalény s apsidou stojící na bývalém pohanském pohřebišti. Roku 1165 jej jako první kostel na Přeloučsku vysvětil pražský biskup Daniel za účasti krále Vladislava II. a jeho manželky Jitky Durynské. [28]

Rybitví

Obec je známá především jako rodiště bratřanců Veverkových, kteří roku 1872 vynalezli ruchadlo. Bývalá kovárna je označena pamětní deskou a oba bratry připomíná muzeum s expozicí a pomník „první brázdy“. [28]

Kladruby nad Labem

Kladruby nad Labem jsou především známé národním hřebčínem s chovem starokladrubských koní. O brzkém osídlení lokality svědčí nález pohřebišť s popelnicemi lužického typu učiněný v blízkosti obce. Roku 1500 Vilém z Pernštejna zde založil oboru pro chov a lov zvěře a hřebčín. Roku 1560 se Kladruby spolu s celým pardubickým panstvím staly majetkem císaře Rudolfa II., který se zasloužil o rozšíření zdejšího chovu koní. Hřebčín, který císařskému a královskému dvoru náležel až do roku 1918, byl vyhlášen za národní kulturní památku. Císař Maxmilián II. nechal v Kladrubech postavit zámek, který sloužil zejména pro ubytování hostů. [28]

Semín

V Semíně je cennou památkou původně románský kostel sv. Jana Křtitele stojící v dominantní poloze nad obcí. Při něm se nachází dřevěná zvonice ze 16. století krytá šindelem, prohlášená za národní kulturní památku. Ve zvonici jsou umístěny dva zvony. Zajímavou stavbou je Semínkový akvadukt, který se nachází na okraji obci. [28]

Přelouč

Západně od Pardubic leží město Přelouč, které patří k nejstarším historicky doloženým místům na Pardubicku. Historické centrum se rozkládá v okolí Masarykova náměstí. Nejstarší historickou památkou ve městě je kostel sv. Jakuba, který na stál v románské podobě již ve 12. a 13. století. Byl několikrát přestavěn, nejvíce jeho vzhled změnila barokní přestavba provedená v 17. století a úpravy z konce 19. století. Před kostelem si návštěvníci města mohou prohlédnout sochu sv. Václava. V západní části náměstí se tyčí morový sloup. Zajímavými památkami v Přelouči je dále evangelický kostel a kostel Navštívení Panny Marie. Městský rybník nabízí návštěvníkům krásné písčité pláže. [28]

Lázně Bohdaneč

Necelých 8 km od Pardubic leží v rybníčné krajině město Lázně Bohdaneč. Údajně zde již ve 12. století stával dřevěný kostelík. Rozvoj města je spojen se jménem Viléma z Pernštejna, který městečkou koupil roku 1491. Ten se zasloužil o vybudování soustavy rybníků v okolí, které byly pro mnoho obyvatel Bohdanče důležitým zdrojem obživy. Roku 1897 zde Jan Veselý založil rašelinné lázně. Od svého založení se lázně značně rozšířily a jejich léčebné domy jsou dnes vzájemně propojeny zatepleným kolonádami. Na náměstí stojí za povšimnutí barokní kostel sv. Máří Magdaleny, který vznikl v letech 1728 až 1737 na místě dvou dřevěných kostelíků. Výraznou dominantou náměstí je i původně renesanční radnice s podloubím. Zajímavou církevní stavbou je hřbitovní kaple sv. Jiří. [28]

Opatovický kanál

Zajímavou technickou památkou Pardubicka je Opatovický kanál, renesanční vodní dílo vybudované v letech 1489 až 1514. Jeho celková délka je 35 km, šířka se pohybuje od 3 do 8 metrů. Střední část kanálu tvoří četné meandry, břehy jsou lemovány dubovým porostem a původně umělý tok se již stal přirozenou součástí krajiny. Dnes slouží k rekreačním a sportovním účelům, celý kanál lze splout na lodi na závěrečný úsek u Semína. [28]

Holice

Ve městě se narodil známý cestovatel Emil Holub, jehož pomník je dílem sochaře Jindřicha Soukupa z roku 1949. Roku 1964 bylo ve městě otevřeno Africké muzeum vystavující sbírky z Holubových cest po Africe a další exponáty. Pamětní desku, vytvořenou roku 1909 sochařem Janem Štursou a původně umístěnou na rodném domě cestovatele, si můžeme prohlédnout v městském muzeu. [28]

Další obce

Mezi další obce, které se můžou pochlubit kulturně – historickými památkami patří na Pardubicku Valy, Sopřeč, Žáravice, Žvanice, Staré Ždánice, Dříteč, Býšť, Kinetice, Opatovice nad Labem, Sezemice, Choltice, Horní Jelení, Veliny, Ostřežím, Dolní Roveň, Dašice, Ráby, Moravany, Slepotice, Uhersko, Svinčany, Svojšice, Turkovice a Zdechovice.

4.9 Pardubice podle významu v cestovním ruchu

Podle kvality územních podmínek se Pardubice zahrnují do třetí kategorie oblastí. Do třetí kategorie se zahrnují oblasti cestovního ruchu s kvalitními přírodními předpoklady představující nižší zastoupení rekreačně vhodných ploch, s užším souborem funkcí a možností celostátního významu a se smíšenou časovou využitelností.

Z hlediska hodnocení sítí sídel ve vazbách a vztazích k cestovnímu ruchu a rekreaci Pardubice patří do městských sídel, která jsou nazývána východiska.

Východiska jsou města širšího významu, dobře vybavená a dostupná, jsou přímým nástupišťem do rekreačních prostorů a ve vztahu k oblastem cestovního ruchu mají funkci oblastních center.

V rámci typologie charakteristiky míst pro cestovní ruch a rekreaci mají Pardubice charakter městského střediska cestovního ruchu, které dále dělíme na středisko obchodně průmyslové a kulturně historické.

Podle rajonizace sídla městského typu ve vztahu k cestovnímu ruchu se zařazují Pardubice do druhé kategorie. Druhá kategorie zahrnuje města s průměrnou úrovní atraktivit a vybavenosti, v návštěvnosti se projevuje výrazné sezónní rozložení.

Na základě stanovení rekreačně vhodných ploch se dále vymezuje využitelnost oblastí cestovního ruchu:

- využitelnost funkční
- využitelnost časová

Funkční využitelnost oblastí cestovního ruchu je v Pardubicích dána souborem základní funkce, kterou tvoří krátkodobá rekreace a specifická funkce, kterou tvoří především kulturní památky a kulturně společenské akce. Časová využitelnost vyjadřuje schopnost zabezpečovat realizaci funkčního využití v průběhu roku.

4.10 Rozvoj cestovního ruchu na Pardubicku

4.10.1 Základní informace o Destinační společnosti Východní Čechy

Destinační společnost Východní Čechy byla založena 4. 1. 2008 jako zájmové sdružení právnických osob s 11 zakládajícími členy. Hlavním cílem je rozvoj destinace na trhu cestovního ruchu.

Projekt Destinační společnosti Východní Čechy pro rozvoj cestovního ruchu nejen na území turistické oblasti Pardubicka, ale i celého Pardubického kraje a regionu Východní Čechy je spolufinancován Evropským fondem pro regionální rozvoj a Pardubickým krajem. Rozvoj spolupráce a partnerství v cestovního ruchu je jedním z hlavních cílů jak zvýšit celkovou úroveň cestovního ruchu na území Pardubicka, v kraji i regionu.

Cílem, kterého chce společnost dosáhnout je koordinace marketingových aktivit, realizace investic a turistických produktů. Řešením je rozvoj nově vznikající moderní Destinační společnosti, která by zajišťovala rozvoj partnerství veřejného a soukromého

sektoru, podporovala marketingovou značku turistického regionu Východní Čechy a jejíž hlavním cílem bude maximálně spokojený zákazník. Tento cíl jistě nebude jednoduchý, ale nejdůležitějším přínosem by měl být zájem našich i zahraničních návštěvníků o turistický potenciál regionu Východní Čechy.

4.10.2 Potenciál území Pardubického kraje

Území Pardubického kraje má výrazné slabiny oproti svým tuzemským konkurentům, protože na území nemá příliš turistických atraktivit národního významu a historicky zde nebyly vybudovány zásadní kapacity turistických služeb.

Cíleným marketingem a koordinací subjektů v rámci Destinační společnosti Východní Čechy je možné tyto slabiny odstranit a vytvořit turistickou nabídku pro nové cílové skupiny, což bude mít dopad na rozvoj cestovního ruchu i v oblasti Pardubicka.

4.11 SWOT analýza

SWOT analýza je metoda, prostřednictvím které je možné určit silné (Strengths) a slabé (Weaknesses) stránky, příležitosti (Opportunities) a hrozby (Threats), spojené s projektem, typem podnikání, opatřením, politikou apod. Tato analýza je užívána především v marketingu, ale také např. při analýze a tvorbě politik. Pomocí SWOT analýzy je možné komplexně vyhodnotit fungování firmy, nalézt problémy nebo nové možnosti růstu. Je součástí strategického (dlouhodobého) plánování společnosti.

Zakladatelem této analýzy je Albert Humphrey, který v 60. a 70. letech realizoval a vedl výzkumný projekt na Stanfordově univerzitě. Při tomto projektu se využily data od 500 nejvýznamnějších amerických společností.

SWOT analýza klasifikuje a hodnotí jednotlivé faktory, které jsou rozděleny do čtyř výše uvedených skupin. Vzájemnou interakcí silných a slabých stránek na jedné straně vůči příležitostem a nebezpečím na straně druhé můžeme získat nové kvalitativní informace, které charakterizují a hodnotí úroveň jejich vzájemného střetu.

Metoda se člení na interní analýzu, do které patří silné a slabé stránky a na externí analýzu zahrnující příležitosti a hrozby.

Při aplikaci SWOT analýzy jsou silné a slabé stránky chápány jako analýza současnosti, možnosti a hrozby jako analýza dalšího vývoje.

Výstupem SWOT analýzy je chování společnosti, která maximalizuje přednosti a příležitosti a minimalizuje nedostatky a hrozby. [29]

SWOT analýzu lze využít jako silný nástroj pro stanovení a optimalizaci strategie firmy nebo zlepšování stávajícího stavu.

