

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

**Předpoklady rozvoje cestovního ruchu
ve zvolené oblasti Havlíčkobrodsko**

Vedoucí bakalářské práce

Mgr. Vladimír Dvořák

Autor

Aneta Černá

2011

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Ekonomická fakulta
Akademický rok: 2009/2010

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Aneta ČERNÁ**
Osobní číslo: **E08033**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Předpoklady rozvoje CR ve zvolené oblasti
Havlíčkobrodsko**
Zadávací katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

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

Cíl práce:

Analyzovat cestovní ruch na Havlíčkobrodsku. Vytipovat skrytý potenciál cestovního ruchu. Navrhnout nový produkt cestovního ruchu zaměřený na vybraný segment návštěvníků.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury a pramenů
2. Provedení situační analýzy destinace
3. Příprava a realizace terénního šetření
4. Návrhy a opatření, příprava nového produktu

Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Cíl práce a metodika. 3. Literární rešerše 4. Situační analýza. 5. Terénní šetření. 6. Návrhy a opatření. 7. Příprava nového produktu. 8. Závěr. 9. Seznam literatury. 10. Přílohy.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**
Rozsah pracovní zprávy: **30 - 40 stran**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

- Fišer, V.** *Toulky Vysočinou*. Praha: Regia, 2004.
Goeldner, C. R., Ritchie, J. R. B. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 11th edition. Hoboken: John Willey a Sons, 2009.
Hesková, M. a kol. *Cestovní ruch*. Praha: Fortuna, 2006.
Horáková, H. *Strategický marketing*. Praha: Grada Publishing, 2002.
Kotler, P. *Marketing management*. Praha: Grada Publishing, 2007.
Palatková, M. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu - Jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, 2006.
Průvodce po České republice. Praha: Kartografie Praha, 2004.

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Vladimír Dvořák**
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: **15. února 2010**

Termín odevzdání bakalářské práce: **16. dubna 2011**



prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc., prof.h.c.

děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13
370 05 České Budějovice



Ing. Kamil Pícha, Ph.D.

vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 19. února 2010

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „**Předpoklady rozvoje cestovního ruchu ve zvolené oblasti Havlíčkobrodsko**“ vypracovala samostatně s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 sb. v plném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly, v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb., zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích duben 2011

.....

Aneta Černá

PODĚKOVÁNÍ

Chtěla bych velmi poděkovat vedoucímu bakalářské práce Mgr. Vladimíru Dvořákovi za odbornou pomoc a vedení, které mi poskytoval po dobu vzniku této práce. Mé poděkování také patří všem návštěvníkům Lipnice nad Sázavou, kteří ochotně vyplnili dotazník pro terénní šetření. Také děkuji Ing. Leoši Bláhovi a Bc. Marku Hanzlíkovi za poskytnuté informace při tvorbě nového produktu.

Obsah:

1. Úvod	8
2. Cíl práce a metodika	9
2.1 Cíl bakalářské práce	9
2.2 Metodický postup	9
2.3 Pracovní hypotézy	10
3. Literární rešerše	11
3.1 Marketing	11
3.1.1 Marketing cestovního ruchu	11
3.1.2 Marketingové prostředí	12
3.1.3 Marketingový informační systém	13
3.1.4 Marketingové řízení cestovního ruchu	14
3.1.4.1 Plánování	15
3.1.4.2 Realizace	17
3.1.4.3 Kontrola	17
3.1.5 Marketingový výzkum	18
3.1.6 Marketingový mix v cestovním ruchu	19
3.2 Produkt	20
3.2.1 Produkt cestovního ruchu	21
3.2.2 Služby jako součást cestovního ruchu	21
3.3 Destinace	23
3.4 Cestovní ruch	26
4. Situační analýza	31
4.1 Oblast Havlíčkovobrodsko	31
4.2 Charakteristika oblasti Havlíčkovobrodsko	32
4.2.1 Horopis	32
4.2.2 Geologická stavba	32
4.2.3 Vodopis	33
4.2.4 Fauna	33
4.2.5 Flóra	33

4.3	Historie.....	34
4.4	Přírodní předpoklady.....	35
4.4.1	Ledeč nad Sázavou a okolí	35
4.4.2	Chotěboř a okolí.....	36
4.4.3	Naučné stezky	37
4.5	Kulturně – historické předpoklady.....	37
4.5.1	Havlíčkův Brod.....	38
4.5.2	Chotěboř.....	39
4.5.3	Světlá nad Sázavou	40
4.5.4	Přibyslav	41
4.5.5	Golčův Jeníkov	41
4.5.6	Ledeč nad Sázavou	42
4.6	Lipnice nad Sázavou	43
4.6.1	Historie.....	43
4.6.2	Současnost	44
4.6.3	Jaroslav Hašek	44
4.6.4	Kulturně – historické zajímavosti	45
4.6.5	Lipnické umění	46
4.6.6	Stravovací a ubytovací zařízení	46
4.6.7	Sport a kultura Lipnice nad Sázavou	46
4.6.8	Doprava.....	47
4.7	Turistická infrastruktura.....	47
4.7.1	Stravovací služby	47
4.7.2	Ubytovací služby	48
4.8	Doprovodná turistická infrastruktura	50
4.8.1	Sport a rekreace	50
4.8.2	Doprava.....	51
4.9	Turistická informační centra	52
5.	Terénní šetření	53
5.1	Příprava a realizace terénního šetření	53
5.2	Časový rozvrh a respondenti.....	53

5.3	Vyhodnocení terénního šetření	54
5.4	Diskuze.....	62
6.	Návrhy a opatření	64
6.1	Segmentace trhu	64
6.2	Produktové portfolio	64
6.2.1	Stravovací zařízení.....	65
6.2.2	Autobusové dopravní spojení	65
6.2.3	Reklamní kampaň	66
6.2.4	Vánoční a velikonoční jarmark.....	67
7.	Příprava nového produktu.....	68
7.1	Ideový záměr.....	68
7.2	Propagace	69
7.3	Organizace vánočního a velikonočního jarmarku.....	70
7.4	Finanční stránka produktu.....	70
7.4.1	Koncepce stánkového prodeje	70
7.4.2	Propagace.....	70
7.4.3	Celková kalkulace.....	71
8.	Závěr	73
8.1	Summary	74
9.	Seznam literatury.....	75
9.1	Literatura.....	75
9.2	Zdroje	76
9.3	Propagační materiály kraje Vysočina.....	78

Seznam zkratk, schémat, obrázků, tabulek a grafů

Seznam příloh

Přílohy

1. Úvod

Cestovní ruch je zajímavou složkou života lidí. Stále více přibývá účastníků cestovního ruchu, kteří mají chuť, cestovat do místa mimo jejich obvyklé prostředí. Účelem může být rekreace, užít si volného času, získat nové zážitky nebo služební cesta. Cestovní ruch v sobě skrývá mnoho zajímavých informací a aktivit, které budou sloužit k vypracování daného tématu bakalářské práce. Havlíčkobrodsko, o kterém téma pojednává, může být také předmětem cestovního ruchu tak jako Vysočina, ve které se Havlíčkobrodsko nachází.

Kraj Vysočina leží ve středu České republiky. Území kraje má ráz pahorkatiny a vrchoviny, které patří mezi oblasti s velmi zachovalou přírodou. Je pramennou oblastí malebných řek jako Sázavy nebo Doubravy. Také je oblastí s proměnlivým charakterem podnebí, velkým množstvím lesů, přírodních rezervací a historických památek. Krajina se střídá s poli, loukami nebo kopci, mezi kterými se nacházejí údolí s vesnicemi a městečky, které se stávají oblíbeným turistickým cílem mnoha návštěvníků. Jedním takovým je i Havlíčkův Brod ležící na obou březích řeky Sázavy, který je centrálním městem Havlíčkobrodského okresu.

Samotné Havlíčkobrodsko je rozsáhlou oblastí s mnoha kulturními památkami, historickými osobnostmi, místem mnohé zábavy, aktivního a sportovního vyžití. Tato oblast se stala inspirací mnohým umělcům. Příkladem může být Jaroslav Hašek a Lipnice nad Sázavou, která se nachází mezi městy Světlá nad Sázavou a Havlíčkův Brod. Je to menší obec, ale atraktivitami, kterými se pyšní, by jí mohlo závidět mnoho jiných. Právě Lipnice nad Sázavou byla vybrána pro realizaci terénního šetření, a poté pro tvorbu nového produktu.

Bakalářská práce bude zkoumat předpoklady rozvoje cestovního ruchu Havlíčkobrodsko a bude poukázáno na skrytý potenciál cestovního ruchu zkoumané oblasti. Pro bakalářskou práci bude velice přínosné, dokázat zaujmout potenciálního účastníka cestovního ruchu na tolik, aby se rozhodnul navštívit nejen obec Lipnici nad Sázavou, ale zároveň celé Havlíčkobrodsko. Tato oblast má mnoho zajímavých míst, kterými obohacuje nejen kraj Vysočinu, ale i celou Českou republiku.

2. Cíl práce a metodika

2.1 Cíl bakalářské práce

Hlavním cílem bakalářské práce je provést analýzu cestovního ruchu na Havlíčkobrodsku. Vedlejším cílem je vytipování skrytého potenciálu cestovního ruchu zkoumané oblasti. Dále pak navrhnout nový produkt cestovního ruchu zaměřený na vybraný segment návštěvníků.

2.2 Metodický postup

1. Analytická část

Nejdříve bylo důležité využít sekundárních zdrojů informací o dané problematice, které byly získány čtením a studiem odborné literatury a různých pramenů. Studium literatury sloužilo k utvoření obecného přehledu o zkoumaném problému.

Dalším krokem je situační analýza, která zahrnuje vymezení oblasti Havlíčkobrodsko a jeho charakteristiku. Dále analýzu nabídky, analýzu poptávky a také turistická informační centra, která ovlivňují rozvoj cestovního ruchu v této oblasti. Nakonec analýza obce Lipnice nad Sázavou, kde probíhalo terénní šetření.

2. Syntetická část

Příprava terénního šetření vychází právě ze studia odborné literatury a pramenů, na které navazuje realizace terénního šetření. Terénní šetření se děje pomocí primárních dat, což jsou informace vzniklé pro danou situaci.

Pro bakalářskou práci bylo vybráno dotazníkové šetření, jehož hlavním cílem bylo zjistit spokojenost návštěvníků s poskytováním místních služeb, s dopravní obslužností a dále se zaměřuje na informovanost návštěvníků Lipnice nad Sázavou.

Dotazníkové šetření bylo realizováno v červenci a srpnu roku 2010, kdy probíhala letní sezóna především na náměstí obce Lipnice nad Sázavou, u hradu Lipnice nad Sázavou a v jeho nejbližším okolí.

3. Aplikační část

Tato část bakalářské práce bude řešena po vyhodnocení dotazníkového šetření a po zjištění dalších informací od různých subjektů, kterými jsou organizace a instituce cestovního ruchu. Tyto informace budou potřebné k návrhu a přípravě nového produktu v oblasti Havlíčkobrodská.

2.3 Pracovní hypotézy

Hypotéza od řeckého *hypothesis = domněnka*, je vědecký předpoklad, který splňuje určité metodologické požadavky. Vyžaduje potvrzení prostřednictvím příslušných výzkumů. Hypotéza je tvrzení o podstatě určité situace ve zkoumané oblasti. Jde o návrh, představu o vztahu mezi uvažovanými výzkumnými proměnnými, které budou ze získaných faktů následně potvrzeny nebo vyvráceny. (Kutnohorská, 2009: 50)

Pro bakalářskou práci byly stanoveny tyto hypotézy:

- **Hypotéza 1:** V Lipnici nad Sázavou jsou ne všechny služby cestovního ruchu poskytovány kvalitně.
- **Hypotéza 2:** Lipnice nad Sázavou se potýká s problémem dopravní obslužnosti.
- **Hypotéza 3:** Důležitým předpokladem rozvoje cestovního ruchu ve zkoumané oblasti je informovanost.

V diskuzi bakalářské práce budou hypotézy následně potvrzeny či vyvráceny.

3. Literární rešerše

3.1 Marketing

Z hlediska cestovního ruchu lze marketing definovat jako: „*plynulý proces probíhající v dílčích krocích, prostřednictvím něhož management v odvětví pohostinství a cestovního ruchu plánuje, zkoumá, naplňuje, kontroluje a vyhodnocuje činnosti navržené k zajištění jak zákaznických potřeb a skrytých přání, tak i cílů své vlastní organizace. v němž jednotlivci a skupiny získávají prostřednictvím tvorby a směny produktů a hodnot to, co požadují. K dosažení největší účinnosti vyžaduje marketing úsilí každého jednotlivce a jeho účinnost se dále může zvýšit či snížit činnostmi dalších komplementárních organizací.*“ (Morrison, 1995: 16)

Marketing je také podnikatelská filosofie, která se prolíná všemi činnostmi podnikatelského subjektu. V uvedeném smyslu znamená zjištění, poznání, stimulování a uspokojování poptávky. Znamená, že podnikatelský subjekt pochopil co, komu, kde a v jakém množství je třeba na trhu nabízet. (Királ'ová, 2003: 13)

Na tento bod navazuje i Kotler se svojí marketingovou koncepcí. Představuje názor, že klíč k dosahování cílů organizace spočívá ve schopnosti být efektivnější v určování potřeb a přání cílových trhů a v jejich uspokojování než konkurence. Marketingová koncepce se vyhýbá potenciálním konfliktům mezi spotřebitelskými požadavky a zájmy a dlouhodobým blahobytem společnosti. Řešením je sociální marketingová koncepce, která zastává názor, že úkolem organizace je určovat potřeby, přání a zájmy cílových trhů a zároveň zachovávat nebo zvyšovat blahobyt spotřebitele a společnosti. (Kotler, 2001: 36)

3.1.1 Marketing cestovního ruchu

Marketing cestovního ruchu definuje J. Krippendorf (Királ'ová, 2003: 13), který vychází z marketingové podnikatelské filozofie, jako „*systematickou a koordinovanou orientaci podnikatelské politiky cestovního ruchu, jakož i soukromé a státní politiky cestovního ruchu na místní, regionální, národní a mezinárodní úrovni na co nejlepší uspokojování potřeb určitých skupin zákazníků při dosažení přiměřeného zisku.*“

Goeldner a Ritchie (2009: 532) popisují, že jádro dobrého marketingového řízení spočívá v marketingovém konceptu nebo ve spotřebitelské orientaci. Turistické organizace, které mají marketingový koncept, zkoumají, co spotřebitelé chtějí a poté vyrábějí produkt, který uspokojí tyto potřeby a vytvoří zisk. Marketingový koncept vyžaduje manažerské řízení, které bude směřovat k vytvoření zisku spíše, než k množství prodeje.

Další literatura popisuje přímo marketing v cestovním ruchu z ekonomického hlediska, kde chování podnikatele vychází z povahy trhu s cestovním ruchem, která je určena mnoha aspekty:

- turistickou atraktivitou,
- vztahem mezi nabídkou cestovních služeb a poptávkou po nich,
- předmětnou strukturou nabídky cestovního ruchu, tj. druhy produktů a služeb a jejich kvalitou,
- reálnými důchody obyvatelstva a cenami,
- materiálně-technickou základnou cestovního ruchu,
- infrastrukturou, především dopravní a komunikační vybaveností,
- fondem volného času.

Tyto faktory předurčují vývoj cestovního ruchu a mají význam pro hospodářský rozvoj. (Kučerová, 1997: 113)

3.1.2 Marketingové prostředí

Marketingové prostředí zahrnuje jak faktory, které firma do jisté míry určitými postupy ovlivnit může, tak faktory, na které nemá téměř žádný vliv a jež legálními formami ovlivnit nelze. Podle ovlivnitelného nebo neovlivnitelného faktoru rozeznáváme mikroprostředí a makroprostředí. (Boučková a kol., 2003, str. 81)

Mikroprostředí je skupina, kam patří faktory, které může podnik jistým způsobem využít a jež bezprostředně ovlivňují možnost podniku realizovat svou hlavní funkci, a to uspokojení potřeby svých zákazníků. Hlavními faktory mikroprostředí jsou:

- daný subjekt jako hlavní článek,

- zákazníci,
- dodavatelé,
- distribuční články a prostředníci,
- konkurence.

Makroprostředí působí svými společenskými faktory na mikroprostředí všech aktivních účastníků trhu. Toto širší okolí vytváří prostor, v němž respektování existujících faktorů makroprostředí může podniku přinášet řadu zajímavých příležitostí pro podnikání.

Jedná se o faktory:

- sociální,
- technické a technologické,
- ekonomické,
- politicko-legislativní.

K nim se přiřazují ještě přírodní a ekologické faktory, které právě v současné době hrají významnou omezující podmínku pro řadu rozvojových programů. (Boučková a kol., 2003: 82)

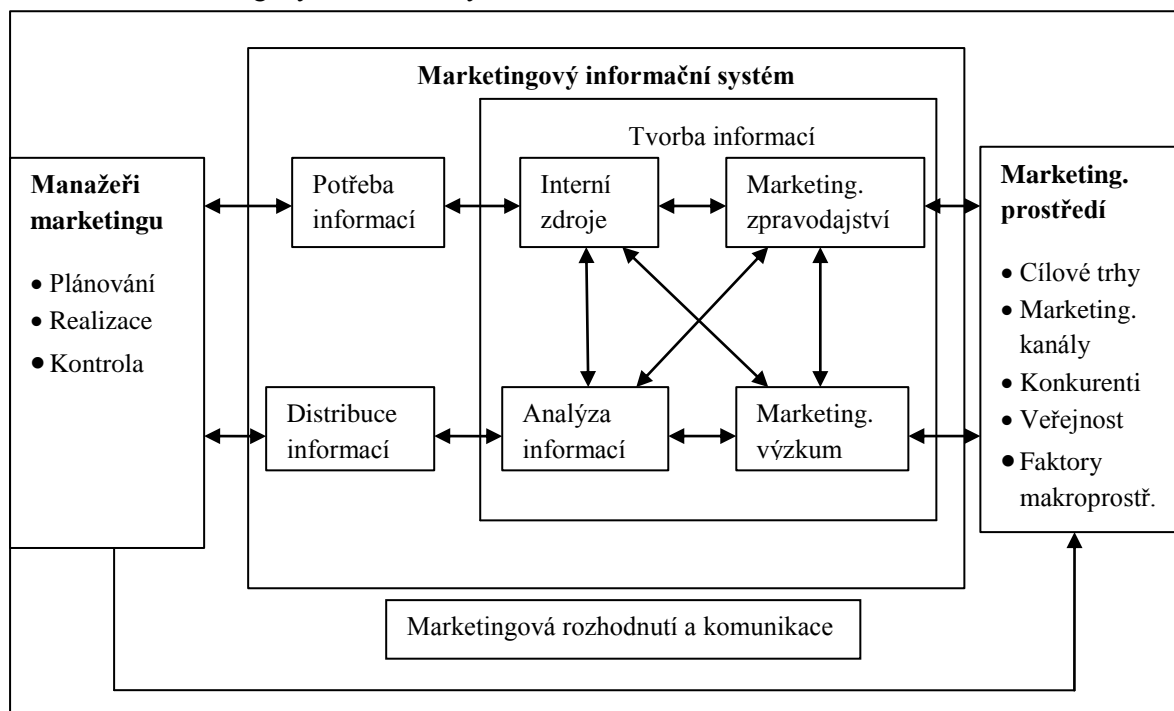
3.1.3 Marketingový informační systém

Kotler (2001: 114) chápe marketingový informační systém (MIS) jako proces, který zahrnuje pracovníky, zařízení a informační technologie pro sběr, třídění, analyzování a distribuování potřebných, včasných a přesných informací tvůrcům marketingových rozhodnutí.

Nejobvyklejší je členění informací na:

- primární a sekundární,
- kvantitativní a kvalitativní,
- interní a externí. (Boučková a kol., 2003: 38)

Schéma 1: Marketingový informační systém



Zdroj: Vlastní zpracování dle Jakubíková (2008: 94).

V rámci cestovního ruchu sdružení potřebuje pro svou činnost informace, které lze rozdělit do dvou skupin, a to na:

- informace na úrovni destinace a
- informace z jednotlivých zařízení cestovního ruchu.

V zájmu efektivního zpracování informací musí sdružení budovat svůj vlastní marketingový informační systém. (Kirářová, 2003: 36)

3.1.4 Marketingové řízení cestovního ruchu

Marketingové řízení je podle Boučkové (2003: 10) proces vedoucí při uvažování vnitřních podmínek i zdrojů a vnějších příležitostí ke stanovení a dosažení marketingových cílů. Podstata spočívá v uspořádaném souboru poznatků a informací, zpracovaném formou návodu pro marketingové jednání a rozhodování, vedoucí k dosažení podnikových a marketingových cílů, při efektivním využití disponibilních zdrojů pro marketingové aktivity.

Marketingové řízení je tedy chápáno jako komplexní činnost, která zahrnuje etapu:

- analýzy,
- plánování,
- realizace (organizování, implementace) a
- kontroly programů. (Hesková a kol., 2006: 137)

Tyto etapy tvoří marketingový systém, ve kterém je důležité odpovědět si na pět klíčových otázek. Těmi jsou:

1. Kde jsme nyní?
2. Kde bychom chtěli být?
3. Jak se tam dostaneme?
4. Jak zajistíme, že se tam dostaneme?
5. Jak zjistíme, že jsme se tam dostali? (Morrison, 1995: 60)

3.1.4.1 Plánování

Plánovací proces znamená hodnocení konkrétní podnikové situace, poznání trhu a konkurence, analýzu a prognózu vývoje poptávky, stanovení cílů, tvorbu variantních strategických směrů pro jejich dosažení a sestavení funkčního plánu, který slouží jako základ marketingového řízení podniku. (Boučková a kol., 2003: 15)

Základní prvky plánovacího procesu:

A) Marketingová situační analýza

Situační analýza věnuje pozornost silným a slabým stránkám firmy, napomáhá dlouhodobému plánování, pomáhá rozvoji marketingového plánu a zdůrazňuje prioritu marketingového výzkumu. (Morrison, 1995: 128)

Celková souhrnná analýza vnitřních a vnějších předpokladů, se zkráceně označuje jako SWOT analýza, která je základem vypracování každé marketingové strategie a marketingového plánu. V rámci SWOT analýzy se provádí analýza a vymezení silných a slabých vnitřních činitelů firmy (*Strengths and Weaknesses Analysis*) a také analýza příležitostí a hrozeb firmy (*Opportunities and Threats Analysis*). Zatímco analýza silných a slabých stránek je určitým porovnáváním ukazatelů zařazení

sledovaného území či organizace do širšího kontextu, analýza příležitostí a hrozeb je analýzou trendů ovlivňujících obec či organizace v ní působící zvenčí, na makroúrovni. (Foret a Foretová, 2001: 77)

B) Stanovení marketingových cílů

Sdružení cestovního ruchu stanovuje cíle na základě formulované mise tak, aby byly reálné, motivující, a aby bylo možné jejich plnění vyhodnocovat. Reálnost cílů umožní determinovat, co se musí udělat, vybrat efektivní strategie, spolupracovat při stanovení operačních plánů jednotlivých zařízení cestovního ruchu, stanovit standardy na vyhodnocování výsledků a nakonec jejich samotné vyhodnocení. (Kiráľová, 2003: 77)

C) Formulování marketingových strategií

Marketingová strategie je výběr způsobu jednání, vybraný z několika možností, který zahrnuje specifické skupiny zákazníků, metody komunikace, distribuční kanály a cenové struktury. (Morrison, 1995: 190)

Součástí zpracování marketingové strategie je výběr cílových trhů. Trh je místem, kde se setkávají prodávající (nabídka) a kupující (poptávka). V marketingovém pojetí se rozlišuje:

- *potenciální trh*, kde je soubor spotřebitelů, kteří mají nebo mohou projevit zájem o určitý produkt, současně je jim tento produkt finančně a fyzicky dostupný,
- *aktuální trh*, kde soubor spotřebitelů produkt již nakupuje,
- *cílový trh* je část trhu, který se podnik rozhodl získat.

Jelikož potřeby a poptávka zákazníků i jejich možnosti jsou velmi rozdílné, měla by být i nabídka diferencována. Celý proces výběru cílových trhů zahrnuje následující tři kroky:

- *segmentaci trhu*, která rozčlení trh na relativně homogenní skupiny kupujících,
- *výběr cílových skupin*, které vychází z hodnocení každého segmentu a následného rozhodnutí firmy, které z nich osloví,

- *vymezení tržní pozice*, která vychází při vypracování nabídky ze znalostí pozice konkurence a na ně navazujícího podrobně vypracovaného marketingového mixu. (Foret a Foretová, 2001: 82)

D) Sestavení marketingového plánu

Morrison popisuje marketingový plán jako „*písemnou formou zpracovaný plán, který organizace využívá jako průvodce pro své marketingové činnosti na období jednoho roku nebo období kratší. Je poměrně detailní a specifikovaný a pomáhá společnosti koordinovat mnohé postupy a lidi, kteří hrají významné role v marketingu.*“ (Morrison, 1995: 215)

Marketingový plán má dvě části, a to úvodní a realizační. V úvodní části je vymezeno, jak a proč byl plán sestaven. Uvádějí se zde výsledky uskutečněných analýz. Druhou částí marketingového plánu je realizační plán, v kterém sdružení detailně specifikuje všechny činnosti, aby bylo možné aktivizovat marketingový mix, konkretizuje časový horizont plnění plánu, určí konkrétní odpovědnost, stanoví rozpočty, určí způsob hodnocení plnění plánu a po vypracování plánu obeznámí vedoucí pracovníky, jaká základní rozhodnutí byla přijata. (Királ'ová, 2003: 83)

3.1.4.2 Realizace

Realizační etapa marketingového procesu znamená, uvedení marketingového plánu efektivním způsobem do každodenní praxe. Řízená marketingová realizace předpokládá vzájemnou kooperaci a koordinaci činností, správný směr motivování jednotlivců i týmů, jasně stanovenou odpovědnost za každou prováděnou aktivitu a rovněž dobrou a otevřenou vzájemnou komunikaci. Činnosti provází vypracování příslušných dokumentů. Úspěšný realizační proces znamená dosažení cílů stanovených v marketingovém plánu. (Boučková a kol., 2003: 26)

3.1.4.3 Kontrola

Cílem marketingové kontroly je pravidelné porovnávání výsledků s plánem a přijímání korekčních opatření v zájmu uspokojení potřeb a požadavků návštěvníků a následné realizaci zisku. V souvislosti se změnou podmínek na trhu, může kontrola prokázat i potřebu změny cílů nebo přijatých plánů. Měly by se uskutečňovat tři typy kontroly,

a to roční kontrola plánu, kontrola ziskovosti a strategická kontrola. (Királ'ová, 2003: 143)

Pro kontrolní fázi strategického marketingového procesu je podstatný marketingový audit, který analyzuje celkovou marketingovou situaci podniku a hodnotí, jak účinně podnik vykonává marketingové činnosti a jak se vyrovnává s marketingovými funkcemi. (Horáková, 2003: 186)

3.1.5 Marketingový výzkum

Kotler definuje marketingový výzkum následovně: „*Marketingový výzkum je systematické určování, shromažďování, analyzování a vyhodnocování informací, týkajících se určitého problému, před kterým firma stojí.*“ (Kotler, 2001: 116)

Proces marketingového výzkumu je uskutečňován v sekvenci pěti kroků, jimiž je:

1. Formulace problému
2. Uspořádání výzkumu a metody sběru dat
3. Výběr vzorku a sběr dat
4. Analýza a interpretace údajů
5. Příprava výzkumné zprávy (Morrison, 1995: 139)

K dispozici je mnoho výzkumných a statistických metod. Jejich výběr by měl být realizován na základě využití systematického marketingového výzkumného procesu. Metody výzkumu mohou být rozděleny do čtyř základních kategorií:

- experimentální výzkum,
- pozorovací výzkum,
- průzkum a
- simulační výzkum.

Királ'ová doporučuje především metodu průzkumu tj. vypracování standardního dotazníku. Výhodou je relativně vysoké procento návratnosti, vysoká úroveň a flexibilita. V hlavičce dotazníku musí být uveden účel, za jakým má být vyplněn, způsob jakým má být vyplněn, poděkování za vyplnění a datum vyplnění. Počet otázek by neměl přesáhnout 25, a to v pevně stanoveném pořadí a s výstižnou formulací.

Otázky mohou být otevřené, uzavřené nebo polootevřené. Otázky v dotazníku se musí logicky odvíjet. Jasně a jednoznačně formulování otázek je nutností proto, aby je respondent pochopil. (Királ'ová, 2003: 60)

Marketingový výzkum pomáhá získat detailní znalosti o zákaznících. Poskytuje informace o tom, jak se daří uspokojovat potřeby zákazníků a jaká je pozice na trhu. Prostřednictvím výzkumu jsou také zkoumány nové cílové trhy, posuzovány a testovány nové služby a vybavení. Identifikováni jsou i hlavní konkurenti a s nimi i jejich slabé a silné stránky. (Morrison, 1995: 134)

3.1.6 Marketingový mix v cestovním ruchu

Marketingový mix je jedním ze základních principů marketingu. Představuje soubor činitelů, jejichž použití společně s výběrem tržních segmentů a cílových trhů vytvářejí marketingovou strategii společnosti. Prostřednictvím marketingových nástrojů firma usiluje o uspokojení potřeb svých zákazníků a o dosažení marketingových cílů. (Čertík, 2000: 70)

Jiná literatura popisuje marketingový mix, jako soubor taktických nástrojů, které může poskytovatel určitých služeb využívat pro získání konkurenceschopnosti svého produktu a pro jeho prosazení se na trhu. (Foret a Foretová, 2001: 66)

Základní nástroje marketingového mixu jsou čtyři, a protože byly definovány v angličtině, tvoří tzv. „4P“. Jedná se o tyto základní marketingové nástroje:

- výrobek nebo služba (*Product*),
- cena (*Price*),
- marketingová komunikace neboli propagace (*Promotion*),
- způsob umístění na trhu (*Place*). (Čertík, 2000: 70)

Produkt je základním nástrojem marketingového mixu. Představuje konkrétní nabídku firmy na trhu a zahrnuje jakost, design, vlastnosti, značku a balení. **Cena** je částka, kterou musejí zákazníci za produkt zaplatit. Ceny by měly být úměrné spotřebitelské hodnotě nabízených produktů. **Propagace** zahrnuje různé činnosti, které firma realizuje, aby zákaznicky na cílovém trhu seznámila se svými produkty. Jde o efektivní nabídku

produktů zákazníkům. **Místo** představuje různé distribuční aktivity, které firma vyvíjí, aby činila produkt snadno dostupným a dosažitelným pro cílové zákazníky. Firma musí identifikovat, najímat, propojovat různé marketingové zprostředkovatele, aby své produkty dodávala na cílové trhy efektivně. (Kotler, 2001: 102)

Pro cestovní ruch je charakteristické používání specifických marketingových nástrojů, k nimž patří:

- lidé (*People*),
- princip spolupráce (*Partnership*),
- vytváření balíčků služeb (*Package*),
- programování (*Programme*). (Čertík, 2000: 70)

Lidé jsou přímou součástí přípravy a realizace služeb cestovního ruchu, ve své podstatě jsou lidé součástí nabízených služeb. Platí tedy, že jací jsou pracovníci, taková je úroveň a kvalita poskytovaných služeb. **Partnership** je důležitý z hlediska spokojenosti zákazníka. Příkladem může být zájezd, na jehož přípravě a realizaci se podílejí pracovníci cestovních kanceláří, řidiči dopravních prostředků, obsluhující personál v ubytovacích a stravovacích zařízeních, průvodci, animátoři a celá řada dalších lidí. Jejich spolupráce je proto tak podstatná, aby došlo ke spokojenosti zákazníka. Tento princip platí i pro orgány a organizace působící v cestovním ruchu. **Package** neboli vytváření balíčků služeb jsou činnosti, jejichž výsledkem je soubor vzájemně se doplňujících služeb, které zohledňují individuální přání zákazníka a jsou prodávány za jednotnou cenu. **Programování** je nástrojem, který úzce souvisí s package. Vytváří obsahovou náplň balíčků služeb a má za cíl zvýšit přitažlivost package nebo dalších služeb cestovního ruchu. (Čertík, 2000: 82)

3.2 Produkt

Podle vymezení Americké marketingové asociace (AMA) se za produkt považuje 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. Produkt má následující tři úrovně:

1. *jádro* – je to základní užitek, který produkt přináší zákazníkům,
2. *vlastní produkt* – má pět charakteristických znaků: kvalitu, provedení, styl a jemu nadřazený design, značku případně i obal,
3. *rozšířený produkt* – obsahuje dodatečné služby či výhody. (Foret a Foretová, 2001: 66)

3.2.1 Produkt cestovního ruchu

Produkt cestovního ruchu neboli *tourist product* zahrnuje vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a má schopnost uspokojit potřeby návštěvníků a vytvořit tak komplexní soubor zážitků. Jde o služby, které produkuje a nabízí cílové místo (primární nabídka) a podniky a instituce cestovního ruchu (sekundární nabídka). Z ekonomického hlediska produkt cestovního ruchu je soubor, který tvoří:

1. *volný statek* – statek, který není ekonomickým statkem, tedy nebyl vytvořen lidskou prací,
2. *služba* – statek, který je ekonomickým statkem, jehož podstatou je činnost a jehož hodnota je určena užitekem, který přináší,
3. *zboží* – je výrobek určený k realizaci na trhu,
4. *veřejný statek* – je statek určený pro kolektivní spotřebu, ze kterého mají všichni prospěch, tj. nelze nikoho vyloučit ze spotřeby tohoto statku. (Hesková a kol., 2006: 96)

Proces tvorby produktu/produktové řady, která vychází z výsledků analýzy možností destinace, lze rozdělit na čtyři kroky, a to:

- identifikaci možností na trhu,
- tvorbu produktové řady,
- testování na trhu,
- zavedení na trh cestovního ruchu. (Királ'ová, 2003: 89)

3.2.2 Služby jako součást cestovního ruchu

Službami se obecně rozumějí ekonomické statky, které mají nehmotný charakter. V cestovním ruchu představují heterogenní soubor užitečných efektů určených

k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. Produkuje je podniky cestovního ruchu a subjekty soukromého a veřejného sektoru, což znamená, že mají průřezový charakter. (Orieška, 2010: 9)

Služby v cestovním ruchu mají základní rozdělení na:

1. *Služby cestovního ruchu* – tyto služby výlučně nebo převážně uspokojují potřeby účastníků cestovního ruchu a produkuje je podniky cestovního ruchu. Jsou to služby výrobců a zprostředkovatelů služeb.
2. *Ostatní služby* – produkuje je podniky s polyfunkčním charakterem, tj. část jejich produkce spotřebovávají účastníci cestovního ruchu, v rozhodující míře však uspokojují potřeby místního obyvatelstva.

Tyto služby jsou poskytovány ve třech fázích, a to:

1. Přípravenost na poskytování služeb
2. Proces poskytování služeb
3. Výsledek poskytnutí služby. (Hesková a kol., 2006: 100)

Služby mají určité znaky, kterými se liší od výrobků. Jde o všeobecné a speciální znaky.

Schéma 2: Znaky služeb

Všeobecné znaky	Speciální znaky
<ul style="list-style-type: none">• Nemateriálnost• Vysoká spotřeba živé práce• Začlenění vnějšího faktoru do procesu poskytování služeb• Soulad poskytování služeb s jejich spotřebou• Pomíjitelnost	<ul style="list-style-type: none">• Časová a místní vázanost na primární nabídku CR• Komplexnost a komplementarita• Zastupitelnost• Mnohooborový charakter• Nevyhnutelnost zprostředkování služeb• Dynamika a sezonnost poptávky po službách• Nevyhnutelnost informací o službách a jejich kvalitě• Neanonymita spotřebitele služeb

Zdroj: Vlastní zpracování dle Orieška, J.: *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea Servis, 2010: 9.