Management se může rozhodnout pro tyto možnosti:

1. **MAX- MAX strategie** – maximalizací silných stránek – maximalizovat příležitosti
2. **MIN-MAX strategie** – minimalizací slabých stránek – maximalizovat příležitosti
3. **MAX-MIN strategie** – maximalizací silných stránek – minimalizovat hrozby
4. **MIN-MIN strategie** – minimalizací slabých stránek – minimalizovat hrozby [30]

4.11.1 Zobrazení SWOT analýzy v mřížce

Tabulka 1: Strategie SWOT analýzy

	S - silné stránky	W- slabé stránky
O - příležitosti	<p><i>S-O-Strategie:</i></p> <p>Vývoj nových metod, které jsou vhodné pro rozvoj silných stránek společnosti neboli využití silných stránek k získání výhody.</p>	<p><i>W-O-Strategie:</i></p> <p>Odstranění slabin pro vznik nových příležitostí.</p>

T – hrozby	S-T-Strategie: Použití silných stránek pro zamezení hrozeb.	W-T-Strategie: Vývoj strategií, díky nimž je možné omezit hrozby, ohrožující naše slabé stránky.
-------------------	---	--

Zdroj: <http://cs.wikipedia.org>

4.11.2 SWOT analýza turistické oblasti Pardubicko

SWOT analýza byla zpracována na základě dotazníkového šetření v turistické oblasti Pardubicko, které bylo provedeno v souvislosti s bakalářskou prací, dále na základě vlastní zkušenosti s turistikou oblastí, zjištěných informací v Destinační společnosti Východní Čechy a na webových stránkách Českého statistického úřadu.

Dotazníkové šetření

Smyslem dotazníkového šetření v bakalářské práci bylo zjištění preferencí návštěvníků v turistické oblasti Pardubicko. Z vyhodnocených dotazníků, kterými jsem oslovila sto respondentů v letních měsících roku 2006 v turistické oblasti Pardubicko, vyplývá několik závěrů:

Vybrané otázky a hodnocení vztahující se k diplomové práci:

➤ **Otázka č. 1 – Jakým způsobem jste se dopravil/a do turistické oblasti Pardubicko?**

Nejvíce respondentů se do Pardubicka dopravilo osobním automobilem, dále vlakem a autobusem. Díky poloze v rovinatém Polabí a na základě odpovědí respondentů má Pardubicko příznivé podmínky pro provozování cyklistiky a to jak rekreační, tak jako alternativní způsob dopravy na kratší vzdálenosti.

➤ **Otázka č. 2 – Vyskytl se nějakým problémem během cesty?**

U téměř ¾ respondentů se nevyskytl žádný problém během cesty.

➤ **Otázka č. 3 – Jaký problém se během cesty vyskytl?**

Většina dotázaných neměla problémy během cesty. Objevily se problémy se zaparkováním auta, ani dopravní dostupnost a navigační systém zejména podle odpovědí respondentů není ideální. Ve městě sice existuje navigační systém tvořený směrovkami a piktogramy, ale je spíše určený pro pěší. Tento systém rozhodně není vyhovující. Směrovek je nedostatečné množství, jsou nepřehledné a nejsou vhodně rozmístěny.

➤ **Otázka č. 4 – Navštívil/a jste turistickou oblast Pardubicko již někdy dříve?**

Převaha respondentů navštívila zejména město Pardubice již dříve.

➤ **Otázka č. 5 – Mohl/a byste uvést důvod Vaší návštěvy?**

Pardubice jsou kulturním centrem regionu a jsou mimo jiné známé jako město sportu. O těchto dvou přívlastcích města svědčí i odpovědi respondentů. Hlavním důvodem návštěvy dotázaných je kultura včetně pravidelných kulturních a společenských akcí. Převážnou část důvodů návštěvy města a okolí tvoří také rekreace a sport. Dopad sportovních akcí na rozvoj cestovního ruchu je značně omezen tím, že návštěvníci přijedou do města pouze na konkrétní událost a nic je neláká do centra do města, kde by využívali další služby. Souvisí to jednak s omezenou ubytovací kapacitou, dále s chybějící nabídkou navazujících kulturních a společenských akcí probíhajících v centru města v době konání např. Velké Pardubické, ale také s nízkou informovaností návštěvníků. Dalším důvodem návštěvy byly obchod a nákupy. Z rozhovoru s dotázanými vyplynulo, že možnosti nakupování v Pardubicích jsou rozhodně bohaté. Přesto samotný příliv lidí do Pardubic za nákupy do nákupních center nemusí mít téměř žádný pozitivní dopad pro město, pokud není vhodným způsobem podporován delší pobyt nakupujících ve městě a využití většího množství služeb.

➤ **Otázka č. 6 – S kým zde jste?**

Téměř všichni respondenti cestují, navštěvují Pardubice a okolí v doprovodu. Nejvíce cestují s rodinou, partnerem a přáteli. S kolegy ze zaměstnání cestují všichni dotázaní za účelem obchodu.

➤ **Otázka č. 7 – Jste zde ubytována?**

Téměř 40 respondentů ze 100 bylo v době dotazování ubytováno v Pardubicích až na čtyři turisty, kteří se ubytovali v blízkosti Pardubic.

➤ **Otázka č. 8 – Kde jste ubytován/a?**

Z odpovědí dotázaných vyplývá, že čtyři turisté kempovali v autokempu Marin v Mělicích u Přelouče. Většina ubytovaných upřednostňuje hotel a penzion. Další 4 návštěvníci byli ubytováni u známých a jenom 2 mototuristé se ubytovali v motelu Hana v Ostřetíně.

➤ **Otázka č. 9 – Jak dlouhý je Váš pobyt?**

Odpovědi respondentů nás ujišťují o jedné ze slabých stránek turistické oblasti Pardubicka a tím je krátká doba strávená návštěvníky. Zahraniční turisté pobývají zejména v Pardubicích nejvíce 5 až 7 dní, ale Čech na Pardubicku tvoří převážně výletníka nebo víkendového turistu.

➤ **Otázka č. 10 – Jakým způsobem se zde stravujete?**

Většina respondentů využívá kombinace stravování vlastního a stravování v restauračních zařízeních.

➤ **Otázka č. 11 – Uvažujete někdy o opakované návštěvě Pardubicka?**

Převaha dotázaných uvažuje o opakované návštěvě Pardubicka.

➤ **Otázka č. 12 – Vyskytla se nějaká služba, kterou zde postrádáte?**

Na tuto otázku převážná část odpověděla ne, přesto se postradatelné služby objevily.

➤ **Otázka č. 13 – Jakou službu postrádáte?**

Jednou z postradatelných služeb v turistické oblasti Pardubicko je nedostatek významných výstav, veletrhů a s tím je spojen i nedostatek akcí kongresového typu. Kongresový cestovní ruch je obecně v destinacích významným zdrojem příjmů. Je spojen s pořádáním veletrhů, výstav a konferencí, vyžaduje tedy kapacity jak konferenční, ubytovací tak i další navazující služby. Vzhledem k tomu, že Pardubice jsou krajským městem, centrem významné průmyslové oblasti, městem univerzitním, nacházejí se zde výzkumná pracoviště, kulturní instituce a je tu provozován sport na špičkové úrovni, potenciál pro rozvoj cestovního ruchu nepochybně mají, přesto vybavení materiálně technickou základnou podmiňující rozvoj kongresového cestovního ruchu je v Pardubicích nedostatečné. Dotazování za nedostatek služeb považují i atrakce pro děti a veřejné záchody.

Oslovených bylo 58 žen a 42 mužů. Většina respondentů byla ve věku 30 až 49 let se středoškolským vzděláním. Převaha respondentů pocházela z Pardubického kraje, Královeshradeckého kraje a na třetím místě byla zastoupena Vysočina.

Tabulka 2: SWOT analýza turistické oblasti Pardubicko

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> - výhodná geografická poloha - krajina vhodná pro cykloturistiku a hippoturistiku, agroturistiku - potenciál pro rozvoj kongresové turistiky - bohatá a zajímavá historie města Pardubice - atraktivní městská památková rezervace v Pardubicích - zajímavé cíle výletů v blízkosti města - kulturní a společenské vyžití - podpora kulturního života ze strany města Pardubice - významné sportovní akce a utkání - tradice jezdeckého sportu - tradice letectví - mezinárodní železniční koridor - mezinárodní letiště Pardubice - restaurační a výletní loď Arnošt - tradiční asociace spojené s Pardubicemi - perník, Velká pardubická, hokej 	<ul style="list-style-type: none"> - ekologická zátěž ve městě Pardubice - tradiční image města Pardubice jako znečištěné průmyslové oblasti - nedostatek kulturních a společenských akcí mezinárodního a nadregionálního významu - nedostatek významných výstav, veletrhů a akcí kongresového typu - nedostatek parkovacích míst v době konání velkých akcí - nevhodná skladba ubytovacích zařízení - nedostatek ubytovacích kapacit - nedostatek služeb pro cyklisty - krátká doba strávená návštěvníky - často kritizovaný informační a navigační systém ve městě Pardubice - nízká informovanost za hranicemi kraje

Příležitosti	Ohrožení
<ul style="list-style-type: none"> - vývojové trendy na trhu cestovního ruchu - rostoucí role internetu při získávání informací pro dovolenou - rozvoj aktivit destinačního managementu - rozvoj cestovního ruchu - aktivity Destinační společnosti Východní Čechy - prodloužení doby pobytu 	<ul style="list-style-type: none"> - zvyšování nároků na provoz stravovacích zařízení - vysoká úroveň konkurence na trhu cestovního ruchu - faktory negativně ovlivňující rozvoj CR obecně (terorismus, přírodní katastrofy)

Zdroj: vlastní zpracování

4.11.3 Závěry SWOT analýzy a výběr produktu

Ze SWOT analýzy vyplývá, že turistická oblast Pardubicko nabízí nejen velký počet turistických cílů a atraktivit, ale také má potenciál pro rozvoj cykloturistiky, agroturistiky a kongresové turistiky, přesto Pardubický kraj patří v oblasti cestovního ruchu k nejméně navštěvovaným krajům v České republice.

Důvodem skutečnosti o nepopulárnosti Pardubického kraje je tradiční image města Pardubice jako znečištěné průmyslové oblasti, dále to může být nevhodná nebo příliš malá informovanost o atraktivitě kraje za jeho hranicemi či v zahraničí, nerozvinutá dopravní infrastruktura včetně chybějícího parkování. Mezi další důvody patří nedostatek kvalitních ubytovacích zařízení, absence kapacit pro kongresy a levnějších turistických hotelů a penzionů nabízející kvalitu obvyklou v evropských zemích za přiměřenou cenu.