3.3 Destinace

Destinace je geografický prostor, který host volí jako cíl účasti na cestovním ruchu. Pro potřeby cestovního ruchu zahrnuje destinace komplex služeb. Obecně je chápána jako směrování, cíl cesty, místo navštívené účastníkem cestovního ruchu. (Hesková a kol., 2006: 153)

3.3.1 Destinace cestovního ruchu

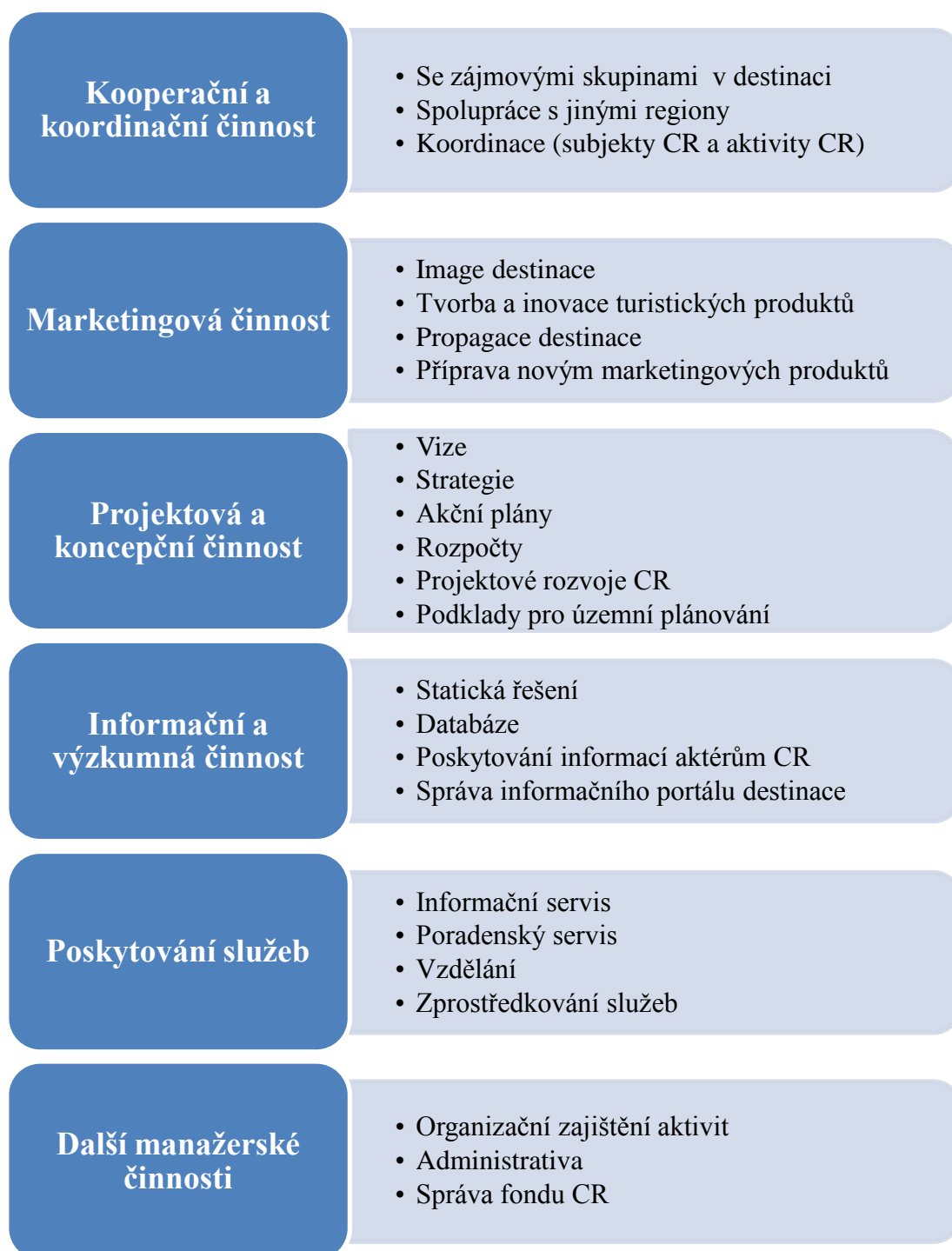
Destinace cestovního ruchu je přirozeným celkem, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných destinací. Királ'ová uvádí definici UNWTO, podle které destinace představuje místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina vybírá pro svou návštěvu a které poskytovatelé přinášejí na trh. (Királ'ová, 2003: 15)

3.3.2 Destinační management

Management destinace je proces vytváření a řízení silných, tržně orientovaných a systémově řízených jednotek tedy destinací. Destinační management je souborem řídicích opatření, organizování, promotion a rozhodovacích procesů. Také je strategií rozvoje, která reaguje na požadavky mezinárodního globálního trhu, směřuje k silným jednotkám, strategicky řízeným a konkurence schopným. Je zde vysoká míra spolupráce a kooperace jednotlivých subjektů účastnících se na řízení destinace. (Hesková a kol., 2006: 155)

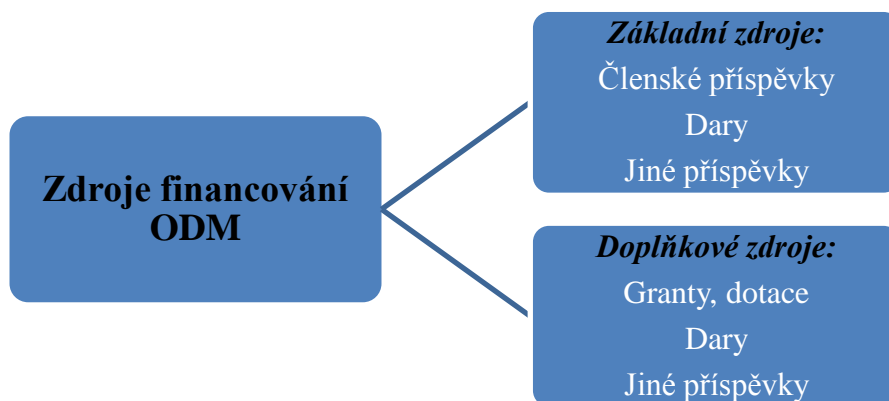
Management destinace je profesionální společností, jejímž hlavním účelem je organizace a řízení v destinaci. Je obvykle řízen organizací jinak také Společná organizace turismu nebo Společnost destinačního managementu. Bývá podporována a financována nejsilnějšími partnery destinace. Důležité jsou aktivity, na které se organizace zaměřuje a také financování těchto činností. (Fellegiová, 2008: 11)

Schéma 3: Činnosti organizace DM



Zdroj: Vlastní zpracování dle Fellegiová, E.: *Destinační management*. Jihočeská univerzita v ČB, 2008: 19.

Schéma 4: Zdroje financování ODM



Zdroj: Vlastní zpracování dle Fellegiová, E.: *Destinační management*. Jihočeská univerzita v ČB, 2008: 18.

3.3.3 Destinační marketing

Palatková používá dvě definice marketingu destinace, o kterých hovoří Coltman. Za první je to marketing destinace jako filozofie řízení destinace, stanovující na základě spotřebitelské poptávky zjištěné výzkumem a předpověďmi umístění produktu destinace na trh s cílem realizace maximálního zisku (prodeje). Za druhou je to marketing destinace jako řízený a cílený souhrn aktivit, vyvažujících cíle destinace s potřebami klientů.

Marketing destinace tedy představuje významný nástroj pronikání destinace na mezinárodní i domácí trh turismu na regionální, lokální i národní úrovni. Zároveň v sobě propojuje strategickou, taktickou a administrativní rovinu s přihlédnutím k potřebám transformace na nové podmínky trhu cestovního ruchu. (Palatková, 2006: 76)

3.3.4 Marketingový management

Destinační management je úzce propojen s destinačním marketingem v „marketingovém řízení destinace“. Marketingový management destinace vychází přímo z politiky turismu v destinaci, což znamená stanovení rámcových podmínek pro fungování odvětví turismu. Politika turismu by měla propojovat průřezové odvětví turismu s ostatními odvětvími a měla by být v souladu s vizí destinace, která je zdrojem pro konkrétní plány. Také usnadňuje společné rozhodování o specifických záležitostech

a poskytuje rámec pro diskusi veřejné a privátní sféry. V dnešní době je spojena s pojmy „konkurenceschopnost“ a „udržitelný rozvoj“. (Palatková, 2006: 46)

3.4 Cestovní ruch

Přesné definování cestovního ruchu je vzhledem k jeho mnohooborovosti a průřezovosti velice složité. Různí autoři ve svých definicích zdůrazňují různé stránky jevu většinou v závislosti na tom, z hlediska které vědní disciplíny je zkoumán a definován.

Definice cestovního ruchu byla stanovena na Mezinárodní konferenci o statistice cestovního ruchu v kanadské Ottawě v roce 1991 uspořádané Světovou organizací cestovního ruchu. Cestovní ruch je definován jako *„činnost osoby, cestující na přechodnou dobu mimo její běžné životní prostředí /mimo místo bydliště/ a to na dobu kratší než je stanovena (u mezinárodního cestovního ruchu tato doba činí 1 rok, u domácího cestovního ruchu 6 měsíců), přičemž hlavní účel cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě (jiný účel cesty než vykonávání výdělečné činnosti v definici znamená, že výdělečná činnost není v navštíveném místě založena na trvalém či přechodném pracovním poměru).“* (Malá a kol., 2002: 10)

Goeldner a Ritchie popisují cestovní ruch jako jeden z největších světových průmyslů. Skládá se z mnoha segmentů, mezi které patří především doprava, ubytování, stravování, nakupování, cestovní opatření a aktivity pro turisty, tak jako historie, kultura, příroda, sporty, rekreace, životní prostředí a další jednoduché činnosti. Právě vztah cestovního ruchu, rekreace, obchodu a volného času sledují kariéru v množství turisticky souvisejících oblastech. Cestovní ruch je totiž různorodý a komplexní a každý jeho sektor tak přináší mnoho pracovních příležitostí a kariérních možností. (Goldner a Ritchie, 2009: 67)

Také Királ'ová popisuje cestovní ruch jako jeden z největších a nejrychleji se rozvíjejících průmyslů světa, který má vliv na zaměstnanost, na tvorbu hrubého domácího produktu a vytváření devizových rezerv státu. Také zvyšuje všeobecnou vzdělanost obyvatelstva a zaslouží se o záchranu kulturních, uměleckých a historických památek. (Királ'ová, 2003: 9)

3.4.1 Systém cestovního ruchu

Cestovní ruch je dynamickým systémem, který tvoří dva podsystemy, a to subjekt cestovního ruchu a objekt cestovního ruchu.

- Subjekt cestovního ruchu je reprezentován účastníkem cestovního ruchu, který uspokojuje svoje potřeby spotřebou statků cestovního ruchu v době cestování. Je nositelem poptávky a spotřebitelem produktu cestovního ruchu.
- Objektem cestovního ruchu je všechno, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu. Tvoří ho cílové místo, podniky a instituce cestovního ruchu.

Systém cestovního ruchu může být ovlivňován jinými systémy, které tvoří jeho vnější prostředí. Jde o ekonomické, politické, sociální, technicko-technologické a ekologické prostředí. (Hesková a kol., 2006: 12)

3.4.2 Předpoklady rozvoje cestovního ruchu

Lokalizační faktory

Rozhodují o konkrétní lokalizaci a funkčním využití dané oblasti cestovním ruchem.

Patří sem:

- přírodní předpoklady, které mají relativně trvalý, časově neměnný charakter a do značné míry nejsou závislé na lidských činnostech
- kulturně-historické předpoklady, které v sobě skrývají široké spektrum atraktivit, tedy nejen obecně „kulturněhistorické“, ale i církevní, technické, nebo vojenské atraktivity.

(www.extranet.kr-vysocina.cz/...ruch/Analyza_cestovniho_ruchu_v_kraji_Vysocina.pdf
23. 9. 2010)

Selektivní (stimulační) faktory

Rozdělují se na následující faktory:

- objektivní faktory, kam řadíme politické faktory, kde platí, že cestovní ruch se ve větší míře rozvíjí v mírovém uspořádání světa a také záleží na charakteru politického systému uvnitř státu (regionu), na dosažené životní úrovni a objemu

fondy volného času, na urbanizaci, na životním prostředí a demografické struktuře a

- subjektivní faktory, kde záleží na příslušnosti k určité sociální či profesní skupině a dále jde o módnost a trendy, které cestovní ruch ovlivňují.

(www.gis.zcu.cz/studium/dbg2/Materialy/html/ch16.html, 23. 9. 2010)

Realizační předpoklady

Patří sem turistická infrastruktura, která je nejdůležitější součástí materiálně-technické základny cestovního ruchu v daném území. Lze ji členit na:

- základní turistickou infrastrukturu (ubytovací a stravovací zařízení)
- doprovodnou turistickou infrastrukturu (sportovně-rekreační a doprovodná infrastruktura).

(www.extranet.kr-vysocina.cz/...ruch/Analyza_cestovniho_ruchu_v_kraji_Vysocina.pdf 23. 9. 2010)

Tabulka 1: Předpoklady rozvoje cestovního ruchu

Lokalizační	<i>přírodní</i>	povrch, podnebí, vodstvo, rostlinstvo, živočišstvo atd.
	<i>kulturní</i>	kulturní památky, muzea atd.

Selektivní	<i>objektivní</i>	politické	politická a bezpečnostní situace
		ekonomické	ekonomická a životní úroveň
		demografické	hustota zalidnění, věková struktura atd.
	<i>subjektivní</i>	sociologické	příslušnost k sociální a profesní skupině atd.
		ostatní	módnost, reklama atd.

Realizační	<i>dopravní</i>	poloha v dopravní síti, dostupnost
	<i>materiálně-technická základna</i>	ubytovací, stravovací, zábavní, dopravní zařízení

Zdroj: (www.voskv.cz/downloads/CR_svet_teorie.ppt, 23. 9. 2010, vlastní zpracování)

3.4.3 Druhy a formy cestovního ruchu

Specifikovat cestovní ruch pouze v obecné rovině by bylo nedostačující, protože ve skutečnosti nabývá zcela konkrétní podoby, která je výrazem jeho obsahové i jevové stránky. Z tohoto hlediska se v odborné literatuře setkáváme s nejrůznějším členěním cestovního ruchu v závislosti na tom, jak se projevuje v reálné konkrétní podobě a to ať již na straně poptávky nebo na straně nabídky. Nejčastěji se cestovní ruch člení na druhy cestovního ruchu a formy cestovního ruchu. (Indrová a kol., 2004: 17)

Odborná literatura uvádí, že o druzích cestovního ruchu hovoříme tehdy, když za základ posuzování cestovního ruchu vezmeme motivaci jejich účastníků, tedy účel, pro který cestují a pobývají přechodně na cizím místě. O formách cestovního ruchu mluvíme, když jako základ posuzování cestovního ruchu vezmeme různé příčiny, které ho ovlivňují, a důsledky, které přináší. (Hesková a kol., 2006: 21)

3.4.4 Potenciál cestovního ruchu

Potenciál cestovního ruchu je tvořen primární nabídkou, která zahrnuje základní složky, a to přírodní, kulturně-historický a kulturně-společenský potenciál. Dále je tvořen sekundární nabídkou cestovního ruchu, která představuje prostředky ke splnění tužeb a očekávání účastníka cestovního ruchu. Tvoří ji turistická supra a infrastruktura a dále všeobecná infrastruktura. (Kiráľová, 2003: 40)

Další literatura dodává, že potenciál cestovního ruchu není v prostoru rozmístěný rovnoměrně a s ohledem na svojí jedinečnost může mít místní, regionální, celostátní a až mezinárodní význam. Umožňuje naplnit cíle účasti na cestovním ruchu jako je zdraví, poznávání, společenská komunikace apod. (Hesková a kol., 2006: 15)

Odborná literatura popisuje všechny tři složky primární nabídky.

- Přírodní potenciál destinace představuje soubor podmínek, které jsou významným činitelem a vnějším motivačním faktorem determinujícím účast na cestovním ruchu. Patří k rozhodujícím činitelům rozvoje cestovního ruchu v destinaci.

- Kulturně-historický potenciál destinace tvoří uměle vytvořené, lokalizované složky produktu. Patří sem ty atraktivní prvky cestovního ruchu, které svou hodnotou přitahují určitý okruh návštěvníků.
- Také kulturně-společenské, sportovní a jiné akce patří k uměle vytvořeným, organizovaným složkám produktu. (Királ'ová, 2003: 40)

Hesková popisuje sekundární nabídku a označuje jí také jako různorodou infrastrukturní vybavenost. Jde o podniky, zařízení a instituce cestovního ruchu, které umožňují návštěvníkům cílového místa přechodně se ubytovat, stravovat a vykonávat různé rekreační, sportovní, kulturní a jiné aktivity typické pro cestovní ruch. (Hesková a kol., 2006: 15)

Důležitým předpokladem cestovního ruchu, který souvisí s úspěšností primární a sekundární nabídky destinace na trhu, je také postoj obyvatel a pracovníků v cestovním ruchu k návštěvníkům destinace. (Királ'ová, 2003: 46)

4. Situační analýza

4.1 Oblast Havlíčkovobrodsko

Havlíčkovobrodsko se nachází uprostřed České republiky na české straně Vysočiny na severozápadě kraje Vysočina. Patří mezi nejméně zalidněná území v České republice, s větším množstvím malých obcí a s nadprůměrným kvalitním životním prostředím. Na severovýchodě hraničí s Chrudimskem, na severozápadě s Kutnohorskem, na západě s Benešovskem, na jihozápadě s Pelhřimovskem, na jihu s Jihlavskem a na východě se Žďárskem. Větší města, která se nacházejí na Havlíčkovobrodsku, jsou Golčův Jeníkov, Habry, Havlíkův Brod, Chotěboř, Ledec nad Sázavou, Přibyslav, Světlá nad Sázavou a Ždírec nad Doubravou. Tyto města a jejich okolí vymezují oblast Havlíčkovobrodsko pro potřeby bakalářské práce.



Obrázek 1. Oblast Havlíčkovobrodsko (www.trasovnik.cz/k_vysoc/havlbrod/havlbrod.asp, 8. 12. 2010)

V této oblasti lze navštívit mnoho zajímavých míst spjatých s historií národa České republiky. Havlíčkobrodsko si zamilovali básníci, malíři a spisovatelé. První osadníci zde zakládali hamry a putovali po starobylých stezkách, některé z nich se později staly obchodními stezkami. Historie této oblasti dýchá z každého kláštera, hradu či kostela. Havlíčkobrodsko se také chlubí svými přírodními skvosty, zurčícími potoky, řekami a nechybí ani skalnatá a romantická údolí. Lze jej charakterizovat jako průmyslově – zemědělskou oblast, s tradicí strojírenského, dřevozpracujícího, sklářského průmyslu, výrobou potravin a nápojů. V zemědělství se označuje za centrum bramborářství, což dosvědčuje i existence Výzkumného ústavu bramborářského v Havlíčkově Brodě.

4.2 Charakteristika oblasti Havlíčkobrodská

4.2.1 Horopis

Popisované území náleží Českomoravské soustavě, podsoustavě Českomoravská vrchovina. Jihozápadní část tvoří celek Křemešnická vrchovina a jeho podcelek Humpolecká vrchovina. Většinu oblasti zaujímá celek Hornosázavská pahorkatina s podcelky Havlíčkobrodská pahorkatina a Jihlavsko – sázavská brázda. Plošně nevelký jihovýchodní cíp patří celku Křižanovská vrchovina, podcelku Brtnická vrchovina. Nejvyšším bodem této oblasti je Melechov (715 m) v Humpolecké vrchovině jihozápadně od Světlé nad Sázavou.

4.2.2 Geologická stavba

Celou oblast tvoří horniny moldanubika Českého masivu, jednoho z geologicky nejstarších území Evropy. Vzniklo zde mohutné pohoří. Žhavé magma proniklo z hlubin a utuhlo do podoby vyvěřelých hornin převážně žul. Jeho těleso vyplňuje prostor mezi Havlíčkovým Brodem a Humpolcem a táhne se jihozápadním směrem až do Rakouska. Dlouhodobým procesem zvětvávání a postupným rozrušováním horniny docházelo ke snižování pohoří. V minulosti se na Havlíčkobrodsku dobývaly rudy s obsahem stříbra a také olova i zinku. Po rychlém vyčerpání ložisek se těžba ukázala jako nerentabilní. Na řadě míst se v minulosti lámal a dodnes láme stavební kámen, především žula. Příkladem může být okolí Lipnice nad Sázavou.

4.2.3 Vodopis

Osou Havlíčkobrodská je řeka Sázava, která do oblasti vtéká u Nových Dvorů a opouští ji za Světlou nad Sázavou. Jejími největšími přítoky jsou zprava potoky Losenický, Borovský, Břevnický, Lučický a Sázavka. Zleva do Sázavy vtéká Nížkovský, Šlapanka, Žabinec, Úsobský, Perlový a Pstružný potok. Nejsevernější část území odvodňuje řeka Doubrava a západní okraj Želivka. Rybníků je na Havlíčkobrodsku velké množství, jsou však menších rozměrů. K největším patří Kamenná Trouba (19 ha) na Pstružném potoce u Lipnice nad Sázavou nebo Kachlička (18 ha) na Perlovém potoce u Skály. Mnohé se využívají ke koupání a rekreaci, jako Ředkovský u Okrouhlice. Přehradní nádrž je na Havlíčkobrodsku jen jedna, a to Břevnice u Chotěboře o rozloze 14 ha, která slouží jako zdroj užitkové vody pro Chotěboř a jako ochrana před povodněmi, má však i značný význam rekreační. Využívá se ke koupání a sportovnímu rybaření.

4.2.4 Fauna

Fauna na Havlíčkobrodsku má průměrné druhové zastoupení vázané na různé typy lesů. Ze savců se zde nachází prase divoké, srnec obecný, řidčeji jelen evropský, nepůvodní daněk evropský a muflon. Mezi drobné šelmy patří liška obecná a kuna lesní. Zastoupení mají i drobní savci jako myšice lesní, rejsek obecný, plšík lískový a netopýři. Na rašeliništích a vlhkých loukách žijí plazi a různé druhy obojživelníků. Patří sem zmije obecná, ještěrka živorodá, ropucha obecná, skokani a čolci. Jedlobukové lesy se staly domovem datla černého a žluny šedé. Jehličnaté lesy obývají brhlík lesní, červenka obecná, drozd zpěvný a sýkory. V říčkách žijí typické druhy ryb a kromě nich i ledňáček říční. Místy, se vyskytuje vydra říční. Některé rybníky hostí labuť velkou a kachnu divokou. Ve skalách se vyskytují puštík obecný, jestřáb lesní, krkavec velký a místy i výr velký.

4.2.5 Flóra

Lesy, kdysi významný fenomén oblasti, dnes rostou na podstatně menší rozloze než před několika lety. O likvidaci lesů se postarali předci oblasti Havlíčkobrodská, když zde zakládali vesnice a pole. Zničené lesy byly postupně obnovovány, ale ne již v původní druhové skladbě. Vysazeny byly rychle rostoucí smrky a v menší míře

borovice. Ve vyšších polohách rostou bučiny v podrostu s bikou bělavou, metličkou křivolakou a borůvkou černou. Na horninách bohatších na minerály rostou bohatá společenstva květnatých bučin s bukem, javorem klenem, jedlí a smrkem. V bylinném patře jsou hojné svízel vonný, violka lesní a kaprad' samec. V nižších polohách se vyskytují dub letní a zimní, habr obecný, v podrostu s lipnicí hajní, kostřavou ovčí, zvonkem broskvolistým atd. Podél vodních toků a mokřin rostou olšiny s bledulí jarní.

4.3 Historie

První zmínky o oblasti Havlíčkobrodsko jsou datovány od raného středověku, kdy zdejší nepřístupnou hornatou oblast postupně osídlily slovanské kmeny. Nejstarší slovanské osady pocházejí z 10. a 11. století, které vznikaly podél starých zemských stezek, z nichž největší význam měla stezka Haberská, která vedla z Prahy na Jihlavu a Znojmo. U brodu přes Sázavu na ní vznikla osada, kterou putující kupci nazvali Brod.

Začátkem 13. století byla objevena bohatá naleziště stříbra především v okolí Brodu. Podle velkého počtu německy mluvících obyvatel dostal Brod jméno Německý, které mu zůstalo do roku 1945, i když od husitských válek mělo převahu české obyvatelstvo. V okolí města vznikla řada hornických osad, ale kolem 14. století těžba stříbra upadla a řada horníků odešla. Ti, kteří zůstali, se usídlili a začali se živit zemědělstvím a řemesly. Od 13. století vznikala i další města jako Chotěboř, Světlá nad Sázavou a také četné hrady a tvrze.

V 15. století se i tady uplatnil vliv husitských ideí, kdy v roce 1422 porazili husité u Německého Brodu vojsko císaře Zikmunda a město pak dobyli, vypálili a většinu obyvatel pobili. Samotný vojevůdce Jan Žižka z Trocnova zemřel roku 1424 poblíž Přibyslavi při tažení na Moravu. Vše se změnilo po porážce stavovského povstání roku 1620, po níž přišla násilná rekatolizace, spojená s odchodem většiny domácí české nekatolické šlechty. Tak jako celé Čechy tak i oblast Českomoravské vrchoviny byla za třicetileté války uvržena do obrovské bídy. Většina měst byla vypálena a zničena. Nejhorší bylo řádění Švédů v závěru třicetileté války, kdy se v roce 1645 zmocnili hradu Lipnice a podnikali loupeživé nájezdy do okolí. Po válce se nová šlechta snažila vylepšit své hospodářské postavení a zisky tím, že utužovala poddanství a zvyšovala

robotní povinnosti. Postavení poddaných se tedy nezměnilo. Katolickému náboženství se nepodařilo zcela vymýtit evangelickou víru, kterou vyznávalo spousta lidí.

V 18. století se objevily první manufaktury a ve větší míře vznikaly sklárny, železné hutě a soukenické dílny. Po zrušení nevolnictví roku 1781 se situace poddaných zlepšila, ale výraznější rozvoj nastal po pádu Bachova absolutismu v roce 1859, kdy začaly vznikat osvětové, divadelní, sokolské, čtenářské a jiné kulturní a společenské spolky jak ve městech, tak i na venkově. Lidé se hlásili k odkazu velkého rodáka Karla Havlíčka Borovského a k radikálním činům Jana Žižky. Silnou vlnu antisemitských nálad vyvolala tzv. hilsneriáda, způsobená neobjasněnou vraždou Anežky Hrušové v Polné, z níž byl obviněn místní žid Leopold Hilsner. V období vzniku ČSR roku 1918 se úspěšně rozvíjela průmyslová i zemědělská výroba. Průmyslovými centry byl Havlíčkův Brod, Chotěboř nebo Světlá nad Sázavou. Ve 2. polovině 20. století se modernizovalo zemědělství a stavěly se nové průmyslové podniky. Na významu nabyla i bytová výstavba. Pro Havlíčkobrodsko bylo důležité vybudování dálnice D1 mezi Prahou a Brnem, která vede po jižní hranici oblasti Havlíčkobrodsko.

4.4 Přírodní předpoklady

Krajinu regionu lze rozčlenit do tří různých částí s různými přírodními podmínkami. Většina regionu (střed, JV, J, JZ) patří zvlněné krajině vysočiny plné remízků, menších lesíků, polí a luk s potoky, rybníky a menšími obcemi. SV patří okrajům hradby Železných hor s vyšší nadmořskou výškou a větším podílem lesů s okrajovým kaňonem řeky Doubravy. SZ patří jediné plošší a teplejší krajině u Golčova Jeníkova.

4.4.1 Ledeč nad Sázavou a okolí

- **Stvořidla (237,5 ha)** – přírodní rezervace se rozprostírá 6 km od Světlé nad Sázavou mezi Smrčnou a Ledčí nad Sázavou, kde koryto řeky Sázavy v hlubokém údolí vytvořilo balvanovité řečiště, které je odedávna rájem vodáků. V těchto místech má řeka prudký spád a vytváří četné peřeje. Stovky balvanů, které do oblých tvarů vymodelovaly dravé vody, jsou roztroušeny nejen v řečišti, ale i po okolních stráních. Z chráněných rostlin lze spatřit náprstník velkokvětý nebo oměj různobarvý, ale také zde žije chráněný skorec vodní, ledňáček říční a vydra

říční. Lokální železniční spoj přezdíváný „Posázavský Pacifik“ tvoří neodmyslitelný doplněk romantiky této krajiny.

- **Melechov** – je přírodním parkem a jedná se o velmi zachovalou oblast klidu s rozlohou 3239 ha, která se nachází na okraji Havlíčkobrodská asi 6,5 km východně až jihovýchodně od Ledče nad Sázavou a představuje typický krajinný obraz Hornosázavské pahorkatiny. Chrání kulturní krajinu značné estetické hodnoty. Mozaikovitě se tu střídají lesní smrkové porosty se zemědělskými pozemky. Osídlení oblasti je využíváno převážně k rekreačním účelům. Nad vesnicí Kouty se nachází také zřícenina Melechov. Fauna přírodního parku je reprezentována druhy charakteristickými pro zdejší nadmořskou výšku. Zajímavostí je zdejší vysazení muflona, jehož stavy se v posledních letech zvýšily.
- **Ledečský kras** - blízké okolí Ledče nad Sázavou je nejvýznamnější krasovou oblastí Vysočiny. Z několika známých podzemních prostor je nejvýraznější jeskyně V Šeptouchově, objevená v roce 1940. O budoucím možném zpřístupnění 80 m dlouhé jeskyně se zatím uvažuje. Prohlídku je možné domluvit na městském úřadě.
- **Čertův kámen** – je významnou Přírodní památkou, kde předmětem ochrany je žulové skalisko se skalními mísami do hloubky 50cm.

4.4.2 Chotěboř a okolí

- **Údolí Doubravy (92 ha)** – nachází se mezi místní částí Bílek a bývalým Horním mlýnem u Chotěboře. Rezervací protéká řeka Doubrava kaňonovitým zalesněným údolím a vytváří malebná a divoká zákoutí s balvanitým řečištěm a četnými peřejemi. Nechybí ani skalní věže, vodopád, obří hrnec či kamenné moře. Překrásný výhled do údolí se naskýtá ze skalní věže Čertův stolek, v jejíž blízkosti se nalézají dvě umělé jeskyně. Na skalnatém ostrohu Sokolohrady, kde stával hrad Sokolov je umístěna pamětní deska knězi a básníku Františku Bošíkovi. Tuň Mikšova jáma, kaňon Koryto, Velký vodopád či Točitý víť jsou dalšími zajímavými místy v údolí, opředenými pověstmi.
- **Koukalky** - zajímavé jsou také rulové skály nazývané Koukalky, které leží nedaleko kaple sv. Anny na západním okraji města Chotěboře.

4.4.3 Naučné stezky

- **Naučná stezka Příbyslav** - naučná stezka Příbyslav přibližuje přírodní, kulturní i historické bohatství malebného města. Nenáročná trasa je kruhová. Její délka je 8 km a zahrnuje 12 informačních panelů (Město Příbyslav, Ptačí obyvatelé městského parku, Jan Žižka z Trocnova, Karel Havlíček Borovský, Příbyslavský zámek, Historie města Příbyslavi, Kostel a sochy akademického sochaře Romana Podrázského, Štola pod farou, Geologie Českomoravské vrchoviny, Bezobratlí sladkých vod a Lesní společenstva).
- **Naučná stezka Sobíňov** - naučná stezka leží nad řekou Doubravou mezi CHKO Železné hory a CHKO Žďárské vrchy. Začíná před obecním úřadem Sobíňov. V roce 1144 zde vznikla Liběcká stezka a právě naučná stezka Sobíňov prochází úvozem, který je pozůstatkem po této cestě a míjí tvrz Soběnov a také seznamuje návštěvníky i se zdejším dolováním železné rudy a stříbra. Stezka má délku 6,5 km a zahrnuje 11 zastávek (Sobíňov, Březinka, Železné hory, Liběcká stezka, Nová ves – Hut' – Hlína, Rybníky, Les, Přírodní rezervace Niva Doubravy, Terénní stanice ČSOP, Sopoty a Tvrziště Soběnov).
- **Naučná stezka Údolím Doubravy** - jde o středně náročnou naučnou stezku, která začíná u Horního mlýna u Chotěboře, vede souběžně s červenou turistickou trasou a končí v obci Bílek. Je určena pěším zájemcům o geomorfologii, rostlinstvo a živočišstvo. Zdejší dramatické skalní útvary jsou oblíbeným cílem horolezců a dravá říčka v úzkém korytu vytváří nezapomenutelnou podívanou. Stezka je dlouhá 4,5 km a má 11 zastávek (Voda a její význam v krajině, Ostrov, Kamenný potok, Lesní společenstva, Údolní niva, Kamenné moře, Čertův stolek, Sokolohrad, Koryto, Mikšova jáma a Lom).

4.5 Kulturně – historické předpoklady

Havlíčkobrodsko má velmi bohaté a rozmanité dějiny, které zachycují historické a kulturní objekty. Historická městská jádra (chráněny jako městské památkové rezervace), venkovská lidová architektura (chráněna jako venkovské památkové rezervace), hrady, zámky, kostely, chrámy, kláštery, ale i technické a vojenské památky a další.

4.5.1 Havlíčkův Brod

Havlíčkův, dříve Německý a původně Smilův Brod leží v Hornosázavské pahorkatině na horním toku Sázavy, asi 30 km západně od Žďáru nad Sázavou.

- **Muzeum Vysočiny Havlíčkův brod** – sídlí v tzv. Havlíčkově domě na náměstí. Z původně renesančního domu se zachoval nárožní arkýř s věžičkou a malovaný strop v patře, zachovány jsou i gotické architektonické prvky. Dům vlastnila v letech 1832-1880 rodina Karla Havlíčka Borovského. Je zde umístěna pamětní deska a Havlíčkův medailon. Expozice obsahuje také řadu osobních předmětů spisovatele. Sbírkový fond muzea je bohatý na sklo, archeologické nálezy, obrazy, plastiky, rukopisy a vzácné tisky.
- **Kostel Nanebevzetí Panny Marie** – původně gotický kostel ze 13. století je městskou dominantou. V 15. století byl vypálen husity a později byl přestavěn do barokního stylu. Součástí kostela je mohutná **věž se zvonem Vilémem**, který váží 2 tuny z roku 1300, nejstarším ulitým zvonem v Čechách. Ochoz věže ve výšce 40 metrů nabízí vyhlídku na město a široké okolí.
- **Kostel sv. Rodiny** – kostel byl budován v letech 1679-1696 jako součást kláštera bosých augustiniánů. Roku 1725 byla k severní straně přistavěna kaple Božího hrobu. V interiéru jsou sochy Ignáce Rohrbacha. Kostel má výbornou akustiku, proto se zde pořádají koncerty. Průvodcovskou službu zajišťuje na vyžádání muzeum.
- **Stará radnice** – radnice je pozdně gotickou stavbou. Nachází se zde velká síň s valenou klenbou zdobenou štukovými rámy z roku 1668. V renesančním štítu s vysokou atikou s cimbuřím je ve výklenku Brodská smrt, kostlivec s kosou zvaný „Hnát“. Je zde i vchod do systému podzemních chodeb.
- **Galerie výtvarného umění** – specializuje se na moderní knižní ilustraci, kresbu a grafiku vzniklou po roce 1918. Sbírkové soubory galerie obsahují na sedm tisíc uměleckých děl. Sídlí v historickém měšťanském domě ze 14. století. Stálá expozice je doplňována výstavami předních českých výtvarníků.
- **Štáflova chalupa** – tato chalupa ukazuje, jak vypadal typický život na venkovském statku na přelomu 16. a 17. století. Nalézá se za kostelem sv. Rodiny. Tento dům

čp. 2015 je zařazen do skupiny nejstarších dochovaných staveb ještě středověké tradice v České republice.

- **Štáflova bašta** – městské opevnění v podobě kamenné hradební zdi a příkopu bylo vybudováno v první polovině 14. století. Zachoval se pouze úsek hradby – Štáflova bašta. V objektu jsou umístěny památky na malíře Otakara Štáfla (1884-1945), zdejšího rodáka. Pro skupiny je možná prohlídka na vyžádání.
- **Městský park Budoucnost** – park byl založen roku 1889 na rozloze 25 ha. Návštěvníci zde naleznou řadu zajímavých dřevin (lyrovník). Kaskádou devíti rybníků park přechází do areálu příměstských lesů. Je zde socha Karla Havlíčka Borovského od sochaře Bohumila Kafky z roku 1924, pomník zakladatele Sokola Miroslava Tyrše, busta matky Karla Havlíčka Borovského a busta Bedřicha Smetany. Dominantou parku je **kostel Nejsvětější trojice**.

4.5.2 Chotěboř

Chotěboř leží 14 km severovýchodně od Havlíčkova Brodu, na okraji Železných hor. Je druhým největším městem regionu.

- **Městské muzeum** – expozice městského muzea jsou umístěny v prostorách zámku. Jedná se o raně **barokní zámek italského typu**, který dal postavit hrabě Vilém Leopold Kinský na počátku 18. století. Je obklopen patnáctihektarovým anglickým parkem. Muzejní sbírky jsou umístěny v barokním sále a pěti bývalých hostinských pokojích. Dokumentují historický vývoj města, je zde sbírka výtvarného umění, historických zbraní a sakrálního umění. Představeny jsou i významné osobnosti města a zařízení městského salónu z první třetiny 20. století. Součástí prohlídky je zámecká **kaple Nejsvětější Trojice** ze začátku 18. století, pozoruhodná bohatou štukovou výzdobou stropu a stěn.
- **Kostel sv. Jakuba staršího** – původně románský a dnes má gotickou podobu. Byl poškozen několika požáry a znovu pseudogoticky vystavěn. Kostel je dvoulodní s hranolovitou věží.
- **Kaple Povýšení sv. kříže a kaple sv. Anny** – nacházejí se v parku Václava Fialy. Jde o pseudorománskou a pseudogotickou kapli. Kaple Povýšení sv. Kříže byla

postavena v roce 1863 a kaple sv. Anny byla vystavěna na místě malé kapličky v roce 1902.

- **Vodárenská věž** – je třípatrová čtyřhranná technická památka. Dříve se do zásobníku v ní čerpala voda ze studně u řeky Doubravy a ze zásobníku byla voda samospádem přiváděna prostřednictvím potrubí na chotěbořské nádraží pro parní lokomotivy.

4.5.3 Světlá nad Sázavou

Město se rozkládá po obou březích řeky Sázavy, necelých 20 km severozápadně od Havlíčkova Brodu.

- **Zámek** – původní gotická tvrz byla přestavěna na renesanční zámek, který byl několikrát upravován. Z empírové přestavby se dochoval štukový strop s pestrou erbovní výzdobou v rytířském sále. V areálu světelského zámku sídlí střední škola a ve východním křídle je umístěna expozice neboli **městské muzeum**, které seznamuje s dějinami města a nejvýznamnějšími osobnostmi Světelska. Stálou expozici doplňují krátkodobé výstavy. Kolem zámku je **zámecký park**, který byl založen roku 1871. Jsou zde atraktivní prvky jako kaskády rybníků, altánky, kamenné lavičky a mostky.
- **Kostel sv. Václava** – děkanský kostel má boční lodě a kůr. Věž kostela má charakteristické dřevěné patro s podsebitím. Z vnitřní výzdoby jsou významné obrazy Petra Brandla.
- **Středověké podzemí** – soustava chodeb měří téměř 200 m. O jejich účelu se nedochovaly žádné záznamy, předpokládá se, že vznikly postupným rozšiřováním sklepních prostor, které sloužily pro uložení zásob a výrobků řemeslníků. Podzemí vzniklo v průběhu 15. století.
- **Michalův statek** – jedná se o skanzen s unikátní expozicí a se zasvěceným výkladem v obci Pohled', která má typicky venkovský ráz a leží na pravém břehu řeky Sázavy 4,6 km od Světlé nad Sázavou směrem na Havlíčkův Brod. Skanzen zavede návštěvníky o několik set let nazpátek, neboť při rekonstrukci byly použity postupy dle historických pramenů. Byly obnoveny hlíněné podlahy a v kuchyni obytného stavení je pec s litinovým kamnovcem, který dříve sloužil k ohřevu vody. V černé

kuchyni se mohou návštěvníci seznámit se způsobem přípravy stravy a jídelníčkem zdejších předků. Je zde možno vidět i sýpku, přístřešky pro vozy a nářadí, stodolu s mlatem a tzv. vejminek. Atmosféru skanzenu dotváří přítomnost domácích zvířat – několik ovcí, koz a krávy.

4.5.4 Příbyslav

Příbyslav leží u řeky Sázavy při silnici spojující Havlíčkův Brod a Žďár nad Sázavou. Je městskou památkovou zónou.

- **Zámek Příbyslav** – hrad vypálený husity již nebyl obnoven, ale na jeho místě byl postaven renesanční zámek roku 1560 Zachariášem z Hradce. V 19. století dostal dnešní klasicistní podobu. Původní italská renesanční úprava se dochovala na nádvoří, kde je situován arkádový ochoz s toskánskými sloupy. Součástí zámku je **Hasičské muzeum**, které seznamuje s expozicí historickou i současnou hasičskou technikou, nejstaršími způsoby hašení, vývojem hasičských stejnokrojů a moderními protipožárními zabezpečovacími systémy.
- **Městské muzeum** – je umístěno v historickém měšťanském tzv. Kurfürstově domě. V muzeu se nacházejí památky na významné rodáky, národopisná expozice, připomenuta je historie středověkého hornictví a kulturních spolků, expozice Babiččina jizba je ukázkou venkovského bydlení 19. století.
- **Kostel sv. Jana Křtitele a věž** – gotická věž z roku 1497 je nejstarším objektem, která tvoří neodmyslitelnou dominantu města. S věží sousedí právě kostel sv. Jana Křtitele, kde se nachází hodnotný hlavní oltář a socha Krista od sochaře Josefa Maxe.