Mnoho návštěvníků Pardubicka si spojuje Pardubice nejen s dostihovými závody Velké pardubické a hokejem, ale také zejména s Pardubickým perníkem, který je v Česku nejznámější. Bohužel smutné je, že tradice perníku není v Pardubicích příliš rozvíjena, přitom historie výroby perníku sahá až do 16. století. Oživením

Pardubickému perníku je Perníkové hejtmanství se sídlem v Perníkové chaloupce v regionu Kunětické hory. Perníková chaloupka sloužící jako výletní místo pro všechny, co dosud nepřestali věřit na pohádky má pestrou nabídku pohádkových expozic a je stále v rozvoji.

Po zhodnocení SWOT analýzy je vhodné použít strategii S-O spočívající ve využití silné stránky pro novou příležitost. Pro strategii S-O jsem se rozhodla z důvodu převahy silných stránek SWOT analýzy, které mohou získat výhodu, která je bezesporu pro turistickou oblast Pardubicka důležitá. Konkrétně navrhuji využít silnou stránku - tradici perníku pro získání nové příležitosti, kterou je rozvoj cestovního ruchu, jenž bude spočívat v rozvoji vybraného produktu - Perníkové chaloupky.

Rozvoj Perníkové chaloupky se tedy stal impulsem a hlavním důvodem pro zpracování mé diplomové práce po zhodnocení turistické oblasti Pardubicka. Tato volba by měla být přínosem pro přilákání dalších potenciálních návštěvníků.

5 PARDUBICKÝ PERNÍK

5.1 Historie Pardubického perníku

Historie Pardubického perníku je doložena materiálem Východočeského muzea Pardubice, který popisuje počátky výroby perníku v Pardubicích.

První zmínky o výrobě perníku zasahují do 16. století. První perníkař existoval podle archivních pramenů v roce 1515. Cech perníkářů vznikl už v době Viléma z Pernštejna. Až v roce 1759 rakouská císařovna Marie Terezie odsouhlasila právo vyrábět perník. Na přelomu 19. a 20. století byly založeny továrny a výrobní perníku a od té doby probíhala výroba perníku ve velkém. Období rozkvětu začalo ve 20. století. V této době průmyslová výroba doplnila řemeslnou výrobu a to v první polovině 20. století v pardubických firmách Kapo, Melartos, Jehar a ve druhé polovině 20. století v pardubických firmách Východočeské pekárny a cukrárny Pardubice, Kapo, Melartos - Čokoládovny, Pepa, Jiba a Godfein CZ. Ke konci dvacátého století byla řemeslná výroba realizována zejména ve firmách Novotný, Jaja a Janoš.

V Pardubicích dlouhá léta pracovali a byli vychováváni odborníci znající výrobu Pardubického perníku. Tito odborníci předávali duševní vlastnictví dalším následovníkům.

K dovednostem odborníků se zahrnují i motivy, kterými se zdobí Pardubický perník. Motivy a technika zdobení Pardubického perníku nejsou nikde vyučovány a jsou předávány pouze při praxi. [32]

5.2 Charakteristika Pardubického perníku

Pardubický perník je sladké pečivo tmavě hnědé barvy. Původní receptura byla složena

z medu, mouky a pepře. Od pepře z původního slova peprník pochází název perník. Nejčastějším zhotoveným motivem z těsta je perníkové srdce. Pardubický perník je vyráběn velmi kvalitě, jelikož je vyvážen na velké vzdálenosti. Kvalitní trvanlivost je zajištěna velkým podílem koření a též tvrdostí a suchostí. Každý pardubický perník je ručně zdobený originál. Perníky jsou zdobeny barevnou cukrovou polevou nebo čokoládou a cukrářky.

Povinností výrobců je provádět činnost v souladu s platnou legislativou ČR, resp. EU pro výrobu potravin. Základním právním předpisem je zákon č. 110/1997 Sb. O potravinách a tabákových výrobcích. Výroba je podrobena státnímu dozoru prostřednictvím Státní zemědělské a potravinářské inspekce (včetně kontroly dodržování specifikace) a vnitřnímu kontrolnímu mechanismu HACCP (systém kritických bodů), který je ze zákona povinný.

Perník není čerstvým pekařským výrobkem, a proto je vkládán do obalu již u výrobce a opatřen danými předpisy, zejména názvem, hmotností, složením a identifikací výrobce.

5.2.1 Výroba Pardubického perníku

Pardubický perník je vyráběn z pšeničné mouky, cukru, vaječného obsahu, včelího medu, ovocných džemů, rostlinných tuků, kakaa, směsi perníkového koření (skořice, koriandr, hřebíček, anýz, nové koření) a kypřidel.

Je zhotoven ve dvou variantách:

1) Plněný sendvičový výrobek – je vyrobený spojením dvou korpusů z perníkového těsta ovocnou náplní či tukovou náplní nebo jako korpus plněný ovocnými náplněmi či tukovými náplněmi. Výrobky jsou potaženy tukovou, cukrovou, případně čokoládou polevou.

2) Jako figurální perník – je vyráběn vykračováním, vypichováním dvourozměrných motivů (srdce, postavy chlapců či dívek v lidových krojích, koně, jezdcí na koních, zvonky, vánoční stromky, auta, lokomotiv, čtyřlístky, podkovy, kraslice, betlémy, vánoční motivy) nebo trojrozměrných tvarů (chaloupky, sáně, knihy, různá zvířata,

pantoflíčky, betlémy, košíčky, vánoční stromky) z perníkového těsta, který je potažen cukrovou či tukovou polevou, případně nepotahován a poté je ručně zdoben cukrovou, nebo tukovou polevou.

5.2.2 Ochranná známka Pardubického perníku

Pardubický perník se od 27. února 2008 může pochlubit ochrannou známkou Evropské komise, což znamená, že má konkurenční výhodu oproti jiným výrobcům perníků a nejrůznějších napodobenin. Ochranná známka perníku zaručuje, že ho nikdo nesmí napodobit.

5.2.3 Zeměpisná oblast původu Pardubického perníku

Zeměpisná oblast výroby Pardubického perníku je vymezena katastrálním územím města Pardubice a katastrálním územím obce Spojil. [32]

6 LOKALIZACE PERNÍKOVÉ CHALOUPKY

6.1 Region Kunětické hory

Perníková chaloupka se nachází v regionu Kunětické hory, který je tvořen rovinnou krajinou a má předpoklady pro relaxační činnosti. Mezi tyto činnosti patří především běh, jízda na in-line bruslích, kolech, projížďky na koních, přírodní koupání, rybaření a golf. Návštěvníci mohou v jednotlivých obcích tohoto regionu také zhlédnout zajímavé architektonické stavby. [33]

6.1.1 Občanské sdružení MAS Region Kunětické hory

Občanské sdružení MAS (místní akční skupina) Region Kunětické hory bylo založeno v roce 2005 a má kontaktní adresu v Perníkové chaloupce 38. Jeho cílem je koordinace a realizace rozvojových akcí na území regionu. Projekty jsou založené na metodě LEADER. Tato metoda spočívá ve spolupráci všech subjektů v daném území (veřejných, neziskových, podnikatelských) formou komunitního plánování, které představuje tvorbu a realizaci projektů na základě spolupráce zástupců všech subjektů.

MAS Region Kunětické hory se nachází na území okresu Pardubice. Zahrnuje území dvou sousedících svazků (Pod Kunětickou horou a Loučná) a je venkovskou oblastí v dosahu krajského města Pardubice.

Svazek obcí pod Kunětickou horou je tvořen 16 členskými obcemi v severní části okresu Pardubice. Svazek obcí Loučná sdružuje celkem 11 obcí. Tyto svazky vznikly v roce 2002 a věnují se zejména společným akcím v oblasti udržitelného rozvoje venkova, cestovního ruchu a propagace regionu. [33]

Zájmové oblasti

- zlepšení kvality života ve venkovských oblastech

- péče o přirozený ráz venkova a venkovského sídla
- posílení místního ekonomického prostředí
- zhodnocení místní produkce
- tvorba systému podpory tradičních řemesel, výrobků, služeb
- péče a ochrana krajiny a životního prostředí
- zachování tradic a obnova kulturního dědictví
- podpora nových činností v zemědělství ve spolupráci s rozvojem v oblasti cestovního ruchu [33]

Organizační struktura

Základem rozhodovací skupiny je místní akční skupina složená ze zástupců obcí, firem, zemědělských podniků, spolků a zájmových organizací.

➤ Valná hromada

Valná hromada schvaluje výběr projektů předložených Představenstvem.

➤ Představenstvo = programový výbor

Programový výbor realizuje organizační, technické, správní, právní finanční a další schválení výběrů produktů Výběrovou komisí a schválený výběr předává ke schválení Valné hromadě, případně neschválený projekt vrací zpět Výběrové komisi s připomínkami.

➤ Výběrová komise

Výběrová komise třídí, hodnotí a vybírá projekty, které předkládají žadatelé a tyto výběry projektů předkládá Představenstvu.

➤ Sekretariát MAS

Sekretariát MAS se nachází ve Vzdělávacím a informačním centru Ráby 151. Ke službám sekretariátu patří zejména zpracování podkladů a databází, zajištění toku informací, poradenský servis pro členy, poskytování informací o funkci MAS,

administrace činnosti a projektů MAS. Tyto služby jsou členům MAS přístupné každou první středu v měsíci 10-16 hod. [33]

Příklad členů MAS Region Kunětické hory

Kam na Pardubicku, s.r.o.

Kam na Pardubicku, s.r.o. je firma zaměřující se na oblast cestovního ruchu. Ředitelem firmy je Luděk Šorm, který provozuje Muzeum perníku v Perníkové chaloupce v obci Ráby. Firma provozuje dále předprodej vstupenek na celorepublikové kulturní a sportovní akce, poskytuje služby v rámci prezentačního a rezervačního systému Doménová koule a zajišťuje půjčovnu jízdních kol.

Svazek obcí pod Kunětickou horou

Svazek obcí pod Kunětickou horou sdružuje 16 obcí, mezi něž patří Borek, Bukovina nad Labem, Čeperka, Dříteč, Hrobice, Kunětice, Libišany, Němčice, Opatovice nad Labem, Podůlšany, Ráby, Srch, Staré Hradiště, Staré Ždánice, Stěblová, Újezd u Sezemic.

Svazek obcí Loučná

Svazek obcí Loučná zahrnuje 11 obcí: Časy, Dašice, Choteč, Kostěnice, Lány u Dašic, Moravany, Rokytno, Sezemice, Slepovice, Spojil, Úhřetická Lhota.

Apolenka

Apolenka je nezisková organizace, která působí v oblasti hiporehabilitace. Organizace provozuje stejnojmenné centrum v obci Spojil a rekonstruuje objekty bývalého zemědělského družstva. Apolenka dále chová koně a domácí zvířata pro hospodářské a hiporehabilitační účely.