4.5.5 Golčův Jeníkov

Leží na důležité zemské silnici, 12 km jihovýchodně od Čáslavi a je nejsevernějším městem Havlíčkobrodská.

- **Starý zámek a Nový zámek** – dva pozdně barokní zámky, které dominují městu. Byly postaveny téměř současně v 18. století. Starý zámek postavený v horní části Jeníkova zahrnuje i původní tvrz postavenou Martinem Maxmiliánem z Goltze.
- **Goltzova tvrz** – má tvar dvoupatrové budovy s čtvercovým půdorysem. Po smrti generála z Goltze se majitelé často střídali a tvrz tak ztratila svou rezidenční funkci

a chátrala. Po rekonstrukci zde sídlí galerie s prodejní expozicí českého malířství 19. a 20. století, doplňovanou několikrát ročně výstavami českých umělců.

- **Kostel sv. Františka Serafinského** – byl vybudován roku 1827. Zajímavá je jeho výmalba i vybavení. Pod kůrem u vchodu je zavěšená velrybí kost, kterou přivezl generál Martin Goltz ze svých tažení. **Děkanství** bylo založeno roku 1627 a původně sloužilo jako jezuitská rezidence. Kostel a děkanství spolu s budovou fary je možné navštívit po dohodě s farářem.
- **Věž se zvonici** – stojí přes silnice proti kostelu. Je 49 metrů vysoká. Hrabě Ledebour ji nechal postavit úmyslně mimo církevní objekty kvůli neshodám s Jeziuity.
- **Synagoga** – stojí na místě původní dřevěné židovské modlitebny. Nová synagoga byla vybudována v novorománském slohu v letech 1871-1873. Synagoga je doplněna maurskými dekoračními prvky. Nad hlavním štítem je zvenku napsáno zlatým písmem Mojžíšovo desatero a pod ním je velká ozdobná hebrejská hvězda. Zde je umístěn depozitář Židovského muzea Praha, ale veřejnosti je nepřístupný.
- **Židovský hřbitov** – leží necelý kilometr za městem. Nejstarší náhrobky s čitelnými nápisy pocházejí z 16. století a obsahují hebrejské, ale i české a německé nápisy. Je zde pochován rabín Aaron Kornfeld, významný židovský učenec, který ve městě založil talmudskou školu (poslední školu svého druhu v Čechách).

4.5.6 Ledec nad Sázavou

Ledec nad Sázavou se nachází v severozápadním výběžku Havlíčkobrodská v Křemešnické vrchovině, které má bohatou historii a je oblíbeným letoviskem Posázaví.

- **Zámek Ledec nad Sázavou** – je významnou dominantní památkou města. Nachází se na skále nad pravým břehem řeky Sázavy. Z gotického hradu jej dal v 16. století přestavět Jan Ledecký z Říčan na renesanční zámek. Součástí hradu je **městské muzeum** se sbírkami prací zdejších řemeslníků, knih, zbraní, mincí, skla, porcelánu a hrnčířských výrobků z doby rozkvětu hrnčířství. Také je zde místnost, která slouží jako galerie pro konání různých krátkodobých výstav obrazů a fotografií.

- **Kostel sv. Petra a Pavla** – založení se datuje do 14. století. Děkanský kostel je postaven v gotickém slohu. Evropskou raritou kostela je falešná sít'ová klenba z roku 1554 z pálené hlíny.
- **Thunovský letohrádek** – stojí v zámeckém parku a je postaven v raně barokním slohu. Stavba vznikla jako letní sídlo v roce 1694 a kolem roku 1800 byla klasicistně upravena.
- **Synagoga** – v roce 1991 byla prohlášena za kulturní památku. Vznikla roku 1739. Po 2. světové válce byla využívána jako skladiště, protože většinu Židů zemřela v koncentračních táborech. Po náročné rekonstrukci se zachovala štukatérská výzdoba a ženská galerie. Synagoga je využívána pro koncertní a výstavní účely.
- **Židovský hřbitov** – nachází se v západní části města. Byl založen roku 1601 a patří mezi nejstarší v Čechách. Hřbitov je významný z hlediska umělecké i historické stránky. Jsou zde většinou barokní náhrobky. Byly zde nalezeny náhrobky rodičů Marie Hermannové-Mahlerové (matka Gustava Mahlera).

4.6 Lipnice nad Sázavou

Lipnice nad Sázavou se nachází mezi městy Havlíčkův Brod a Světlá nad Sázavou, 12 km západně od Havlíčkova Brodu v Hornosázavské pahorkatině.

4.6.1 Historie

První písemné zmínky o Lipnici pocházejí z roku 1316. V té době patřilo zdejší panství Raimundovi z Lichtenburku, který dal na začátku 14. století postavit lipnický hrad. V roce 1319 se stal majitelem hradu Jindřich z Lipé. Páni z Lipé ale postupně chudli, panství rozprodávali, a tak se nakonec i Lipnice ocitla v rukou krále Jana Lucemburského. Jeho syn Karel IV. udělil Lipnici v roce 1370 právo hrazeného města a právo varečné. Pivo se zde vařilo do roku 1930. V dalších letech měla Lipnice ještě několik pánů. Třicetiletá válka rozkvět Lipnice zastavila. V roce 1639 celé městečko vydrancovali švédští žoldnéři a obsadili i hrad, kde byla vojenská základna. Středověké centrum Lipnice bylo zcela zničeno. V 17. století Lipnice opět nabyla ztracený lesk a význam. Další tragédie přišla roku 1869, kdy ji zničil mohutný požár. Oheň se rozšířil i na hrad, a tak se z něj stala zřícenina a ničivé dílo dokončila velká vichřice v roce

1916. První akce na záchranu proběhly už po roce 1917, s důkladnou rekonstrukcí se začalo až v roce 1925.

4.6.2 Současnost

Obec Lipnice nad Sázavou má v současné době kolem 650 stálých obyvatel. V letních měsících se tento počet ale výrazně zvyšuje o velké množství chalupářů, chatařů a českých i zahraničních turistů. Obec je spravována devítičlenným zastupitelstvem v čele se starostou. Pro přilehlé obce a samoty představuje Lipnice obchodní a kulturní střediskové centrum. Přímo na náměstí je umístěn obecní úřad, v jehož budově má ordinaci i dětská lékařka. V další budově na náměstí je umístěno zdravotní středisko s ordinacemi praktického lékaře a zubní lékařky, dále pošta a pánské i dámské kadeřnictví. Na náměstí se rovněž nachází obchod se smíšeným zbožím manželů Špilínkových. V obci je základní škola, do které dochází děti nejen z Lipnice, ale i z blízkého Dolního Města, Krásné Hory a dalších blízkých obcí. Ve stejné budově je umístěna i mateřská a základní umělecká škola - všechna zařízení tvoří jeden subjekt.

Od 1. 8. 1999 je v budově bývalé dětské ozdravovny školící a rekreační středisko poslanců Parlamentu ČR, které se nachází v lesním a parkovém prostředí na úpatí vrchu Pyramida.

4.6.3 Jaroslav Hašek

Humoristu a satirika Jaroslava Haška (1883-1923) přivedl do Lipnice nad Sázavou v roce 1921 jeho přítel, akademický malíř Jaroslav Panuška. Český prozaik, publicista, autor kabaretních her, bohém a neúnavný mystifikátor vystudoval obchodní akademii a krátce pracoval v bance Slávia. Poté však zamířil do novinářských kruhů. Před svízelnou osobní, ale i finanční situací prchl do Lipnice nad Sázavou. Hašek se svou družkou Šurou bydlel v hostinci U České koruny, kde napsal velkou část světoznámé knihy Osudy dobrého vojáka Švejka. Z peněz za první díl si pořídil malý domek pod hradem (č. 185), v němž diktoval druhý a třetí díl Osudů dobrého vojáka Švejka. Čtvrtý díl už nestihnul dokončit. Jaroslav Hašek prožil v Lipnici nad Sázavou poslední roky svého života a je pohřben na místním hřbitově, kde je možné navštívit jeho hrob. Velikána české literatury připomíná busta pod hradem a nový pomník v obci.

Proslavený je i hostinec U České koruny, který vlastní vnuk Jaroslava Haška, Richard Hašek.

4.6.4 Kulturně – historické zajímavosti

- **Hrad Lipnice nad Sázavou** – je dominantou Havlíčkobrodsko a také jedním z nejmohutnějších českých hradů. Státní hrad Lipnice je národní kulturní památkou ve správě Národního památkového ústavu v Telči. Na počátku 14. století byl vybudován na protáhlém vrcholu skalnatého hřebene. Z hradeb je vyhlídka do vzdálenosti až 70 km. Prohlídkový okruh je přístupný bez průvodce a zahrnuje částečně zřícenou Velkou věž, v jejímž přízemí byla obnovena hradní zbrojnice a druhé patro slouží jako vyhlídková terasa. Velmi dobře se zachovala hradní kaple sv. Vavřince, kde se koná mnoho svatebních obřadů. Z této původní stavby zůstal presbytář s křížovou klenbou. Další části kaple jsou barokní. Ve sklepení Thunovského paláce se skrývá původní rytířská hodovní síň Jindřicha z Lipé, níže položené sklepy sloužily i jako vězení. V suterénu věže Samson se nad cisternou zachoval starý dřevěný rumpál, který sloužil k vytahování okovu s vodou. V přízemí věže Vrátnice je pokladna a klenutá místnost zvaná Mázhaus, kde prý u dřevěného stolu sedával spisovatel Jaroslav Hašek. Většina prostor prvního patra slouží jako výstavní síň. Dále je zde expozice se souborem gotických kamnových kachlů. V létě ožívá nádvoří vystoupeními divadelníků, šermířů a hudebníků.
- **Památník Jaroslava Haška** – je umístěn nedaleko vstupu do hradu v domku, kde Jaroslav Hašek prožil poslední léta svého života. Expozice je zaměřena na zdejší Haškův pobyt a tvorbu. Obsahuje novinové výstřižky, knihy i autorovy osobní věci.
- **Hrob Jaroslava Haška** – Jaroslav Hašek je pohřben na místním hřbitově. Jeho hrob s náhrobkem v podobě rozevřené knihy je umístěn v rohu hřbitova u jižní zdi.
- **Podlipnické gotické kostelíky** – západně od Lipnice nad Sázavou se ve vesnicích Dolní Město, Řečice a Loukov nacházejí tři zajímavé gotické kostelíky. Všechny tři působí velmi malebně, u kostelů v Dolním Městě a Řečici stojí samostatné zvonice. Jsou zajímavé svými gotickými malbami. Několikrát do roka bývají kostelíky zpřístupněny veřejnosti.

4.6.5 Lipnické umění

V Lipnici nad Sázavou se nachází internát Středního odborného učiliště kamenického. Toto učiliště má téměř padesátiletou tradici a jako jediné v ČR vychovává chlapce, ale i slečny v oboru kameník.

- **Lipnické lomy** – v přírodním areálu lomů nedaleko Lipnice nad Sázavou jsou do žulové skály vytesány tři zajímavé reliéfy. Bretschneiderovo ucho, nazvané podle tajného policisty z Haškova románu o dobrém vojáku Švejkovi, Ústa pravdy, volně inspirovaná reliéfem Bocca della Verita v jednom z kostelů Říma a Zlaté oči inspirované ideou vševidoucího božího oka. Vznik Národního památníku odposlechu (Bretschneiderovo ucho) inicioval p. Radomír Dvořák a realizoval ho s šesticí svých studentů – kamenosochařů.

4.6.6 Stravovací a ubytovací zařízení

Občerstvit se návštěvníci mohou v rekonstruovaném Hostinci u České koruny, kde vznikal nesmrtelný Dobrý voják Švejk, v restauraci vinárny Bohemia, v restauraci Pod hradem, v restauraci Na vrškách, nebo v bistru u Haška. Ve večerních hodinách otevírá i malá hospůdka Pod radnicí.

K ubytování návštěvníků slouží Hostinec U české koruny přímo na náměstí, dále rekreační areál pana Ježka, rekreační chata pana M. Ježka případně internát Středního odborného učiliště kamenického.

4.6.7 Sport a kultura Lipnice nad Sázavou

- **Přírodní koupaliště rybník Pelhřimák** – 3 km jihovýchodně od Lipnice nad Sázavou.
- **Masopust** – tradiční lidová veselice pořádaná v únoru (tradiční lidová veselice).
- **Rej noci svatojánské, Rocková Lipnice, Kvílení** – návštěvníci a turisté se mohou v Lipnici během letních měsíců zúčastnit pravidelných kulturních událostí pořádaných v přírodním amfiteátru pod hradem, nebo přímo na hradě.
- **Tradiční festival humoru a satiry Haškova Lipnice** – pořádá se od roku 1959 na Haškovu počest, formálně existuje nadále, ale jeho hlavní náplň tvoří dechovková pouť.
- **Středověké slavnosti** – slavnosti, které se konají v srpnu na hrad.

4.6.8 Doprava

Do Lipnice nad Sázavou je možné se dostat autobusem, osobním či jiným automobilem, na bicyklu anebo je možné vyrazit pěšky. Koleje zde nebyly položeny - nejbližší nádraží je ve Světlé nad Sázavou (asi 8 km), v Okrouhlici (také asi 8 km), v Havlíčkově Brodě (15 km), případně v Humpolci (12km). Lipnicí nad Sázavou vede několik cyklotras. Především cyklotrasa Krajem Mahlera a Haška (44,9 km) a cyklotrasa Proti proudu Sázavy do Lipnice (60,79 km). Nedaleko Lipnice nad Sázavou se nachází obec Okrouhlice, kterou prochází důležitá cyklotrasa č. 19 Posázavská cyklotrasa, která vede z Davle do Havlíčkova Brodu (150 km). Tato cyklotrasa navazuje na regionální lipnické cyklotrasy.

4.7 Turistická infrastruktura

4.7.1 Stravovací služby

Stravovací služby umožňují uspokojování základní potřeby výživy, přispívají k zotavení a vytvářejí větší fond volného času, který je využitelný k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu, které jsou cílem účasti na cestovním ruchu. Jedná se o základní stravování, doplňkové stravování a občerstvení. Stravovací služby poskytuje více kategorií hostinských zařízení. (Orieška, 2010: 137)

Informace o počtu stravovacích zařízení v oblasti Havlíčkobrodsko nejsou dostatečně evidované a jediné údaje, které se týkají pohostinských provozoven, jsou z roku 2001 ze stránek Českého statistického úřadu. Jedná se o výzkum Regionální struktury pohostinských a ubytovacích provozoven za rok 2001. Celkově bylo na Vysočině evidováno 1 169 pohostinských zařízení, z čehož Havlíčkobrodsko mělo 223 pohostinských zařízení. Nejvíce pohostinských zařízení se nachází v rámci Vysočiny na Žďársku (281). Z celkového počtu pohostinských zařízení na Havlíčkobrodsku je 201 (90%) celoročních a zbylých 22 (30%) je charakteru sezónního. Také bylo zjištěno, že 132 (59%) pohostinských zařízení svou službu poskytuje s podáváním nápojů, 84 (38%) s podáváním jídel a zbytek tvoří 7 (3%) provozoven s ostatními službami (viz graf přílohy).

4.7.2 Ubytovací služby

Hromadná ubytovací zařízení jsou zařízení s minimálně pěti pokoji nebo deseti lůžky, která pravidelně i nepravidelně poskytují přechodné ubytování hostům za účelem dovolené, zájezdu, lázeňské péče, služební cesty, školení, kurzu, kongresu, symposia, pobytu dětí ve škole v přírodě, v letních a zimních táborech. Jsou členěna podle kategorie, určující druh ubytovacího zařízení a třídy stanovující požadavky na vybavení, úroveň a rozsah služeb spojených s ubytováním. Mezi hromadná ubytovací zařízení patří hotely, penziony, turistické ubytovny, chatové osady, kempy a ostatní ubytovací zařízení. (www.jihlava.czso.cz/csu/2010edicniplan.nsf/krajkapitola/631011-10-2010-16, 26. 12. 2010)

V současné době lze podle oficiálních údajů Českého statistického úřadu konstatovat, že oblast Havlíčkovobrodsko disponovala k 31. 12. 2009 2 419. lůžky. Ve srovnání s ostatními oblastmi kraje Vysočina jde o nejmenší část, jelikož další čtyři oblasti (Jihlavsko, Pelhřimovsko, Třebíčsko, Žďársko) vykazují více lůžek. Vysočina celkově vykazuje 19 532 lůžek a největší koncentrace hromadných ubytovacích zařízení je v okrese Žďár nad Sázavou. Havlíčkovobrodsko má nejvíce ubytovacích zařízení v městě Havlíčkův Brod, které je centrálním městem celé oblasti a jak samotné město, tak jeho okolí nabízí mnoho kulturně-historických atraktivit. Dále je to Chotěboř, Světlá nad Sázavou a Přibyslav. Podle kategorie ubytovacích zařízení je na Havlíčkovobrodsku nejvíce penzionů a ostatních hotelů (24), dále se tu nachází ostatní zařízení (10), chatové osady a turistické ubytovny (9) a posledními jsou kempy (6). Slabou stránkou je nepřítomnost zařízení kvalitního hotelového typu a s tím spojený nízký standard vybavení a doplňkových služeb, od čehož se odvíjí i struktura návštěvníků. Celkově Havlíčkovobrodsko disponuje 49. ubytovacími zařízeními a 820. pokoji.

Tabulka 2: Kapacity hromadných ubytovacích zařízení v oblasti Havlíčkovrodska 2000 – 2009

Rok	Hromadná ubytovací zařízení celkem	Hotel, motel, hotel ***, **, *	Hotel garni ****, ***, **, *	Penzion	Kemp	Chatová osada	Turistická ubytovna	Ostatní hromadná ubytovací zařízení jinde neuvedená
2000	47	9	1	4	7	5	5	16
2001	49	9	1	5	7	5	5	17
2002	49	7	1	7	7	6	6	15
2003	48	7	-	7	7	6	6	15
2004	48	7	-	11	7	5	5	13
2005	47	7	-	11	7	4	5	13
2006	51	7	-	16	7	4	5	12
2007	48	7	-	15	6	6	4	10
2008	47	8	-	14	6	6	4	9
2009	49	7	-	17	6	5	4	10

Zdroj: ČSÚ

(http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?voa=tabulka&cislotab=CRU9020PU_OB2.1&q_rezim=1&vo=tabulka&q_text=&kapitola_id=39, 31. 12. 2010, vlastní zpracování)

V roce 2009 navštívilo Havlíčkovrodsko a ubytovalo se 50 707 hostů. Tato hodnota patří mezi nižší hodnoty v porovnání s ostatními okresy Havlíčkovrodska. Za oblastí Havlíčkovrodska se nachází pouze okres Pelhřimov, který zaznamenal v roce 2009 46 100 hostů. Nejvíce hostů přijíždí do okresu Žďár nad Sázavou, kde se také ubytují a bylo zde zaznamenáno 137 990 hostů za rok 2009.