Myslivecké sdružení Choteč - Časy

Občanské sdružení zajišťuje péči o lesní zvěř a spolupracuje v oblasti ochrany a zachování životního prostředí. Do činností sdružení je zahrnuta výsadba lesních porostů a výstavba mysliveckých zařízení. Součástí činností jsou také propagační akce.
[33]

Partneři MAS Region Kunětické hory

CHKO Železné hory

Vzhledem k tomu, že zájmové území přesahuje do CHKO Železných hor se zástupci CHKO účastní jednání MAS. Jako spolupracující odborní poradci se účastnili zpracování Strategie. V budoucnu budou konzultovat veškeré projekty, které se budou zpracovávat.

Agrovenkov, o.p.s.

Krajské informační středisko pro rozvoj zemědělství a venkova Pardubického kraje zajišťuje ve spolupráci s MAS koordinaci informací do regionu. Také je přímým informačním kanálem zejména pro osoby podnikající v oboru zemědělské výroby.

Krajský úřad Pardubického kraje

Krajský úřad Pardubického kraje, odbor zemědělství a rozvoj venkova, dle svých možností poskytuje informační a finanční podporu na realizaci projektů v oblasti rozvoje venkova.

Spolupracující MAS Region Kunětické hory

S představiteli spolupracující MAS RKH pracují představitelé MAS externě na základě výměny informací, zkušeností a dovedností. Spolupráce se zajímá o společné postupy, rozvoj a funkce MAS.

Spolupracující MAS Pošumaví

S představiteli spolupracující MAS Pošumaví realizují své záměry představitelé MAS ŽR externě prostřednictvím výměny informací, dovedností a zkušeností.

Spolupracující MAS Strážnicko

S představiteli spolupracující MAS Strážnicko pracují představitelé MAS ŽR externě pomocí výměny informací, dovedností a zkušeností. [33]

6.1.2 Cestovní ruch regionu Kunětické hory

1) Svazek obcí pod Kunětickou horou

Atraktivita kulturně-společenského charakteru

Kunětická hora

Mohutný pozdně gotický hrad na Kunětické hoře tvoří impozantní dominantu a symbol zdejšího kraje. Třetihorní znělcová vyvřelina sahá do výšky 82 m nad okolním terénem a její strategické polohy využil Diviš Bořek z Miletína, který zde v letech 1421 až 1423 vystavěl husitský hrad. Z dalších majitelů stojí za zmínku Vilém z Pernštejna, který jej přestavěl na dvouvěžový hrad v pozdně gotickém slohu s prvky rané renesance. Z této doby se dochovala jen jihovýchodní válcová věž nazývaná Černá nebo Čertova, která je součástí paláce a z níž je výborný rozhled do okolí.

Hrad i horu dříve ničila intenzivní lomová těžba kamene, neboť v širokém okolí nebyl žádný významnější zdroj kameniva. Teprve počátkem 20. století byla těžba na poslední chvíli zastavena, ale to již byla západní a jihozápadní část hradu zničena. Nicméně dnes patří hrad na Kunětické hoře k národním kulturním památkám a návštěvníci mají možnost si ji s odborným doprovodem prohlédnout a dozvědět se o historii a funkcích jednotlivých částí hradu a jeho širšího okolí.

Místní lidé se nevydávají na Kunětickou horu, ale na "Kuňku". Tak zní zkrácené a důvěrné oslovení hradu. Kunětická hora je zajímavým cílem, s úžasným výhledem

z Černé věže - vidíme odtud i Orlické hory a Krkonoše. Výlet na Kunětickou horou je spíš nenáročnou vycházkou, která představuje kousíček kraje pod hradem. Vytrvalejší mohou putování natáhnout - turistické značky vedou až k Zámečku v Pardubicích, podél labské navigace a jednoho ze slepých ramen. [40]

Dostupnost

- z obcí a měst Kunědice, Němčice, Ráby a z dvou aglomerací Hradce Králové a Pardubic

Areál státního hradu Kunětická hora

- velký střelecký den - SHŠ Corporal (výstava a praktické ukázky palných zbraní od husitství až po II. světovou válku)
- prohlídka národní kulturní památky státního hradu Kunětická hora

V podhradí u Restaurace pod Kunětickou horou

- westernové rodeo
- ježdění na koni pro veřejnost
- obora s vysokou zvěří a nově i se 2 zubry
- staročeská stodola
- hotová jídla, minutky a gastronomické speciality

Přírodní a krajinářské pozoruhodnosti

- ukázky teplomilné květeny na skalnatých srázech Kunětické hory
- z hradní věže za jasného počasí se nabízejí rozhledy na Krkonoše, Orlické hory i Králický Sněžník

Ráby

V obci Ráby ležící u paty Kunětické hory se nachází pohádkový areál s Perníkovou chaloupkou a v ní unikátní Muzeum perníků. Historické počátky obce patří do roku 1777, kdy na návrh F. A. Raaba byly pozemky poplužního dvora Podhůří rozděleny mezi poddané a byla založena experimentální kolonizační vesnice Ráby. Dominantou

v centru obce je kaple sv. Jana Nepomuckého se zvoničkou, jenž spolu s křížem tvoří jednotnou kompozici. Obě památky pochází z roku 1821. Přilehlý les renesančního zámečku z roku 1863 byl dříve parkem a tvoří jej převážně cizokrajné dřeviny. Prohlídku okolí lze také absolvovat na koni.

Kunětice

Dominantou Kunětic je kostel sv. Bartoloměje. Po stranách kostelní lodi je část dochovaných fresek z dob Karla IV. Po požáru roku 1794 byl kostel novogoticky restaurován roku 1897 Fr. Schmoranzem.

Opatovice nad Labem

Dominantou obce je kostel sv. Vavřince. Mezi významné památky patří též socha sv. Jana Nepomuckého před mlýnem, sv. P. Marie, sochy sv. Josefa a sv. Václava. [35]

Atraktivita přírodního charakteru

Hrozná

Přírodní památka leží na pravém břehu Labe v blízkosti obce Opatovice nad Labem. Tvoří ukázkou přirozených společenstev živočichů a rostlin v Polabí.

Libišanské louky

Libišanské louky jsou známou botanickou lokalitou a tvoří je chráněné slatinné louky a rákosiny.

Písník u Opatovic

Písník u Opatovic láká návštěvníky regionu poslední chráněnou lokalitou sysla obecného ve východních Čechách.

Tůň u Hrobic

Přírodní památka leží na pravém břehu Labe mezi elektrárnou Opatovice a obcí Hrobice. Labské rameno představuje zbytek polabské krajiny.

Kunětická hora

Kunětická hora patří k nejdále vystupujícím vulkanickým tělesům třetihorního stáří v Českém masivu. Nachází se zde nálezy vzácných minerálů. Hora nebyla nikdy sopkou. [35]

Technické památky

Kunětice

V Kuněticích mohou návštěvníci regionu spatřit vojenský most přes řeku Labe, který byl postaven v roce 1947.

Němčice

V této obci představuje technickou památku Obloukový most z roku 1934.

Opatovický kanál

Kanál byl vybudován Pernštejny v letech 1498 až 1514. Délka kanálu je 32,7 m a šířka je od 1,5 do 15 m. Kanál je dílem ranné renesance. Zachovalé mosty mohou návštěvníci obdivovat v Opatovicích nad Labem a Starých Ždánicích.

Srch

Obec Srch se může pochlubit renesanční Vodárnou, která pochází z roku 1515 a postavili ji páni z Pernštějna. Ze studny byla voda odváděna dřevěným potrubím do kašny na pardubické náměstí a do zámku. [35]

Zajímavé aktivity v regionu

Agroturistika a jezdecké areály

- *Veřejná jízdarna Zlatá podkova v Rábech* zajišťuje projížďky na koních v okolí Kunětické hory. Se svými koňmi také zajišťuje společenské akce v regionu.

Podnikatelské aktivity

- *Kam na Pardubicku, s. r. o.* – firma provozuje Muzeum perníku v Rábech. Objekt muzea se nachází v Perníkové chaloupce.
- *GREENGOLF Pardubice, a. s.* – GolfResort Kunětická hora je dynamicky se rozvíjející areál golfového hřiště zahrnující zázemí pro sport, ubytování, relaxaci a kongresovou turistiku. [35]

2) Svazek obcí Loučná

Atraktivita kulturně-společenského charakteru

Dašice

Jádro města tvoří náměstí T. G. Masaryka, které je lemováno měšťanskými domy z přelomu 18. a 19. století. Dašice se mohou pochlubit zajímavými stavebními památkami, kterými je kostel Narození P. Marie, novorenesanční objekt vodního mlýna, třemi plastikami sv. Václava, sv. Barbory a sv. Norberta. Střed města je od roku 1990 městskou památkovou rezervací. [36]

Sezemice

Zachovanou památkou je v Sezemících kostel Nejsvětější Trojice. Obec je také přitažlivá dřevěnou osmibodovou zvonící blízko kostela a několika krásnými domovními štíty ve stylu selského baroka. [33]

Moravany

V Moravanech se nachází barokní kostel sv. Petra a Pavla z roku 1782. [33]

Slepotice

Ve Slepotiscích jsou v kostelní zdi kostela Povýšení Svatého Kříže zasazeny pískovcové náhrobky rytířů ze Slepotic ze 16. století. [33]

Zajímavé aktivity v regionu

Agroturistika a jezdecké areály

- *OS Apolenka* – centrum pro hiporehabilitaci a agroturistiku je neziskovou organizací provozující areál v obci Spojil. Nabízí služby hiporehabilitace, výuku a vyjížděky na koních. Centrum se také zabývá volnočasovými aktivitami pro mládež. [33]

6.1.3 Spolupráce MAS Region Kunětické hory s Perníkovou chaloupkou

MAS Region Kunětické hory spolupracuje se zakladateli Muzea perníku nacházejícího se v Perníkové chaloupce a Perníkového hejtmanství, jehož hranice korespondují s hranicemi Pardubického kraje. Tato spolupráce spočívá v prezentaci regionu, jako regionu perníku. Rozvoj regionu Kunětické hory v oblasti cestovního ruchu, který se týká zejména rozšíření a zkvalitnění nabídky jeho produktů je zároveň spojen s restrukturalizací zemědělství, ochranou přírody, separací odpadů, ekologickou výchovou, obnovou přirozených center obcí v souvislosti s novou výstavbou a návratem k tradičním životním hodnotám a jejich formám. [33]

7 PERNÍKOVÁ CHALOUPKA

7.1 Charakteristika Perníkové chaloupky v Perníkovém hejtmanství

Perníková chaloupka byla původně Loveckým zámečkem z roku 1882. Autorem myšlenky Perníkové chaloupky a tedy i zakladatelem a majitelem je pan Luděk Šorm. Letos zahájila Perníková chaloupka sedmou sezónu svého působení. Muzeum perníku a celá Perníková chaloupka jsou provozovány bez příspěvků z veřejných zdrojů. Hlavní zdrojem rozvoje jsou návštěvníci nakupující perníčky, vstupenky a využívající služby Perníkové chaloupky.

V Perníkové chaloupce se nachází sídlo Úřadu správy Perníkového hejtmanství, což je obchodní pojmenování pro region. Lákadlem pro návštěvníky je celoroční provoz Muzea perníku a pohádek "Perníková chaloupka" s turistickými službami pro ty nejmenší i pro rodiče.

Název "Perníková chaloupka" při označování výrobků, zboží a služeb je registrovanou ochrannou známkou společnosti Kam na Pardubicku s.r.o., IČO: 62027361, DIČ: 248-62027361, zaps.v OR HK odd.C-6945. [32]

7.1.1 Vstupné

V Perníkové chaloupce si návštěvníci platí vstupné, kterému se pohádkově říká PERNÍKOVNÉ. Vstupné v současnosti činí 50 Kč/osoba bez ohledu na věk. Každý návštěvník obdrží k prohlídce Perníkové chaloupce jeden kousek medového perníku. [32]

7.1.2 Provozní doba

Provozní doba je denně od 9 do 17 hodin, kromě mezery od ledna do února, kdy se instalují nové expozice.

Provozní dobu je možno upravit ve všední dny v období školního roku, přičemž se doporučuje objednat přes telefon. [32]

7.2 Struktura nabídky

7.2.1 Expozice

Muzeum perníku s expozicí „Perníkov“

Muzeum perníku zahrnuje více než tisíc perníků z různých koutů republiky a je prvotním záměrem Perníkové chaloupky. V Muzeu perníku začíná prohlídka Perníkové chaloupky vyprávěním, které je přizpůsobeno skupině návštěvníků. Vyprávění mohou být zaměřena na vznik a další osudy Lovčeho zámečku z roku 1882, historii perníkářského řemesla a Pardubického perníku nebo na pohádku o Perníkové chaloupce. Pohádka o Perníkové chaloupce je pojata netradičním způsobem, ale jistě pro posluchače zajímavým. V pohádce je kladen důraz na Mařenku a Jeníčka jako na neposlušné děti, které okrádají starou stařenku, která peče perníčky.

Prohlídka Perníkové chaloupky zahrnuje návštěvu strašidelného pohádkového lesa, kde si každý návštěvník může vyzkoušet, jaké to bylo, když Jeníček s Mařenkou šli k perníkové chaloupce. Dále návštěvníci poznají atmosféru pekla a nebíčka a mohou zhlédnout spící zakletou princeznu či vězení pro zloděje perníku s prstovým tlustoměrem. Na konci prohlídky obdrží návštěvníci perníček zdarma.

Domečku, otoč se!

Exponát „Domečku, otoč se!“ připomíná pohádku o Mrazíkovi podobou chaloupky na kuří nožce. Kolem chaloupky je kolotoč, který mohou po dohodě s provozovatelem využít děti i dospělí.

Ohniště pro 12 měsíčků

Ohniště je obklopeno 12 pařezy v podobě židlí a návštěvníci si zde opět po dohodě mohou opéci buřtíky.

Vyhlídku na Smolíčkova jelena

Vyhlídku je provedena formou lavičky, kde mohou děti i dospělí strávit chvíli oddechu s výhledem na jelena, který je původní součástí architektury tzv. Lovčích zámečku z roku 1882.

13. komnata (klenotnice)

Perníková chaloupka v sobě skrývá třináctou komnatu (klenotnici) z dob Lovčích zámečku (1882) barona Richarda von Drasche, majitele nedalekého hradu Kunětická hora. K vidění jsou zde královské korunovační klenoty, zlatá jablka, kniha, perly a obřadní předměty neznámého původu a nejasného stáří.

7.2.2 Další expozice

K dalším expozicím, které jsou součástí areálu Perníkové chaloupky patří sáně pro Mrazíka, úl pro včelku Máju a perníkářská dílna Ježibaby. [32]

7.2.3 Slavnosti 2009

Oslava úředních hodin paní Ježibaby

Myšlenka oslavy úředních narozenin paní Ježibaby vznikl jako poděkování veřejnosti za zájem a podporu v době nucené administrativní přestávky při opožděné kolaudaci 126 let staré budovy, jež byla v minulosti užívána bez ověřené stavební dokumentace jako Lovčí zámeček, Penzion pod Kunětickou horou, Zednické učiliště, Domov důchodců a naposledy ke kulturním, vzdělávacím, zábavním, léčebným a stravovacím účelům Ústavu sociální péče pro mentálně postižené děti.

Velikonoce v Perníkové chaloupce

V Perníkové chaloupce si návštěvníci na Velikonoce mohou prohlédnout lidové obyčeje, ukázky zdobených kraslic, perníčků, pletených slepiček atd.

Slet čarodějnic u Perníkové chaloupky

Oslavy čarodějnic zahrnují soutěž o titul Malá čarodějnice a soutěž o titul Ježibaba roku. Hlavní cenou pro nejlepší Malou čarodějnici je perníková chaloupka i s pozemkem a s výpisem z Katastru perníkových nemovitostí, vítězka titulu Ježibaba získá jako hlavní cenu zlaté koště. Do soutěže se mohou přihlásit všechny ježibaby jakéhokoliv věku a pohlaví. Do soutěžních disciplín patří let zručnosti na koštěti, poznávání čarodějných lektvarů, znalost zaříkadel, soutěž ve hbitosti jazyka, volná disciplína, tanec s koštětem a módní přehlídka v kostýmech.

Setkání Jeníčků a Mařenek u Perníkové chaloupky

Tato slavnost se koná každoročně ve svátek Mistra Jana Husa. Slavnost se týká setkání Jeníčků a Mařenek. Nositelé jmen Jan a Marie se mohou zapsat do Perníkové matriky a zúčastnit se o překonání českého, evropského a světového rekordu (v disciplíně „největší setkání Jeníčků a Mařenek“).

Celodenní program se snaží přiblížit život v některých obcích regionu pod Kunětickou horou. V roce 2008 bylo součástí celodenního programu veselé kreslení Jana Honzy Lušovského, kvartet lesních rohů Jana Šustry, moderování Marie

Schillerové, turnaj o cenu Jana Bechera, film Tři veteráni Jana Wericha v útulně U všech čertů, skupinu historického šermu REGO s fraškou "Vo Honzovi pohádka", divadlo Ahoj z Chrudimi a tradiční jarmark.

Sousedské slavnosti připravuje agentura KAM NA PARDUBICKU s.r.o. ve spolupráci s MAS Region Kunětická hora, o.s., městem Sezemice, obcemi Dříteč, Rokytno a Staré Ždánice, za podpory Českého rozhlasu Pardubice a artkina Central Hradec Králové.

Sousedské slavnosti Perníkového hejtmanství

Sousedské slavnosti perníkového hejtmanství spočívají v oslavě medového perníku s uměleckým zdobením od nejlepších mistrů. Každý rok tyto slavnosti připadají na 8. května.

Medobraní – dětský den u Perníkové chaloupky

Při této slavnosti poznají návštěvníci nejen techniku a způsob odběru plástů ze včelích úlů, ale také vytáčení čerstvého medu a jeho zpracování. Součástí programu je též ochutnávka a prodej vytočeného medu, medoviny, svíček ze včelího vosku, propolisu a dalších včelích produktů. Pro děti jsou připraveny soutěže a hry o sladké ceny.

Svatováclavská perníková tlačnice

Každoročně na sv. Václava 28. září si mohou návštěvníci Perníkové chaloupky vytlačit, vykrojit a upéct perníčky u paní Ježibaby. Dále si budou moci návštěvníci nakoupit u řemeslných stánků a seznámit s mistrem řezbářem panem Ing. Oldřichem Kvapilem při vyřezávání perníkových forem.

Perníkiáda s VŘSR (s velkými říjnovými sportovními rekordy)

Ke slavnostem v areálu Perníkové chaloupky také patří každoroční Perníkiáda, která se koná ve státní svátek 28. října. V programu jsou připraveny sportovní hry pro děti i dospělé ve spolupráci s pardubickými skauty, při nichž jsou každý rok překonávány "Velké Říjnové Sportovní Rekordy" z předchozích let. Soutěžit může každý, protože

výsledky jsou upravovány podle věku a pohlaví soutěžících. Startovné ani vstupné se neplatí a ceny útěchy jsou připraveny. [32]

K soutěžním disciplínám v roce 2008 patřily:

Popelení

Soutěžní disciplína Popelení spočívá v přebírání bílých, červených fazolí a kukuřice. Tato disciplína je inspirována pohádkou Popelka.

Liščí běh s pytlím zázvoru

Tato disciplína je založená na nejrychlejším oběhnutí ohniště pro 12 měsíčků.

Saxanin hod koštětem

V soutěži je vítězem ten, kdo zahodí koště nejdále.

Čapí stoj na jedné noze

Vítěz musí v této disciplíně co nejdéle vydržet stát na jedné noze.

K dalším disciplínám, kterých se soutěžící mohli zúčastnit v roce 2008 patřil vrh pytlím do dálky, sedmimílový skok a běh pro živou vodu.

Den duchů v Perníkové chaloupce

Každoročně 17. listopadu Perníková chaloupka připravuje podušičkový rej nadpřirozených bytostí a strašidel.

Vánoční jarmark v Perníkové chaloupce

Na vánočním jarmarku, který se konal 12. prosince 2009 mohli návštěvníci poznat řemeslné práce, zaposlouchat se do vánočních koled a sledovat či případně si vyzkoušet pečení vánočních perníčků. [32]

7.2.4 Služby

➤ **Informační centrum Děda Vševěda**

Informační centrum poskytuje informace o regionu a jeho turistických nabídkách a je zařazeno do celostátní sítě oficiálních informačních center CzechTourism. Jeho provoz funguje bez veřejných dotací. V informačním centru si také lze zakoupit suvenýry, pohlednice, perníčky a originální Perníkové chaloupky s vlastním výpisem z Katastru perníkových nemovitostí.

➤ **Občerstvení U všech čertů**

Návštěvníci se mohou občerstvit v útulně U všech čertů, kde mohou ochutnat např. jitrnici, jakou svět neviděl nebo točené pivečko.