V roce 2009 bylo evidováno 139 218 přenocování, z čehož 13 329 jsou nerezidenti. Ze všech těchto čísel vyplývá, že Havlíčkovrodsko nenavštěvuje tolik turistů a že by bylo potřeba zlepšit úroveň ubytovacích zařízení a také služeb, které tyto zařízení poskytují. Pro objektivitu je ale potřeba napsat, že Czech Tourism do svých statistik zahrnuje pouze ubytovací zařízení, která mají více jak 10 lůžek a na Havlíčkovrodsku se nachází mnoho ubytovacích zařízení, která mají méně lůžek než je počet 10.

Tabulka 3: Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení v oblasti Havlíčkobrodsko 2000 - 2009

Rok	Počet příjezdů hostů	Počet příjezdů hostů z ČR	Počet přenocování	Počet přenocování hostů z ČR
2000	59 466	49 996	305 004	274 269
2001	50 284	42 412	170 471	150 845
2002	47 549	38 610	155 714	130 410
2003	48 440	40 442	147 592	125 007
2004	44 514	35 514	143 802	109 412
2005	45 284	36 763	132 241	100 910
2006	49 540	41 171	136 710	102 976
2007	53 850	45 667	149 542	110 349
2008	56 930	49 534	138 910	114 829
2009	50 707	44 693	139 218	125 889

Zdroj: ČSÚ

(http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?voa=tabulka&cislotab=CRU9010PU_OB2.1&vo=tabulka&kapitola_id=654, 31. 12. 2010, vlastní zpracování)

4.8 Doprovodná turistická infrastruktura

Mezi doprovodnou turistickou infrastrukturu se řadí hlavně sportovně-rekreační a dopravní infrastruktura.

4.8.1 Sport a rekreace

Havlíčkobrodsko je rájem pro cykloturistiku. Cykloturisté si zde přijdou na své, protože Havlíčkobrodsko je protkané hustou sítí kvalitních cyklostezek, které spojují nejzajímavější místa oblasti. Možnost přepravy kol v osobních vlacích nabízí velké možnosti kombinování výletů.

Oblast má také díky své relativně vyšší nadmořské výšce potenciál využití i v zimní sezóně. Příznivci sjezdového a běžeckého lyžování nebo snowboardingu zde naleznou několik lyžařských areálů, ale i strojově pravidelně upravované běžecké stopy, vedoucí hezkou krajinou. Takřka pravidelně zamrzající rybníky jsou vhodné pro bruslaře, kteří si přijdou na své i na zimních stadionech, pokud zima nepřeje a vodní plochy nezamrznou.

Řeka Sázava nabízí rozptýlení vodákům, kteří vyrážejí na vodu především v jarních měsících, kdy je řeka sjízdná prakticky v celé popisované oblasti. Sázava je sjízdná od Nových Dvorů až do Světlé nad Sázavou, což je délka asi 50 km. Vodáci se setkají s úseky peřejí, ale i s mělčinami. Velmi oblíbené peřeje Stvořidla čekají na vodáky asi 8 km pod Světlou nad Sázavou.

Na okraji popisované oblasti se nachází lokalita údolí řeky Doubravy východně od Chotěboře, které je atraktivitou vyznavačů skalního lezení. Nachází se zde několik rulových a ortorulových skal vysokých 8 – 10 m. Nejvyšší úsek má asi 25 m.

4.8.2 Doprava

Autem

Silniční dostupnost okresu Havlíčkův Brod je poměrně dobrá. Jižním okrajem popisované oblasti totiž prochází dálnice D1, z níž je možno použít sjezdů na Humpolec (Světlá nad Sázavou, Havlíčkův Brod) na 90. km, na Větrný Jeníkov (Úsobí, Štoky) na 104. km a na Jihlavu (Štoky, Havlíčkův Brod) na 112. km. Oblastí procházejí silnice I. třídy č. I/34 (Věž – Havlíčkův Brod – Česká Bělá – Ždírec nad Doubravou), č. I/38 (Štoky – Havlíčkův Brod – Habry – Golčův Jeníkov), č. I/19 (Havlíčkův Brod – Pohled – Příbrav). Silnice II. třídy č. II/150 vede z Havlíčkova Brodu přes Okrouhlici, Světlou nad Sázavou do Ledče nad Sázavou, č. II/347 z Dolního Města do Světlé nad Sázavou, č. II/348 od Herálce přes Úsobí do Štoků. Mezi Českou Bělou, Žižkovým Polem a Příbraví prochází komunikace č. II/351. Z Havlíčkova Brodu přes Rozsochatec, Chotěboř do Libice nad Doubravou vede silnice č. II/344. Na tyto důležité komunikace navazuje hustá síť silnic nižších tříd. Kvalita všech silnic se udržuje v běžných standardech.

Autobusem

Dálková autobusová doprava nabízí využití například některých spojů z Prahy, které jezdí několikrát denně do Havlíčkova Brodu a méně často do Chotěboře a Ždírcem nad Doubravou. Havlíčkův Brod má dobré autobusové spojení i s Hradcem Králové, Pardubicemi a Jihlavou. Přímé spoje jezdí také do Českých Budějovic. Regionální autobusová doprava slouží především místním obyvatelům při dojíždění do škol,

do zaměstnání či za službami, spoje proto směřují z menších obcí do přirozených spádových center (Havlíčkův Brod, Chotěboř, Světlá nad Sázavou, Ledec nad Sázavou, Golčův Jeníkov). Problémem mohou být víkendy, kdy četnost autobusových spojů dramaticky klesá. Havlíčkův Brod nabízí možnost využití služeb autobusů MHD.

Vlakem

Havlíčkobrodsko se nachází na rozhraní Čech a Moravy a tradičně leží na důležitých železničních spojnících. Na dvoukolejně, elektrifikované trati Praha hl. n. – Kolín – Kutná Hora – Čáslav – Havlíčkův Brod – Žďár nad Sázavou – Brno hl. n. (po Havlíčkův Brod trať 230, dále trať 250), zůstaly zachovány pomalejší rychlíky Praha – Brno, které jezdí přes den každé dvě hodiny. Železniční stanice Havlíčkův Brod je důležitým železničním uzlem. Odbočuje zde elektrifikovaná rychlíková trať 225 ve směru Jihlava, dále trať 238 do Pardubic, kterou lze využít při cestě do Chotěboře a lokální trať 237 do Humpolce. Ve Světlé nad Sázavou odbočuje z hlavní trati 230 lokální osobní vlak tzv. „posázavský pacifik“, který jezdí po trati 212 do Ledce nad Sázavou a Čerčan. Ve všech vlacích je možno přepravovat jízdní kola. Díky relativní hustotě železniční sítě je Havlíčkobrodsko ideálním územím pro kombinaci výletů na kole a vlakem.

4.9 Turistická informační centra

Velice důležitými subjekty v oblasti rozvoje turismu jsou turistická informační centra (dále jen TIC). TIC jsou zařízení poskytující komplexní informace o veškerých službách týkající se turismu v oblasti svého působení, např. město, turistická oblast.

- **Havlíčkův Brod – Městské informační centrum**
- **Chotěboř – Městské informační centrum**
- **Světlá nad Sázavou – Informační centrum**
- **Přibyslav – Městské informační centrum**
- **Golčův Jeníkov – Informační centrum-LANETE, spol. s.r.o**
- **Ledec nad Sázavou – Informační centrum**
- **Ždírec nad Doubravou – Městská knihovna a Informační centrum**

5. Terénní šetření

Hlavním cílem terénního šetření bylo zkoumat spokojenost návštěvníků, v oblasti Havlíčkobrodsko v obci Lipnice nad Sázavou, s místní infrastrukturou cestovního ruchu. Výsledky terénního šetření budou sloužit k vytipování skrytého potenciálu cestovního ruchu na Lipnici nad Sázavou a k navržení nového produktu cestovního ruchu zaměřeného na vybraný segment návštěvníků.

5.1 Příprava a realizace terénního šetření

Při terénním šetření bakalářské práce byl užit dotazník. Ten patří mezi nejefektivnější techniky sběru dat. Otázky se dělí podle stupně otevřenosti na uzavřené, polouzavřené a otevřené. Dotazník může být rozeslán poštou nebo osobně předložen tazateli.

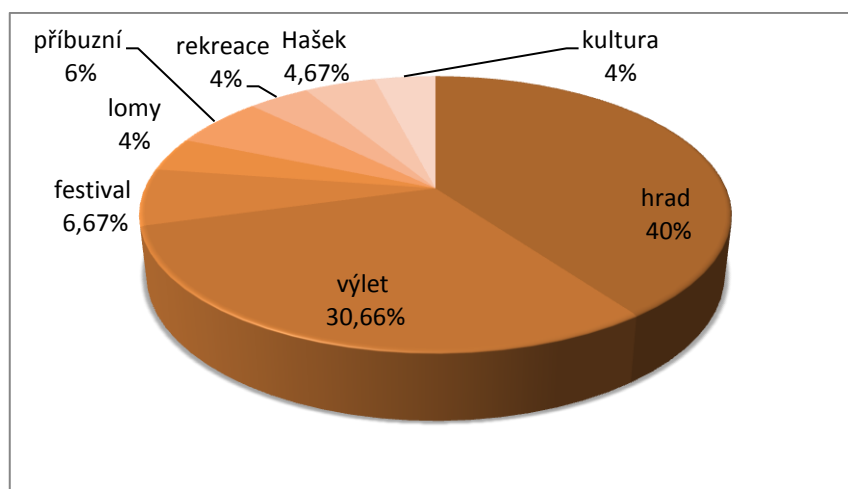
Terénní šetření má charakter kvantitativního výzkumu. Dotazníky byly určeny návštěvníkům Lipnice nad Sázavou. Dotazník se skládá z třinácti otázek, které jsou uzavřené i otevřené a má dvě části. První část se vztahuje k identifikaci návštěvníků (pohlaví, věk, vzdělání) a druhá část je tvořena samotnými otázkami, které se týkají návštěvnosti Lipnice nad Sázavou, stravovacích zařízení, dopravní obslužnosti a informovanosti návštěvníků.

5.2 Časový rozvrh a respondenti

Získávání informací o Lipnici nad Sázavou pomocí dotazníků probíhalo v období od 1. července do 31. srpna 2010. Dotazníky byly osobně rozdány 150 návštěvníkům. Tyto dotazníky vyplnilo 70 mužů a 80 žen v různých věkových kategoriích (do 25 let, 26-40, 41-55, 56 a více). Vzorek respondentů Lipnice nad Sázavou byl vybírán náhodně, z důvodu získání celkového přehledu o návštěvnosti různých segmentů trhu. Terénní šetření bylo realizováno především na náměstí Lipnice nad Sázavou, na hradě Lipnice nad Sázavou a v jeho nejbližším okolí. Identifikace návštěvníků (pohlaví, věk, vzdělání) je znázorněna v příloze.

5.3 Vyhodnocení terénního šetření

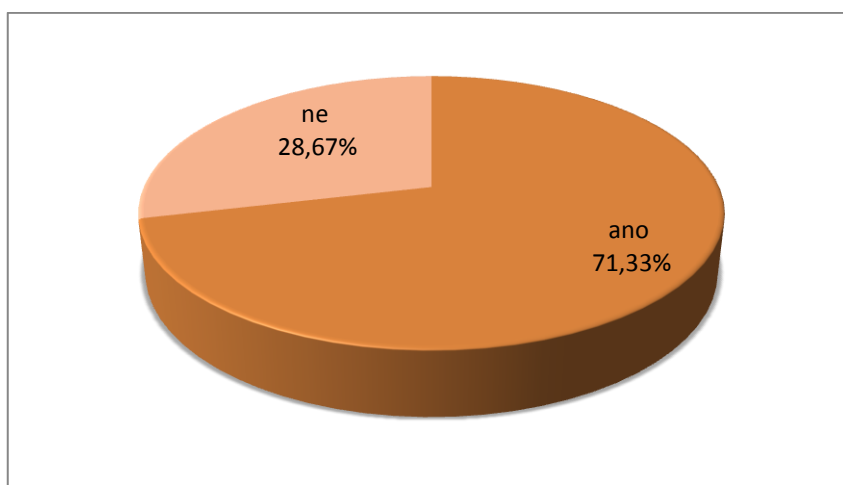
Graf 1: Co vás přivedlo do Lipnice nad Sázavou?



Zdroj: vlastní šetření.

Nejčastějším důvodem proč lidé navštěvují Lipnici nad Sázavou, je hrad, takto odpovědělo 60 (40%) dotazovaných. Na výlet vyrazilo 46 (30,66%) návštěvníků, 10 (6,67%) lidí přijelo kvůli festivalu, lomy zaujaly 6 (4%) návštěvníků, za příbuznými přijelo 9 (6%) dotazovaných, kvůli rekreaci přijelo 6 (4%) dotazovaných, za tradicí Haška se vydalo 7 (4,67%) návštěvníků a kulturu chtělo poznat 6 (4%) dotazovaných.

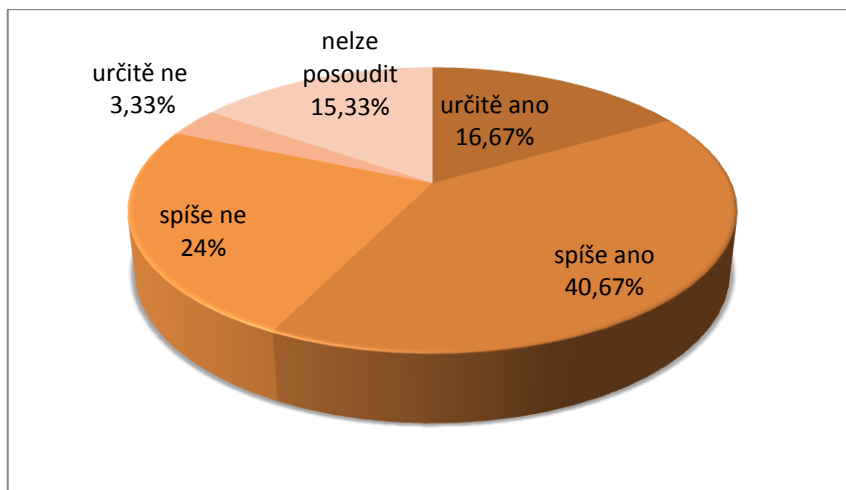
Graf 2: Navštívili jste někdy obec Lipnici nad Sázavou?



Zdroj: vlastní šetření.

Ze 150 dotazovaných 107 (71,33%) návštěvníků odpovědělo, že Lipnici nad Sázavou již v minulosti navštívilo, protože bydlí v jejím okolí nebo přijíždějí pravidelně za příbuznými a 43 (28,67%) dotazovaných odpovědělo, že je to jejich první návštěva.

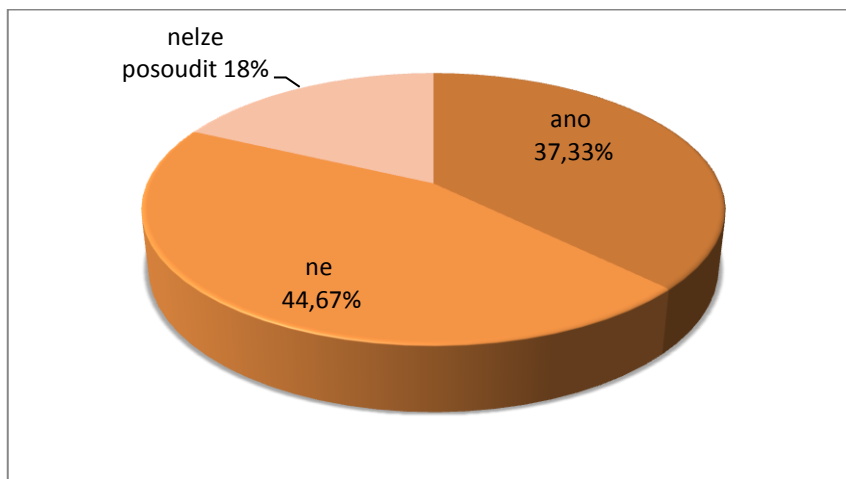
Graf 3: Jste spokojeni se zdejší škálou možností stravovacích zařízení?



Zdroj: vlastní šetření.

25 (16,67%) dotazovaných odpovědělo, že jsou se škálou možností stravovacích zařízení určitě spokojeni, 61 (40,67%) návštěvníků odpovědělo spíše ano, 36 (24%) dotazovaných bylo spíše nespokojeno, určitě nespokojeno bylo 5 (3,33%) dotazovaných a 23 (15,33%) nemohlo posoudit, protože žádné stravovací zařízení v Lipnici nad Sázavou nenavštívilo.

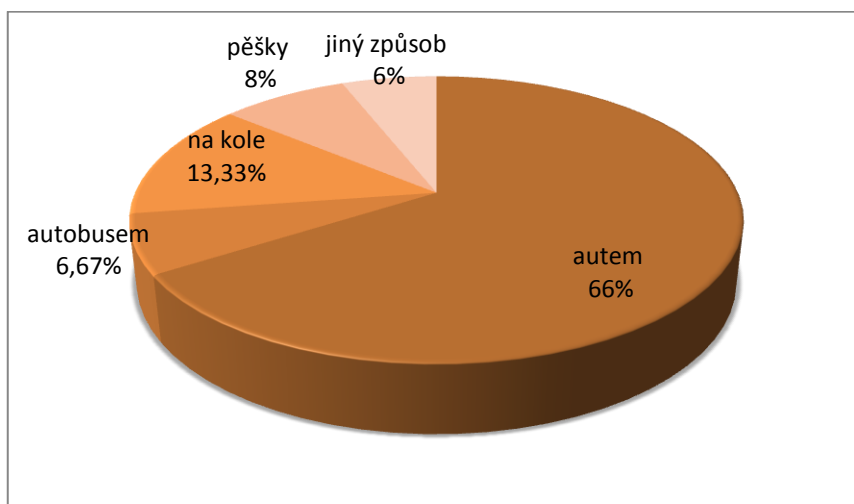
Graf 4: Měla by podle vás Lipnice nad Sázavou nabízet větší škálu možností stravování?



Zdroj: vlastní šetření.

Na tuto otázku odpovědělo 56 (37,33%) dotazovaných, že by uvítalo větší výběr ze stravovacích možností, protože v Lipnici nad Sázavou našli pouze jedno kvalitní stravovací zařízení. 67 (44,67%) vyplnilo, že nemusí nabízet větší škálu možností stravování, protože byli spokojeni a myslí si, že další stravovací zařízení by se Lipnici nad Sázavou nevyplatilo a 27 (18%) návštěvníků nemohlo posoudit, protože stravovací služby nevyhledávali.

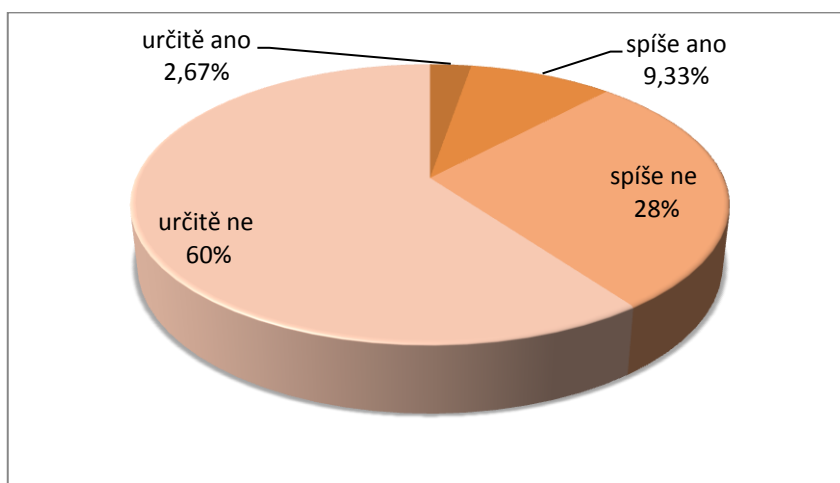
Graf 5: Jakým způsobem jste se dopravili do Lipnice nad Sázavou?