➤ **Otesánkova mlsárna**

Návštěvníky „honící mlsná“ zve srdečně Perníková chaloupka do Otesánkovy mlsárny. V nabídce je například káva, zmrzlinový pohár, horké drinky, jablečný závin, palačinka s ovocem, dobré víno atd.

7.2.5 Zajímavosti

➤ **Realitní kancelář perníkových nemovitostí**

Z realitní kanceláře si mohou návštěvníci domů odnést Perníkové chaloupky s vlastním výpisem z Katastru perníkových nemovitostí.

➤ **Konzultát Valašského království**

V rámci regionálního rozvoje cestovního ruchu jsou cenným přínosem vztahy s Valašským královstvím, které je zde zastoupeno informačním a poradenským centrem pro cestování, akce, slavnosti, aktivity v Beskydech a na Valašsku.

➤ **Místnost nositelů jmen Jan a Marie**

Perníková matrika má podobu velké úřední místnosti, v jejímž čele je obrovská úřední deska s jmény. Záhadou jsou tu hodiny, jenž vypadají jakoby šly proti času, ale při větším pozorování zjistíte, že vás neklamou. Jste-li nositelem jmen Jan a Marie můžete zde každoročně překonat český, evropský či světový rekord v disciplíně "největší setkání Jeníčků a Mařenek. Jmenujete se jinak? Nevadí! Všechna jména Perníková chaloupka ráda uvítá.

7.3 Partneri projektu Perníková chaloupka

- Medový perník JANOŠ Pardubice
- Staročeské perníky
- Medový perník JaJa Pardubice
- Výroba perníku Goldfein s.r.o.
- Agentura Pierre
- 4. skautský oddíl HORIZONT Pardubice
- Muzeum strašidel Pelhřimov
- Agentura Karneval Praha
- Deníky Bohemia
- Český rozhlas Pardubice
- Art kino Centrál Hradec Králové
- Stavebniny a ateliér fasád s.r.o.
- Valašské království
- Jihočeské pohádkové království
- Muzeum strašidel v Plzni
- Pohádková Šumava
- Tolštejnské panství
- Kačenčina pohádková říše
- Penzion Pohádka v Třeboni
- Lidové divadlo Tereza z Křivoklátu [32]

8 PRAKTICKÁ ČÁST

8.1 SWOT analýza Perníkové chaloupky

SWOT analýza Perníkové chaloupky byla vypracována po zjištění informací od majitele Perníkové chaloupky a zhlédnutí vnitřních prostor, areálu a pohádkové nabídky Perníkové chaloupky.

Tabulka 3: SWOT analýza Perníkové chaloupky

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none">• oživení pardubického perníku• Muzeum perníků• prohlídka Perníkové chaloupky s cca 40 krásnými loutkami• vyprávění o pohádce Perníková chaloupka• expozice s pohádkovými tématy v areálu Perníkové chaloupky• celoroční slavnosti• informační centrum Děda Vševěda poskytující informace o regionu• rychlé občerstvení• vytlačování, zdobení a prodej medových perníků• spolupráce s partnery• marketingová komunikace – webové stránky, malý kalendář pro rok 2009 se slavnostmi	<ul style="list-style-type: none">• nevyužité prostory• vzhled venkovních expozic• žádné veřejné dotace

Příležitosti	Ohrožení
<ul style="list-style-type: none"> • nové expozice, služby, slavnosti, soutěže • inovace Perníkové chaloupky, areálu • rozvoj marketingové komunikace • rostoucí role internetu při získávání informací pro volný čas • vytvoření nových produktů v okolí navazujících na návštěvu Perníkové chaloupky • čerpání veřejných dotací • využití prázdných prostor 	<ul style="list-style-type: none"> • nově vzniklá konkurence s obdobným tématem • nízká informovanost návštěvníků v Pardubicích a v jiných turistických oblastech • tradiční image města jako znečištěné průmyslové oblasti může snižovat návštěvnost Perníkové chaloupky ze strany nových potenciálních návštěvníků • nepředvídatelné vlivy (přírodní katastrofy,...)

Zdroj: vlastní zpracování

8.2 Závěry SWOT analýzy Perníkové chaloupky a návrhy rozvoje Perníkové chaloupky

Ze SWOT analýzy jsou patrné převažující silné stránky v podobě pohádkové Perníkové chaloupky, které jsou hlavním důvodem návštěvnosti Perníkové chaloupky. Příležitosti mohou dále tyto silné stránky rozvíjet. Např. rostoucí role internetu a rozvoj marketingové komunikace mohou být důvodem zvýšeného zájmu o návštěvu Perníkové chaloupky.

Slabých stránek a hrozeb je sice méně, ale neměly by být v žádném případě opomíjeny. Tyto negativní jevy by se měly vhodnou strategií co nejvíce minimalizovat. Důležitou strategií je maximalizace silných stránek Perníkové chaloupky k zamezení hrozeb nebo vznik strategií omezující hrozby, které ohrožují naše slabé stránky.

Z výsledků SWOT analýzy Perníkové chaloupky, které jsou tvořeny převažujícími silnými stránkami a příležitostmi navrhuji použít strategii S-O, při které nám silná stránka – pohádková Perníková chaloupka získá novou výhodu.

8.2.1 Příklady návrhů pro rozvoj Perníkové chaloupky

- 1) rozvoj marketingové komunikace
- 2) rozšíření slavností Perníkové chaloupky o další možnou slavnost

8.3 Rozvoj marketingové komunikace

Pro přilákání a udržení návštěvníka je nutné hledat stále nové způsoby marketingové komunikace. Z tohoto důvodu pro rozvoj marketingové komunikace Perníkové chaloupky navrhuji vytvořit propagační materiál, který by byl jejím oživením. Jelikož Perníková chaloupka již využívá některé nástroje marketingové komunikace je nutné je nejprve popsat a následně navrhnout jaké jiné možnosti nástrojů by bylo možné využít.

8.3.1 Současná marketingová komunikace

Marketingová komunikace Perníkové chaloupky využívá nástroj komunikačního mixu reklamou prostřednictvím internetu na webových stránkách www.pernikova-chaloupka.cz, které poskytují veškeré informace o vzniku, službách, akcích, expozicích Perníkové chaloupky.

Reklamu Perníkové chaloupce dále zabezpečují noviny formou tiskových zpráv a článků o konaných akcích případně i návštěva televize. V roce 2008 byla reklama tvořena dvoustranným letáčkem informujícím o jednotlivých slavnostech v tomto roce, provozní době, kontaktních údajích, letáček též zobrazoval mapu umístění Perníkové chaloupky a okolí. Pro rok 2009 byl připraven malý kalendář včetně jednotlivých akcí v roce 2009, kontaktních údajích a provozní době.

Dalším nástrojem komunikačního mixu je podpora prodeje. Tato podpora spočívá v tom, že každý návštěvník jakéhokoli věku obdrží po prohlídce Perníkové chaloupky perníček zdarma. Účelem dárku je zvýšení zážitku pro návštěvníka Perníkové chaloupky.

8.3.2 Návrh propagačního materiálu

Pro oživení marketingové komunikace vytvořím návrh vícestránkového propagačního materiálu ve tvaru skládačky s fotografiemi pro rok 2010, který bude zobrazovat všechny slavnosti s popisem dění na slavnostní akci, dále by obsahoval informace o službách, expozicích Perníkové chaloupky včetně informací o hradu Kunětická hora a jeho okolí.

Jednalo by se o 12-ti stránkový skládací propagační materiál o rozměru 10 x 21 cm ve žluté barvě, která přitáhne pozornost návštěvníka. Záměrem barvy a materiálu ve tvaru skládačky je nejen oslovení dospělého návštěvníka, ale zejména také dětí, které jistě tuto formu ocení.

Obsah propagačního materiálu

- **1. strana** - název produktu: Pohádkový svět pod Kunětickou horou u Pardubic
 - logo Perníkové chaloupky
 - fotografie hradu Kunětická hora

- **2., 3., 4., 5. strana** - informace o Perníkové chaloupce a slavnostech včetně fotografií
- **6., 7., 8. strana** - informace o pohádkové nabídce a službách Perníkové chaloupky včetně fotografií
- **9. strana** - informace o areálu Perníkové chaloupky + fotografie
- **10., 11. strana** - informace o zajímavostech Kunětické hory a okolí + fotografie
- **12. strana** - informace o dostupnosti
 - kontaktní údaje
 - provozní doba

8.3.3 Rozpočet

Náklady na zhotovení propagačního materiálu ve tvaru skládačky byly stanoveny na základě rozvoru s panem Lenerem – vlastníkem firmy Intercopy v Pardubicích.

sběr dat: (12 hodin)	12 x 300 Kč = 3 600 Kč
návrh propagačního materiálu: (2 hodiny)	2 x 400 Kč = 800 Kč
zpracování v Corel Draw: (10 hodin)	10 x 400 Kč = 4 000 Kč
tisk 2 vzorových skládaček: 85 Kč/ 1 ks	2 kusy x 85 Kč = 170 Kč
tisk 2 000 kusů: 7,6 Kč/ 1 ks	2 000 kusů x 7,6 Kč = 15 200 Kč

celkové náklady

23 770 Kč

8.3.4 Distribuce

Distribuce by probíhala v informačním centru Děda Vševěda v Perníkové chaloupce, dále by bylo vhodné uvažovat o distribuci ve vstupních prostorech na hradu Kunětická hora, jenž je v turistické oblasti Pardubicko často navštěvován a nachází se v blízkosti Perníkové chaloupky. Další možností pro distribuci by mohlo být oslovení cestovních kanceláří v Pardubicích.

8.4 Rozšíření slavností

Slavností pro děti není nikdy dost a dospělí se zcela určitě rádi s ratolestmi pobaví, proto navrhuji vytvořit další slavnost pro děti i dospělé. V současné době se Perníková chaloupka může pochlubit 10 slavnostními akcemi. Pro návrh další možné slavnosti je vhodné se o těchto slavnostech informovat. (viz 7.2 – Struktura nabídky)

8.4.1 Současné slavnosti Perníkové chaloupky

1. Oslava úředních hodin paní Ježibaby
2. Velikonoce v Perníkové chaloupce
3. Slet čarodějnic u Perníkové chaloupky
4. Sousedské slavnosti se setkáním nositelů jmen Jan a Marie
5. Slavnosti perníkového hejtmanství
6. Medobraní – dětský den u Perníkové chaloupky
7. Svatováclavská perníková tlačnice
8. Perníkiáda s VŘSR (s velkými říjnovými sportovními rekordy)
9. Den duchů v Perníkové chaloupce
10. Vánoční jarmark v Perníkové chaloupce

8.4.2 Návrh slavnosti

Název slavnosti

Perníková chaloupka je pohádkovým lákadlem pro malé i velké návštěvníky, tvoří ji celoroční provoz Muzea perníku a pohádek „Perníková chaloupka“. Jelikož celá Perníková chaloupka dýchá pohádkovým světem, slavnost navrhuji pojmenovat „Pojďte s námi do pohádky“.