Zdroj: vlastní šetření.

Na otázku č. 5 odpovědělo 99 (66%) návštěvníků, že se do Lipnice nad Sázavou dopravilo autem, autobusem pouze 10 (6,67%) dotazovaných, na kole přijelo 20 (13,33%) dotazovaných, pěšky si udělalo procházku 12 (8%) lidí a 9 (6%) návštěvníků zvolilo jiný způsob, a to motocykl.

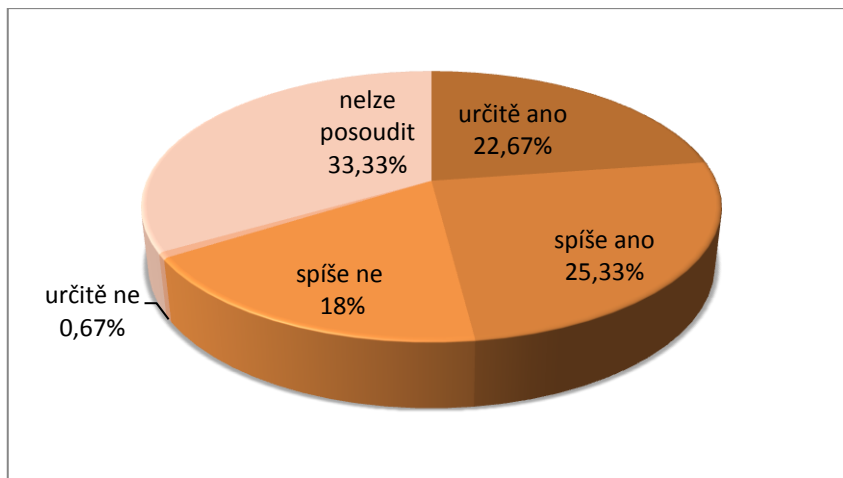
Graf 6: Vyskytly se problémy v dopravě při cestě do Lipnice nad Sázavou?



Zdroj: vlastní šetření.

4 (2,67%) dotazovaní odpověděli, že se vyskytly určité problémy při dopravě, související se špatným značením. 14 (9,33%) návštěvníků odpovědělo spíše ano, kvůli nedostatku dopravních spojení. Spíše ne odpovědělo 42 (28%) návštěvníků a u 90 (60%) dotazovaných se při dopravě nevyskytly žádné problémy.

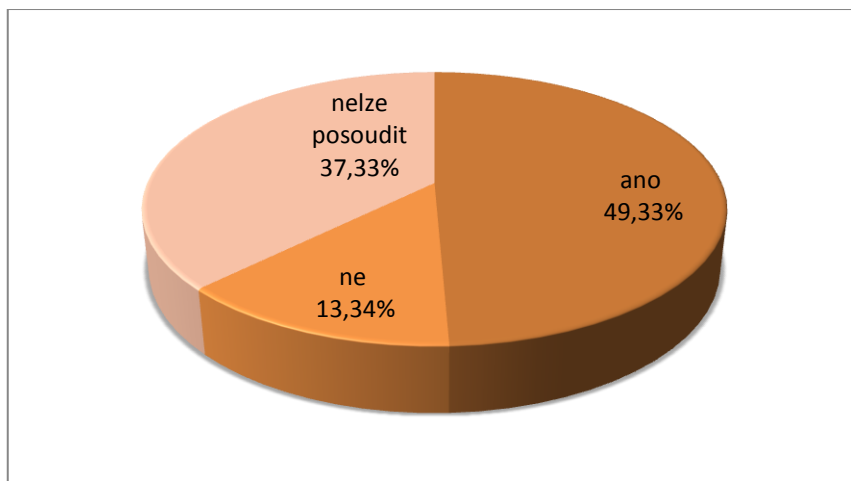
Graf 7: Myslíte si, že je zde problémová dopravní dostupnost z hlediska malého množství dopravních spojení?



Zdroj: vlastní šetření.

Určitě ano odpovědělo 34 (22,67%) návštěvníků, 38 (25,33%) dotazovaných si myslí, že spíše ano. Tito dotazovaní měli problém s vyhledáním vhodného dopravního spojení především o víkendu. Spíše ne zaznamenalo 27 (18%) návštěvníků, určitě ne odpověděl 1 (0,67%) člověk a 50 (33,33%) návštěvníků nemohlo posoudit, protože se do Lipnice nad Sázavou dopravili automobilem a dopravní spojení nevyhledávali.

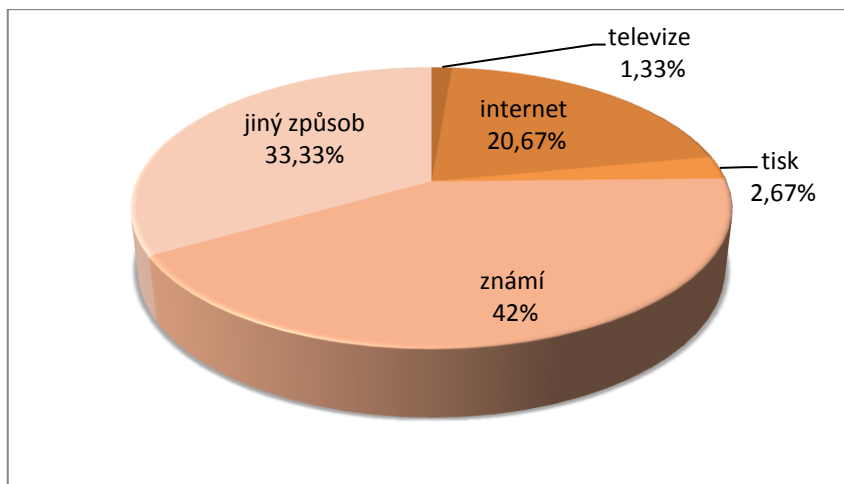
Graf 8: Zvýšili byste množství dopravních spojení do obce Lipnice nad Sázavou?



Zdroj: vlastní šetření.

Ze 150 odpovědí bylo 74 (49,33%) kladných tedy ano, 20 (13,34%) odpovědí bylo ne a 56 (37,33%) návštěvníků nemohlo posoudit, protože se dopravili do Lipnice nad Sázavou vlastním automobilem.

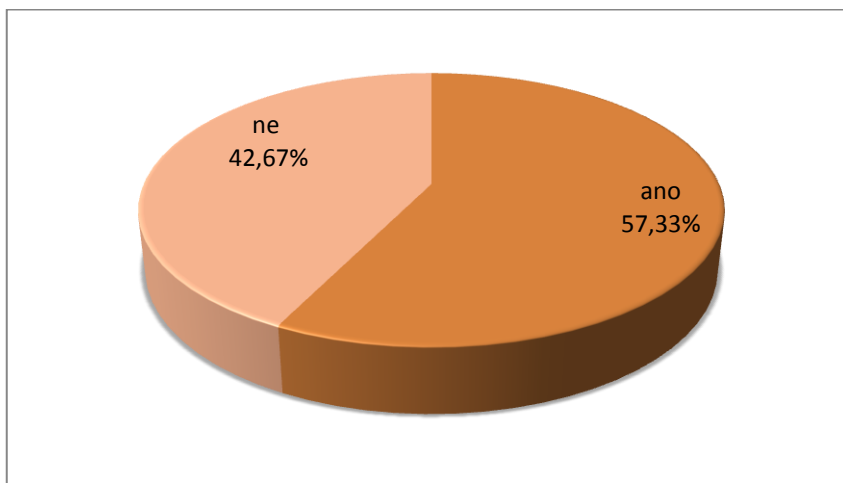
Graf 9: Z jakých zdrojů jste se dozvěděli o Lipnici nad Sázavou?



Zdroj: vlastní šetření.

U této otázky odpověděli 2 (1,33%) lidé, že se o Lipnici nad Sázavou dozvěděli z televize, 31 (20,67%) návštěvníků využilo internetu, tisk zaznamenali 4 (2,67%) návštěvníci, nejvíce dotazovaných se o Lipnici nad Sázavou dozvědělo od známých, takto odpovědělo 63 (42%) lidí a jiný způsob zvolilo 50 (33,33%) návštěvníků, kteří bydlí v blízkém okolí Lipnice nad Sázavou a tuto obec znají od dětství.

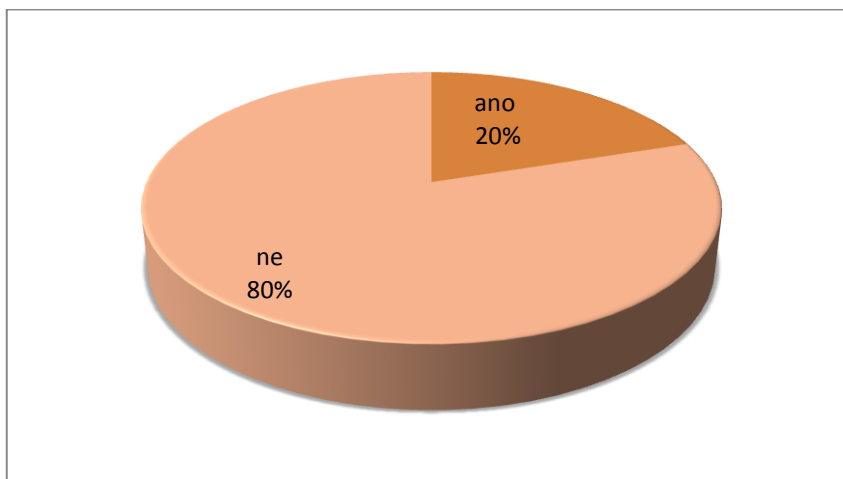
Graf 10: Myslíte si, že je Lipnice nad Sázavou dosti propagována ve svém okolí?



Zdroj: vlastní šetření.

Na otázku č. 10 odpovědělo 86 (57,33%) návštěvníků ano, protože šlo většinou o respondenty, kteří znají Lipnici nad Sázavou od dětství a 64 (42,67%) odpovědí bylo záporných. Tito návštěvníci si myslí, že je Lipnice nad Sázavou ve svém okolí nedostatečně propagována, protože kromě webových stránek obce nezaznamenali jiné zdroje, které by upozorňovaly na Lipnici nad Sázavou.

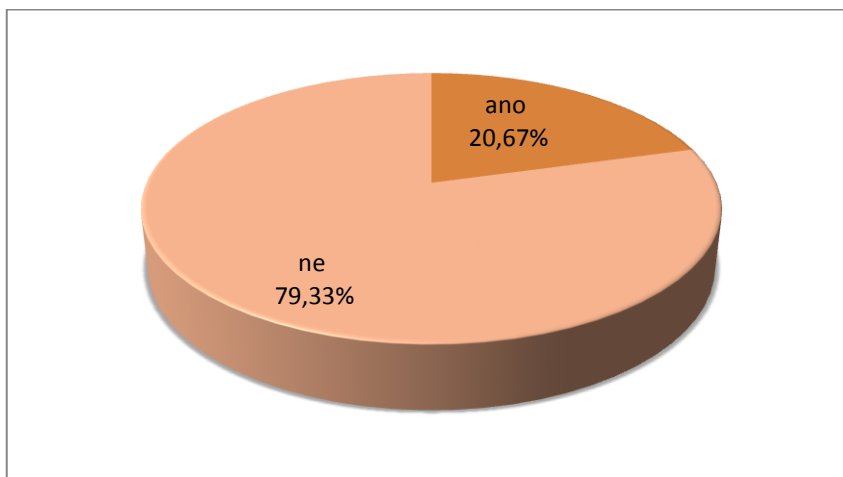
Graf 11: Myslíte si, že je Lipnice nad Sázavou dosti propagována v celé ČR?



Zdroj: vlastní šetření.

U této otázky 30 (20%) návštěvníků odpovědělo ano, ale většina dotazovaných si myslí, že je Lipnice nad Sázavou v ČR propagována málo, a to 120 (80%) návštěvníků ze 150. Tito respondenti se o Lipnici nad Sázavou většinou dozvěděli od známých.

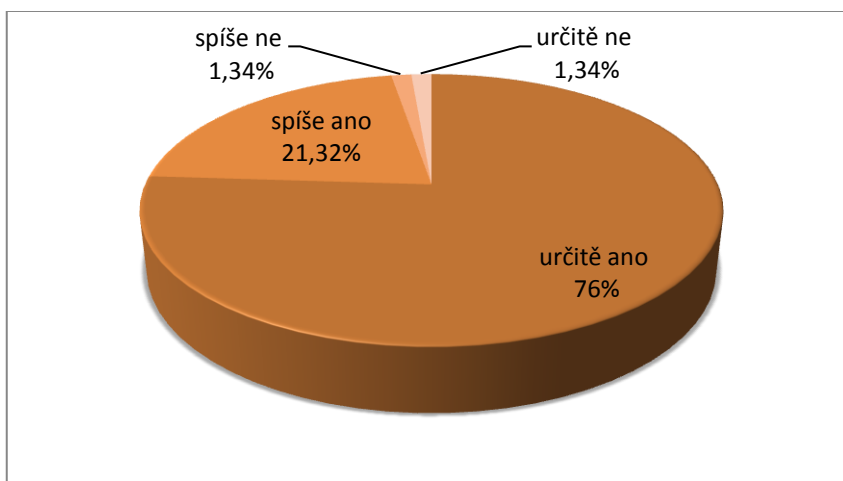
Graf 12: Byli jste v Lipnici nad Sázavou s něčím nespokojeni?



Zdroj: vlastní šetření.

31 (20,67%) dotazovaných bylo na Lipnici nad Sázavou s něčím nespokojena a většinou šlo o nespokojenost se stravováním, s dopravními spoji, s parkováním a s WC. Většina návštěvníků byla spokojena, a to 119 (79,33%) dotazovaných.

Graf 13: Doporučili byste známým návštěvu Lipnice nad Sázavou.



Zdroj: vlastní šetření.

Na tuto otázku ze 150 dotazovaných odpovědělo 114 (76%), že by Lipnici nad Sázavou určitě doporučilo svým známým navštívit, 32 (21,32%) zaznamenalo spíše ano, protože je to malebné místo s Haškovou tradicí. 1 (1,34%) návštěvník odpověděl spíše ne a 1 (1,34%) návštěvník by Lipnici nad Sázavou nedoporučoval navštívit, protože měli problém s místními službami.

5.4 Diskuze

Výsledky terénního šetření přináší informace o kvalitě poskytovaných služeb především stravování, dopravní obslužnosti a informovanosti návštěvníků obce Lipnice nad Sázavou v oblasti Havlíčkovobrodská. Je zde zobrazen názor různých věkových kategorií na danou problematiku.

Hypotéza 1: V Lipnici nad Sázavou jsou ne všechny služby cestovního ruchu poskytovány kvalitně.

Na základě dotazníkového šetření byla tato hypotéza vyvrácena. Z celkového počtu 150 dotazovaných odpovědělo 86 (57,34%) návštěvníků, že je určitě nebo spíše spokojeno se službami cestovního ruchu, a to konkrétně se stravovacími službami. Nespokojených návštěvníků bylo 41 (27,33%) a 23 (15,33%) dotazovaných nemohlo posoudit, protože žádné stravovací zařízení v této obci nenavštívilo. Tuto situaci ukazuje *Graf 3: Jste spokojeni se zdejší škálou možností stravovacích zařízení?*, ale také *Graf 4: Měla by podle vás Lipnice nad Sázavou nabízet větší škálu možností stravování?*, kde 67 (44,67%) dotazovaných odpovědělo, že Lipnice nad Sázavou nepotřebuje další stravovací zařízení, zatímco 56 (37,33%) návštěvníků by další možnosti stravování uvítalo. 27 (18%) nemohlo tuto problematiku posoudit.

Hypotéza 2: Lipnice nad Sázavou se potýká s problémem dopravní obslužnosti.

Výše uvedená hypotéza byla potvrzena. Dokazuje to *Graf 7: Myslíte si, že je zde problémová dopravní dostupnost z hlediska malého množství dopravních spojení?* 72 (48%) návštěvníků potvrdilo, že je zde problémová dopravní dostupnost naopak 28 (18,67%) si myslí, že Lipnice nad Sázavou se nepotýká s problémem dopravní obslužnosti a 50 (33,33%) dotazovaných nemohlo posoudit. *Graf 8: Zvýšili byste množství dopravních spojení do obce Lipnice nad Sázavou?*, také dokazuje potvrzení hypotézy 2. Odpověď ano se objevila 74krát (49,33%), odpověď ne zvolilo 20 (13,34%) dotazovaných a 56 (37,33%) nemohlo opět posoudit. Problém dopravní obslužnosti ukazuje i *Graf 5: Jakým způsobem jste se dopravili do Lipnice nad Sázavou?*, protože 99 (66%) návštěvníků Lipnice nad Sázavou zvolilo jako dopravní prostředek osobní

automobil z důvodu malého množství autobusových spojů a neexistence železniční stanice.

Hypotéza 3: Důležitým předpokladem rozvoje cestovního ruchu ve zkoumané oblasti je informovanost.

Hypotéza 3 byla návštěvníky Lipnice nad Sázavou potvrzena. Vychází z *Grafu 9: Z jakých zdrojů jste se dozvěděli o Lipnici nad Sázavou?*, kdy 63 (42%) dotazovaných odpovědělo, že se o Lipnici nad Sázavou dozvědělo od známých, 31 (20,67%) dotazovaných z internetu, z tisku a z televize se o Lipnici nad Sázavou dozvědělo 6 (4%) návštěvníků a 50 (33,33%) dotazovaných zvolilo jiný způsob, jelikož Lipnici nad Sázavou zná od dětství, protože bydlí v její blízkosti. Dále tuto hypotézu dokazuje *Graf 11: Myslíte si, že je Lipnice nad Sázavou dosti propagována v celé ČR?*, kde 30 (20%) návštěvníků odpovědělo ano, ale většina dotazovaných si myslí, že je Lipnice nad Sázavou v ČR propagována málo, a to 120 (80%) návštěvníků ze 150. Informovanost návštěvníků Lipnice nad Sázavou je tedy nedostatečná především těm, kteří nebydlí v kraji Vysočina, protože jak bylo potvrzeno, většina návštěvníků zná tuto obec díky svým známým, zatímco veřejné zdroje by byly větším předpokladem rozvoje cestovního ruchu v Lipnici nad Sázavou.

6. Návrhy a opatření

6.1 Segmentace trhu

Pro potřeby bakalářské práce byla provedena segmentace trhu, která vychází z provedeného terénního šetření. Byly určeny následující hlavní cílové skupiny návštěvníků:

- Mladý cestovatel – návštěvník ve věku do 25 let a 26 – 30 let, přijíždějí za poznáním a za zábavou,
- Rodiny s dětmi – věková skupina 30 – 40 let, cestují za relaxací a za zábavou,
- Střední generace – návštěvník ve věku od 41 – 55 let, cestují za poznáním, novými zážitky a relaxací,
- Starší lidé a senioři – věková kategorie 56 a více let, přijíždějí za poznáním, odpočinkem a za příbuznými.