Každoročně slavnost proběhne pod stejným názvem, který bude doplněn o název konkrétní pohádky, v jejímž duchu se ponese celá slavnostní akce.

Datum slavnosti

Realizace slavnosti je navržena v srpnu z důvodu časového harmonogramu ostatních slavností a absence akcí v srpnu. Dalším důvodem časového umístění slavnosti je konec prázdnin – slavnost by měla být rozloučením s prázdninami. Poněvadž slavnost má být završením prázdnin, konkrétní den je v roce 2010 stanoven na sobotu 21. 8. a v roce 2011 na sobotu 20. 8.

Umístění slavnosti

Slavnost by probíhala v areálu Perníkové chaloupky, což je také další hledisko proč se tato slavnost koná v letním období. V případě nepříznivého počasí se slavnost uskuteční uvnitř Perníkové chaloupky.

Cílový segment návštěvníků

Slavnost se zaměřuje tak jako celá Perníková chaloupka především na segment rodiče s dětmi. Druhým předpokládaným konkrétním cílovým segmentem jsou základní školy či mateřské školky.

Obsah slavnosti

Součástí slavnosti jsou dvě soutěže, kterých se mohou zúčastnit všechny věkové kategorie, přičemž tyto kategorie budou rozděleny do dvou skupin:

1. skupina – mladší, starší děti

2. skupina – rodiče, dospělí, důchodci

Hlavní soutěž spočívá v nejoriginálnější masce nebo kostýmu stanovené pohádky, která je tématem slavnosti na konkrétní rok. V této masce účastníci přijdou na slavnost. Účast v maskách není povinná, ale čím více účastníků v maskách tím lépe. Druhá soutěž se týká zručnosti či rychlosti soutěžících.

Vítěz každé soutěže obdrží ocenění příslušné dané soutěži. Výherce hlavní soutěže vyhraje větší perníkovou chaloupku. Na téma Červená Karkulka bude dětský výherce hlavní soutěže oceněn košíčkem s bábovkou a dětským šampaňským a dospělí výherce též košíčkem s bábovkou, ale s vínem. Vítěz druhé soutěže bude odměněn menší perníkovou chaloupkou. Soutěžící, kteří se umístí na druhém místě obou soutěží získají perníček s bonbóny a na třetím místě jen perníček.

Na závěr slavnosti se vyhlásí hra, která spočívá v zavěšených sladkostech na provázcích. Zúčastněnému dítěti uvádějící hry zavážou oči a dají mu dětské nůžky, jimiž každé dítě při cestě mezi provázky se sladkostmi (perníčky, lízátko) bude stříhat. Sladkost, kterou děti ustříhnou si odnesou domů.

Navržené pohádky pro rok 2010 a 2011:

1. Tři oříšky pro Popelku
2. Červená Karkulka

Tři oříšky pro Popelku

1. soutěž: nejoriginálnější maska či kostým
2. soutěž: Kdo nejdříve přebere hrách a fazole?

V několika miskách bude pro odvážlivce soutěže připraven smíchaný hrách s fazolemi. Ten, kdo přebere hrách s fazolemi ze soutěžících nejdříve se stane vítězem této soutěže.

Červená Karkulka

1. soutěž: nejoriginálnější maska či kostým
2. soutěž: Kdo nejrychleji naplní košíček a donese ho babičce?

Každý soutěžící bude mít k dispozici prázdný košíček, jenž naplní připravenými perníčky. Poté co bude košíček naplněn poběží soutěžící k babičce, za kterou bude přistrojen někdo z pořadatelů. Ten, kdo první přinese babičce košíček s perníčky vyhrává.

Návrh pro rozvoj slavnosti

Z důvodu pojmenování slavnosti „Pojďte s námi do pohádky“ další možné zpestření navrhuji vytvoření pohádkové stezky vedoucí v areálu Perníkové chaloupky. Stezka by byla zhotovena formou expozic s pohádkovým námětem. Jelikož Perníková chaloupka již disponuje několika pohádkovými expozicemi, jednalo by se tedy o zvýšení počtu expozic, přičemž každá expozice by byla doplněna tabulkou s číslem a vyprávěním o pohádce vztahující se ke konkrétní expozici.

Promotion pohádkové stezky by byla zprostředkována formou letáku, jenž by obsahoval očíslovanou trasu stezky, dále fotografie jednotlivých expozic a vyprávění o pohádkách.

Distribuce letáku by probíhala v turistickém informačním centru Děda Vševeda a prostřednictvím internetových stránek, dále by se dalo uvažovat o distribuci v prostorách hradu Kunětická hora.

Náklady na ocenění soutěží

Ceny byly stanoveny na základě prodejních cen v turistické oblasti Pardubicko.

Tři oříšky pro Popelku (rok 2010)

větší perníková chaloupka	2 chaloupky x 279 Kč = 558 Kč
menší perníková chaloupka	2 chaloupky x 94 Kč = 188 Kč
perníček	28 perníčků x 5 Kč = 140 Kč
bonbóny	4 sáčky bonbónů x 21 Kč = 84 Kč
<u>lízátka</u>	<u>20 lízátek x 4 Kč = 80 Kč</u>
celkové náklady	<u>1 050 Kč</u>

Červená Karkulka (rok 2011)

bábovka	2 bábovky x 45 Kč = 90 Kč
dětské šampaňské	1 dětské šampaňské x 40 Kč = 40 Kč
červené víno	1 víno x 120 Kč = 120 Kč
menší perníková chaloupka	2 chaloupky x 94 Kč = 188 Kč
perníček	28 perníčků x 5 Kč = 140 Kč
bonbóny	4 sáčky bonbónů x 21 Kč = 84 Kč
<u>lízátka</u>	<u>20 lízátek x 4 Kč = 80 Kč</u>
celkové náklady	<u>742 Kč</u>

Časový harmonogram

Celá slavnost by probíhala od 9 hodin do 17 hodin.

9 - 11 hod. - příchod návštěvníků, prohlídka Perníkové chaloupky, možnost občerstvení

11 - 13 hod. - předvedení masek či kostýmů, vyhlášení nejoriginálnější postavy

13 - 15 hod. - závody v rychlosti či zručnosti, vyhlášení výherce

15 - 16 hod. - hra o sladkosti

16 -17 hod. - vyžití dle výběru - opékání buřtů u ohniště, občerstvení,...., rozloučení s návštěvníky slavnosti

9 ZÁVĚR

Cílem diplomové práce bylo zhodnocení současného stavu cestovního ruchu v turistické oblasti Pardubicko a analýza vybraného produktu v této oblasti. Pro řešení těchto cílů byla zpracována situační analýza z hlediska cestovního ruchu na Pardubicku a SWOT analýza vybraného produktu. Hlavním cílem bylo navrhnout a zpracovat konkrétní možnosti pro rozvoj vybraného produktu.

V diplomové práci byly nejprve vymezeny pojmy týkající se tématu práce. Náplní situační analýzy bylo nashromáždění a utřídění údajů o turistické oblasti Pardubicko včetně její SWOT analýzy. Na základě situační analýzy byl zjištěn současný a budoucí potenciál pro rozvoj cestovního ruchu a byl vybrán produkt Perníková chaloupka, který je stále v rozvoji a představuje silnou stránku pro Pardubicko, jelikož svým záměrem láká návštěvníky do turistické oblasti.

Z další SWOT analýzy týkající se vybraného produktu vyplývají vnitřní (silné a slabé stránky) a vnější faktory (příležitosti a ohrožení), které vybraný produkt ovlivňují. Z analýzy byla zjištěna silná stránka v podobě pohádkové Perníkové chaloupky, která oslovuje především cílový segment rodiny s dětmi. K slabým stránkám patří zejména nevyužité prostory. Příležitostí do budoucna může být využití těchto prostor, rozšíření nabídky Perníkové chaloupky o nové akce, slavnosti, expozice či rozvoj marketingové komunikace o nové nástroje. Nově vzniklá konkurence s obdobným tématem může představovat ohrožení Perníkové chaloupky.

Na základě SWOT analýzy byla stanovena strategie S-O, která představuje nové příležitosti vhodné pro rozvoj silných stránek vybraného produktu.

S ohledem na stanovenou strategii, která je uvedena v závěru SWOT analýzy byly zpracovány možné návrhy pro rozvoj současného stavu produktu, kterými jsou rozvoj marketingové komunikace a rozšíření slavností o další vhodnou slavnostní akci.

10 SUMMARY

The aim of this diploma work was to evaluate stay of tourism in the region Pardubicko and is based situation analysis and analysis of choosen product in this region /The Gingerbread Little Cottage/ through SWOT analysis. The main aim was proposal of possibilities to develop this product.

The important sources for creation this work were literature, various information from books, publications, prospects, newspaper and www-pages.

The starting point of the work was definition of basic terms and literature. In the following part was made situation analysis in the point of view of tourism in the region Pardubicko. This region is part of the region East Bohemia. I tis industrial-agricultural region, plained region Polabí. Good offer is here for sportsmen, there are many cultural-historical monuments. This region has good strategic transport connection and could be the tourism centre of East Bohemia.

Then was made SWOT analysis of this region. The region Pardubicko has a lot of tourist attractivities, but has potential for cycling, agro- and congress tourism, but is not so much visited.

The reason of it is traditional image of the town Pardubice as industrial area, not good information about attractivities or not good trasport infrastructure. There are not many possibilities for accomodation and congress capatities. Based on this ansalysis product

The Gingerbread Little Cottage was choosen for development of tourism.

Originally it was hunting castle from the year 1882. Author of the idea, founder and owner is Mr. Luděk Šorm. In 2009 was started the 6-th season of the work. There is residence of The Gingerbread District; it is trade name for region. For visitors is interesting the whole-year service of The Gingerbread and Fairy-tales Museum with tourist services. The visit consists of „The world of elfs and ghosts“ with 40 nice marionettes.

In practical part of work was made SWOT analysis and according it were proposed these possibilities:

1. development of marketing communication
2. spread of celebration events

Development of marketing communication

Development of marketing communication is based on proposal of promotion material. It was made 12- pages folding material with photos for year 2010 showing all celebration events with description about programmes, services, exhibitions and information about the castle Kunětická mountain and its surrounding. Its size is 10x21 cm, yellow colour. The idea of colour and folding material is convenient not only for adults, but for children too.

Spread of celebration events

Because there is not enough celebrations for children I proposed to create celebration for children and adults. The Gingerbread Little Cottage has fairy-tale atmosphere and the event is named „Come with us into fairy-tale“. The name is connected with the name of concrete fairy-tale. The celebration is proposed for August, because there are no other events, at the end of holiday - as farewell with holiday.

11 SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

11.1 Použitá literatura

- [1] ORIEŠKA, J. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: IDEA SERVIS, 1999. 244 s. ISBN 80-85970-27-9
- [2] HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: FORTUNA, 2006. 224 s. ISBN 80-7168- 948-3
- [3] PETRŮ, Z. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: IDEA SERVIS, 1999. 107 s. ISBN 80-85970-29-5
- [4] FORET, M., FORETOVÁ, V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, spol. s. r. o., 2001. 180 s. ISBN 80-247-0207-X
- [5] VAŠKO, M. *Cestovní ruch a regionální rozvoj*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2002. 95 s. ISBN 80-245-0445-6
- [6] HORÁKOVÁ, H. *Strategický marketing*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. 150 s. ISBN 80-247-0447-1
- [7] MALÁ, V. a kol. *Základy cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2002. 98 s. ISBN 80-245-0439-1
- [8] FRANCOVÁ, E. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2003. 119 s. ISBN 80-244-0719-1
- [10] ŠEBEK, F., BARTOŠ, Š. *Pardubický kraj*. 1. vyd. Pardubice: Hélios - Jiří Razskazov, 2004. 199 s. ISBN 80-85211-16-5
- [12] FALTUSOVÁ, H., BÁRTA, F. a kol. *Pardubicko*. 1. vyd. Praha: Agentura ochrany přírody a krajiny České republiky, Brno: Ekocentrum, 2002. 314 s. ISBN 80-86064-44-1
- [28] PODHORSKÝ, M. *Pardubický kraj*. Praha: freytag & berndt, 2004. 196 s. ISBN 80-7316-077-3
- [37] KINCL, J. a kol. *Marketing podle trhů*. Praha: Alfa Publishing, s. r. o., 2004. 172 s. ISBN 80-86851-02-8

- [38] HINGSTON, P. *Efektivní marketing*. Jana Jašová. Praha: Euromedia, 2002. 192 s. ISBN 80-242-0893-8
- [39] ŠTURSA, J. *101 nejkrásnějších hor*. Praha: Pavel Dobrovský - Beta, 2007. 207 s. ISBN 978-80-7306-295-8
- [40] DAVID, P., SOUKUP, V. *Za strašidly na hrady a zámky*. Praha: Euromedia Group, k. s. - Ikar, 2005. 232 s. ISBN 80-249-0593-0

11.2 Použité internetové stránky

- [9] *Východní Čechy*. [online]. [cit. 2009-02-07]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.vychodnicechy.tourism.cz>>
- [11] *Turistické regiony a oblasti České republiky*. [online]. [cit. 2009-02-07]. Dostupné na World Wide Web: <http://www.pardubicko.cz/mapa/mapa.phtml?id_objektu=113866>
- [13] *Oficiální stránky statutárního města Pardubice*. [online]. [cit. 2009-02-07]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.mesto-pardubice.cz/index.html>>
- [14] *Investice do životního prostředí*. [online]. [cit. 2009-02-07]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.risy.cz/index.php?pid=202&sid=1496&mid=1619#o1>>
- [15] *Pardubický kraj*. [online]. [cit. 2009-02-11]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.pardubickykraj.cz/index.asp?thema=3963&category=&>>
- [16] *Pardubice*. [online]. [cit. 2009-02-11]. Dostupné na World Wide Web: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Pardubice>>
- [17] *Doprava a přeprava*. [online]. [cit. 2009-02-11]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.firmy.cz/Cestovni-sluzby-a-pohostinstvi/Doprava-a-preprava>>
- [18] *Letiště Pardubice*. [online]. [cit. 2009-02-11]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.airport-pardubice.cz>>
- [19] *Pardubice - penziony*. [online]. [cit. 2009-02-11]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.pensionhotel.cz/ubytovani-pardubice-vychodni-cechy-cesko-penziony-o01112114.html>>

- [20] *Hotel Bujnoch Přelouč*. [online]. [cit. 2009-02-13]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.hotelbujnoch.cz>>
- [21] Bohdaneč léčebné lázně. [online]. [cit. 2009-02-13]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.llb.cz>>
- [22] *Penzion Staroholická*. [online]. [cit. 2009-02-13]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.staroholicka.cz>>
- [23] *Strana zelených Pardubice*. [online]. [cit. 2009-02-13]. Dostupné na World Wide Web: <<http://pardubice.zeleni.cz/3361/clanek/pardubice-maji-naucnou-stezku>>
- [24] Přírodní památka Mělické labiště. [online]. [cit. 2009-02-13]. Dostupné na World Wide Web: <<http://tosneci.wz.cz/r2007/melicjezera/melice/melice.htm>>
- [25] *Města obce*. [online]. [cit. 2009-02-13]. Dostupné na World Wide Web: <http://mesta.obce.cz/hrobice/vismo/dokumenty2.aso?id_org=4823&id=1078&pl=1050>
- [26] *Bohdanečský rybník a rybník Matka*. [online]. [cit. 2009-02-13]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.stezka.cz/lokality/pardubice/ns-rybniky.htm>>
- [27] *Cykločlánky - cyklotrasy*. [online]. [cit. 2009-02-13]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.cykloulky.cz/clanky/clanky-display/cyklotrasy/>>
- [29] *SWOT analýza*. [online]. [cit. 2009-02-13]. Dostupné na World Wide Web: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/SWOT>>
- [30] *SWOT analýza*. [online]. [cit. 2009-02-21]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.vlastnicesta.cz/akademie/marketing/marketing-metody/swot-analyza>>
- [31] *Castles*. [online]. [cit. 2009-02-21]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.castles.cz/turisticke-zajimavosti/nemosicka-stran.html>>
- [32] *Perníková chaloupka*. [online]. [cit. 2009-02-21]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.pernikova-chaloupka.cz>>
- [33] *Region Kunětické hory*. [online]. [cit. 2009-02-21]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.masrkh.oblast.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=134481>>
- [34] *Český statistický úřad*. [online]. [cit. 2009-02-21]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.pardubice.czso.cz>>
- [35] *Svazek obcí pod Kunětickou horou*. [online]. [cit. 2009-02-23]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.svazekpkh.oblast.cz/tema/tema.phtml?id=5103>>

[36] *Dašice*. [online]. [cit. 2009-02-23]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.dašice.cz>>

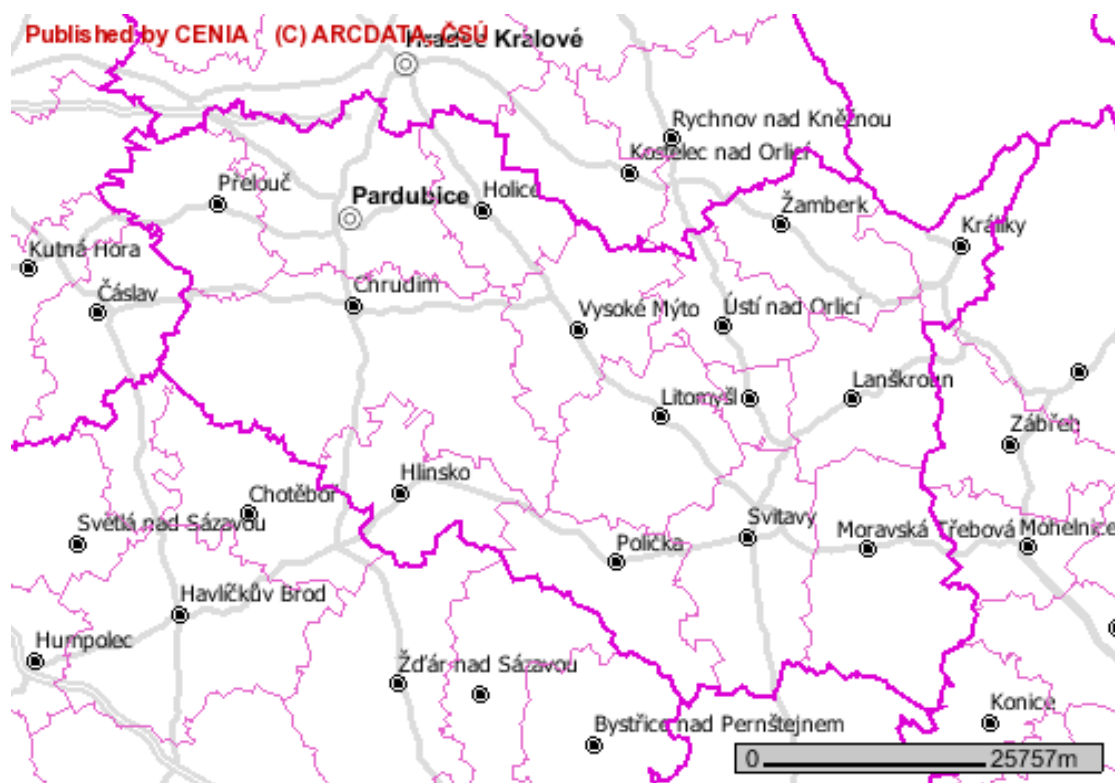
[41] *Cykloserver*. [online]. [cit. 2009-02-23]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.cykloserver.cz/tipy-na-vylety/detail/?d=696>>

12 SEZNAM TABULEK A PŘÍLOH

Tabulka 1: Strategie SWOT analýzy.....	54
Tabulka 2: SWOT analýza turistické oblasti Pardubicko.....	59
Tabulka 3: SWOT analýza Perníkové chaloupky.....	83
Příloha 1: Mapa Pardubického kraje.....	101
Příloha 2: Mapa turistické oblasti Pardubicko.....	102
Příloha 3: Propagační materiál.....	102

13 PŘÍLOHY

Příloha 1: Mapa Pardubického kraje



Zdroj: <http://castor.cenia.cz>

Příloha 2: Mapa turistické oblasti Pardubicko



Zdroj: <http://www.atlc.cz>

Příloha 3: Propagační materiál

Propagační materiál ve formě skládačky je umístěn v diplomové práci. Vytvořen byl v programu Corel Draw.