Účel cesty návštěvníků ovlivňuje délku pobytu a chování turisty. Návštěvníky Lipnice nad Sázavou lze rozdělit na exkurzionisty (výletníky), kterých je zde většina, a turisty. Výletník přijíždí do destinace na dobu kratší než jeden den, aby si prošel lipnické náměstí, hrad, poznal minulost Haška nebo si prohlédl lipnické lomy. Oproti tomu turista cestuje po dobu delší než jeden den a v destinaci aspoň jednou přenocuje. Tuto variantu volí především rodiny s dětmi, které kromě Lipnice nad Sázavou poznávají i její okolí. Návštěvníci přijíždějí především z okolí Lipnice nad Sázavou, ale i z celé České republiky. Menší část návštěvníků je ze zahraničí, hlavně ze sousedních zemí jako je Německo, Polsko, Slovensko a Rakousko.

6.2 Produktové portfolio

Lipnice nad Sázavou byla vybrána z oblasti Havlíčkovobrodská pro terénní šetření, kde z výsledků tohoto šetření bude vytipován potenciál místa a vybrán produkt pro rozvoj cestovního ruchu. Do Lipnice nad Sázavou přijíždějí návštěvníci především v letních měsících, tedy v hlavní sezóně, a problémem se tak stává zimní sezóna. V Lipnici nad Sázavou je důležité rozvíjet především místní infrastrukturu, která je součástí cestovního ruchu a díky které mohou návštěvníci získat komplexní zážitek.

6.2.1 Stravovací zařízení

Na základě dotazníkového šetření bylo zjištěno, že návštěvníci Lipnice nad Sázavou jsou se stravovacími službami spokojeni. V Lipnici nad Sázavou poskytuje plný sortiment svých služeb pouze Penzion a hostinec U České koruny, což je stylová restaurace s kachlovými kamny, rekvizitami z doby působení Jaroslava Haška, letní terasou s posezením, která nabízí typická česká jídla. Dále organizuje pohoštění na svatbách, firemní akce s rautem nebo připravují středověkou hostinu na hradě Lipnice. Ostatní hostince v obci jsou zaměřeny pouze na podávání nápojů nebo poskytnutí rychlého občerstvení. Hostinec U České Koruny tak nemá v obci konkurenci a může si nastavit vyšší ceny, které nemusí akceptovat někteří návštěvníci. Přijíždějící turisté jsou spokojeni ve většině případů se stravovacím zařízením, jak vyšlo v dotazníkovém šetření, ale bylo by potřeba zřídít jednodušší stravování pro skutečné turisty, kteří by podobné stravovací zařízení jistě uvítali. Tento problém by mohl vyřešit nezávislý podnikatel, který by poskytoval tuto službu v sezóně, kdy se v Lipnici nad Sázavou nachází nejvíce návštěvníků, protože v mimosezóně by se poskytování této služby nevyplatilo.

6.2.2 Autobusové dopravní spojení

Dalším vhodným produktem by bylo zvýšení počtu dopravních spojení především autobusových spojů. V Lipnici nad Sázavou chybí železniční spojení. Nejbližší železniční zastávky se nacházejí asi 8 km od Lipnice nad Sázavou, a to ve Světlé nad Sázavou a v Okrouhlici. Poté musí turisté volit buď procházku, nebo mají s sebou bicykl anebo autobus, kterým se mohou vydat ihned ze svého rodného bydliště. V běžném pracovním týdnu je dopravní obslužnost Lipnice nad Sázavou lepší, protože dopravní spojení slouží především místním obyvatelům, ale i návštěvníkům. Zatímco víkendová dopravní spojení už jsou problémová z hlediska jejich velmi malého počtu. Jediné autobusové spojení, které zde o víkendu funguje, je do Havlíčkova Brodu a z Havlíčkova Brodu zpět do Lipnice nad Sázavou. Dopravní spojení těchto autobusů, však nemá vhodné časové rozmezí. Pro Lipnici nad Sázavou by bylo vhodné, kdyby bylo zajištěno vůči nějakému dopravci více autobusových spojení, a to především v letních měsících, kdy přijíždí nejvíce turistů. Obec by uvítala víkendové

posílení dopravních spojů, kdy by přijížděl autobus v dopoledních a odpoledních hodinách z větších okolních obcí, a poté zpět naopak v odpoledních a večerních hodinách. Jednalo by se o kyvadlovou dopravu, kterou by mohli využívat jak návštěvníci Lipnice nad Sázavou tak i místní obyvatelé. Problém vyvstává s otázkou možnosti financování. Obec Lipnice nad Sázavou se nyní potýká s finančními problémy, tedy nemůže zřizovat další dopravní spojení pro občany, natož pro turisty. Řešením by mohla být spolupráce obce s nějakým soukromým podnikatelem, který by tímto způsobem podnikal a organizačně i finančně zajišťoval rozšíření dopravních spojení do obce Lipnice nad Sázavou pro turisty. V dnešním moderním světě má většina obyvatel vlastní automobil. Automobil je nejsnazší způsob jak se přepravit z jednoho místa na druhé, a tento způsob volí i většina návštěvníků, kteří přijíždějí do Lipnice nad Sázavou, jak vyšlo z terénního šetření. Z tohoto důvodu by se zlepšení dopravní obslužnosti v obci mohlo zdát zbytečné. Avšak pořád existují turisté, kteří nevlastní automobil nebo chtějí zažít dobrodružství, které může veřejná doprava přinášet.

6.2.3 Reklamní kampaň

Jak bylo potvrzeno v dotazníkovém šetření, většina návštěvníků Lipnice nad Sázavou se o tomto místě dozvědělo od známých. Hrad Lipnice je dominantou Havlíčkobrodská a tzv. kraj Jaroslava Haška je v podvědomí lidí i na Vysočině, avšak za hranicemi zdejší oblasti se objevují i jiné atraktivita, přes které turisté nepomýšlí a ani nevědí o tak malebném místě jako je Lipnice nad Sázavou. Větší propagace obce by mohla pomoci k rozvoji cestovního ruchu tohoto místa, a k příjezdu většího počtu návštěvníků. Řešením by mohla být reklamní kampaň, kterou by si obec nechala zpracovat u reklamní agentury, která se specializuje na reklamní služby a marketing. Na základě rozpočtu, představ obce a agenturních zkušeností by byla navržena realizace reklamní kampaně na míru. Agentura by vybrala optimální média a navrhla způsob komunikace s ohledem na cílovou skupinu, kterou by chtěla obec oslovit. Zkušení projektivní manažeři by připravili celý harmonogram kampaně a zařídili jeho průběh a kontrolu. Vhodné nástroje komunikace by měly být zaměřeny především na celorepubliková média, jako je rádio nebo televize. Dále regionální rádia, celostátní a regionální deníky, billboardy, dopravní prostředky MHD, interaktivní flash bannery umístěné

na serverech, webových stránkách, které daná cílová skupina navštěvuje, PPC kampaně (zpoplatněné reklamní inzeráty ve vyhledávačích na internetu) a také letáky, které by byly dány do turistických informačních center. V případě Lipnice nad Sázavou by se jednalo o rozsáhlejší reklamní kampaň s rozpočtem ve statisících korun, avšak znovu nastává problém financování. Obec by nemohla reklamní kampaň finančně zajistit. Opatřením by mohl být silný sponzor, který by však musel mít jistotu, že reklamní kampaň bude efektivní a bude z ní moci čerpat určité výhody, které se projeví ve vyšší návštěvnosti Lipnice nad Sázavou, a tak i zvýšení povědomí návštěvníků o sponzorovi. Obec Lipnice nad Sázavou se o propagaci stará tím, že má zpracované a připravené propagační materiály, které chce poskytnout turistům prostřednictvím zásobování místních prodejců, hradu, Hostince U České koruny a dalších.

6.2.4 Vánoční a velikonoční jarmark

Lipnice nad Sázavou se potýká s problémem sezónnosti. V letních měsících navštíví obec okolo 20 000 turistů, v zimních měsících však přijíždí jen velmi malé množství návštěvníků. Vánoční a velikonoční jarmark by mohl sezónnost určitým způsobem vyřešit. Tak jako Vánoce patří bezesporu k nejvýznamnějším svátkům v roce, tak i Velikonoce jsou významnými svátky a vítají příchod jara. Návrat k tradicím a řemeslům v dnešním uspěchaném světě by jistě mohl zaujmout, a Lipnice nad Sázavou by mohla být atraktivitou i v zimních a jarních měsících. Tento produkt je podrobněji rozebrán v další kapitole „Příprava nového produktu“, kde je popsána i finanční stránka vánočního a velikonočního jarmarku.

7. Příprava nového produktu

7.1 Ideový záměr

Novým produktem a zároveň předpokladem rozvoje cestovního ruchu na Havlíčkobrodsku, konkrétně v Lipnici nad Sázavou, je vánoční a velikonoční jarmark. Důraz bude kladen na historii a tradici typických řemeslných trhů i s jejich ukázkou a možností vlastní tvorby návštěvníků tak, aby byla navozena tvůrčí atmosféra. Také bude kladen důraz na výběr prodejního sortimentu a na duchovní rozměr Vánoc a Velikonoc.

Vánoční i velikonoční trhy budou situovány na náměstí Lipnice nad Sázavou s celkovým počtem 20. stánků. Při vánočních trzích k nim bude umístěn Betlém s dřevěnými sochami a živými ovce. Dřevěné sochy by byly vyrobeny v létě před uskutečněním vánočního jarmarku, při příležitosti konání řezbářské akce „Dřevěná Lipnice“. Každý rok se uskutečňuje v letním amfiteátru POD HRADEM, kde se setkávají profesionální řezbáři z celé republiky, kteří během celého týdne vytvářejí monumentální dřevěné sochy. O velikonočním jarmarku by tu byla ohrada s několika domácími zvířaty.

Tradiční nabídkou budou stánky s keramikou, dřevěnými hračkami, košíky, vánočními a velikonočními výrobky, pletenými rukavicemi, čepicemi a šálami, svíčkami, uměleckou ruční výrobou, vyšíváními, háčkovanými a paličkovanými výrobky, výtvarnou prací, dřevěnými výrobky nebo šperky a bižuterie. Dále nebude chybět stánek s tradičními sýry, uzenářství, sladkosti, koření, káva a čaj s ochutnávkou, punč a svařené víno, medovina, pečené kaštiny, trdelníky i vánoční a velikonoční balené pečivo.

Návštěvníci si budou moci vyzkoušet vytvořit vlastní obrázek všech technik, ozdobit perníky, udělat malou vánočku nebo mazanec, vyzkoušet si paličkování, ozdobit vánoční ozdoby nebo velikonoční vajíčka, vytvořit si vlastní šperk, zkusit si pracovat na hrnčířském kruhu nebo vytvořit z proutí košík či pomlázku.

Důležité je i občerstvení, které by se skládalo jen z typických českých pokrmů, které by směřovaly ke kulinařským zajímavostem, specialitám kraje, tzv. zážitkovým dobrotám a gastro-turistice. Občerstvení by bylo zajišťováno místní restaurací U České Koruny. Majitel restaurace by měl též stánek s občerstvením na náměstí a návštěvníci by se mohli zahřát a dát si něco dobrého k jídlu také přímo v restauraci.

Programy obou trhů budou koncipovány tak, aby byly co nejvíce zaměřeny na vánoční a velikonoční tematiku. Součástí programů by bylo zpívání vánočních koled místními dětmi ze základní školy Lipnice nad Sázavou na náměstí a o Velikonocích by šlo o lidové písničky s tematikou jara. Také by vystoupil folklorní soubor Škubánek ze Světlé nad Sázavou. Při příležitosti jarmarků by byl otevřený hrad s omezeným provozem a konal by se zde večerní vánoční koncert v hradní kapli sv. Vavřince. Otevřeno by bylo i Haškovo muzeum.

7.2 Propagace

Propagace bude důležitou součástí vánočního i velikonočního jarmarku, protože je potřeba, aby lidé o této akci věděli, a to nejen v rámci oblasti Havlíčkobrodsko nebo kraje Vysočina, ale i v rámci celé České republiky. Propagace každého z jarmarků začne 1,5 měsíce před jejich konáním.

Propagačními prostředky budou:

- a) plakáty vyvěšené v Lipnici nad Sázavou, v jejím okolí a v největších městech kraje Vysočina, které si obec vytvoří ve vlastní režii a tisk bude zprostředkovaný u tiskařské firmy, výlep plakátů bude obec zajišťovat ve spolupráci se společností, která tuto činnost zajišťuje,
- b) letáky, které se rozešlou do vybraných turistických informačních center v rámci České republiky, obec vytvoří opět ve vlastní režii a zprostředkuje tisk,
- c) inzerce v podobě sloupku v celostátním tisku, který se bude objevovat denně po dobu osmi dní před konáním jarmarků
- d) webové stránky obce Lipnice nad Sázavou, kde bude vytvořena prezentace ve vlastní režii obce,

- e) rádio s 30. sekundovým spotem v celoplošné rozhlasové stanici, který bude vysílán 7 dní před konáním jarmarku každý den, a to v čase od sedmi do devíti hodin ráno a od tří do šesti hodin odpoledne a
- f) televize, kde bude prezentována pozvánka v ranních programech.

7.3 Organizace vánočního a velikonočního jarmarku

Hlavním organizátorem a ideovým partnerem celého projektu bude obec Lipnice nad Sázavou. Ta bude spolupracovat se zkušenou agenturou, která realizuje různé akce, pořádá kulturní události či vytváří akce na klíč. Důležité je, aby byl jarmark kladně přijat širokou veřejností a stal se vyhledávanou událostí v čase vánočním a velikonočním. Agentura tedy objedná prodejce, a to především ty, kteří mají historický stánek, dobový oděv a podporují prodej i průběžnými ukázkami výroby či řemesla, protože trhy musí probíhat v duchu řemeslné, stylové či staročeské výroby. Agentura by také pomohla obci s organizací kulturního programu a s propagací.

7.4 Finanční stránka produktu

7.4.1 Koncepce stánkového prodeje

Agentura by zajistila stánkový prodej. Šlo by o 20 ks přenosných stánků umístěných na náměstí Lipnice nad Sázavou (zábor veřejného prostranství + zvláštní užívání komunikace). Nájem prodejního místa by byl 100 Kč za 1m² na den. Maximální délka stánku 6m a šířka 3m.

7.4.2 Propagace

- **Plakáty:** formát A3 (297×420 mm), gramáž papíru 115 g/m² speciální plakátovací papír, cena s DPH za 1 ks 3,05 Kč, celkem 750 ks plakátů
- **Výlep plakátů:** formát A3, cena s DPH na 1 plakát na 1 den 2,76 Kč
- **Letáky:** formát A6 (105×148 mm), gramáž papíru 135 g/m² křída matná, cena s DPH za 1 ks 1,2 Kč, celkem 3000 ks letáků
- **Inzerce:** sloupek na ¼ strany (šířka×výška, 9×12 cm), cena 1.250 Kč
- **Rádio:** 30 s spot, PO – NE, 7⁰⁰ - 9⁰⁰ 24.200 Kč, 15⁰⁰ - 18⁰⁰ 15.000 Kč

- **Televize:** pozvánka na jarmark v Lipnici nad Sázavou v ranních programech bude prezentována bez finančních nákladů

Tabulka 4: Kalkulace propagace

Propagační prostředek	Výpočet	Celkem
Plakáty	750 ks * 3,05 Kč	2.288 Kč
Výlep plakátů	750 ks * 5 dnů * 2,76 Kč	10.350 Kč
Letáky	3000 ks * 1,2	3.600 Kč
Inzerce	8 dní * 1.250 Kč	10.000 Kč
Rádio	24.200 Kč + 15.000 Kč	39.200 Kč

Propagační prostředky celkem		65.438 Kč
	+ náklady navíc	4.562 Kč
Celkem		70.000 Kč

Zdroj: vlastní zpracování.

7.4.3 Celková kalkulace

Vánoční i velikonoční jarmark bude zajištěn ze sponzorských finančních prostředků. Hlavními sponzory by mohly být Zemědělská obchodní společnost Podhradí s.r.o., Kamenické práce (Karol Súkeník), Restaurace a penzion U České Koruny (pí. Hašková), Restaurace Na Vrškách (pí. Krpálková), Bistro U Haška (pí. Straková), Granit Lipnice s.r.o., Baukomplex a.s., Elektroinstalace (K. Jonáš) a Vodo-topo (R. Matýs). Každý z jarmarku bude organizován v celkové hodnotě 200 000 Kč, která by měla být rozdělena tak, aby bylo dosaženo požadovaného efektu akce.

Celková kalkulace se skládá ze tří složek. První nákladovou položkou je Agentura, která bude spolupracovat s obcí Lipnice nad Sázavou na organizaci vánočního a velikonočního jarmarku. Dále je důležité finančně zajistit propagaci, kde budou finanční prostředky vynaloženy na reklamní kampaň a také na náklady navíc, které se mohou při propagaci vyskytnout. Zbylé finance budou použity na ostatní náklady, které

jsou potřeba při organizování každé akce, jako může být například výstavba Betlému nebo menšího pódia pro účinkující v kulturním programu.

AGENTURA 100.000 Kč

PROPAGACE70.000 Kč

OSTATNÍ NÁKLADY30.000 Kč

CELKEM200.000 Kč

8. Závěr

Cílem bakalářské práce bylo prostřednictvím analýzy cestovního ruchu na Havlíčkovobrodsku vytipovat skrytý potenciál cestovního ruchu, a navrhnout nový produkt cestovního ruchu zaměřený na vybraný segment návštěvníků. První část práce byla zaměřena na teoretické vymezení marketingu, produktu, destinace a cestovního ruchu. Dále byla provedena základní charakteristika oblasti Havlíčkovobrodsko, kde jsou zmapovány hlavní atraktivity, které se v této oblasti nalézají.

Havlíčkovobrodsko disponuje mnoha kulturně – historickými památkami a má také přírodní potenciál, i z toho důvodu, že se Havlíčkovobrodsko nachází v kraji Vysočina, což je jeden z nejčistších regionů České republiky. Tato oblast má dobré předpoklady k rozvoji venkovské turistiky, hlavně kvůli zdejší krajině a dostatku malých a středních ubytovacích zařízení. Na Havlíčkovobrodsku se také nachází značené cyklotrasy a cyklostezky, které se neustále rozvíjejí, a cykloturistika se stává stále oblíbenějším sportem. Zázemí tu má také kulturně – poznávací turismus.

Hlavním problémem Havlíčkovobrodsko je nedostatečné vybavení, ale i špatný stav sekundární nabídky. Jedná se především o hotely. Nedostatečná je také doprovodná turistická infrastruktura a nabídka pro volný čas. Všechny tyto záležitosti bude potřeba řešit.

Druhá část práce se skládá z terénního šetření a návrhu nového produktu, což bylo situováno do Lipnice nad Sázavou, která má dobré předpoklady cestovního ruchu, ale potýká se s problémem sezónnosti, nedostatečnou sekundární nabídkou a informovaností návštěvníků, které by bylo vhodné řešit. Návrhy a opatření produktů cestovního ruchu vychází především z dotazníkového šetření, ale kvůli současné finanční situaci obce Lipnice nad Sázavou by nebylo vhodné tyto produkty realizovat, čímž se stal tento cíl problematickým. Z informací získaných od pracovníků obecního úřadu byl nakonec navržen vánoční a velikonoční jarmark, který je nejvhodnějším způsobem jak rozvíjet zdejší cestovní ruch i v zimní sezóně z ekonomického hlediska.

Předpoklady rozvoje cestovního ruchu na Havlíčkovobrodsku existují. Je však důležitá spolupráce všech subjektů, a to především spolupráce mezi soukromým a veřejným

sektorem, aby nejenom primární, ale také sekundární nabídka byla kvalitní a návštěvník této oblasti získal komplexní zážitek, a rád se vracel.

8.1 Summary

The aim of this thesis was to analyze tourism of the region Havlíčkovobrodsko, identify the hidden potential of tourism and propose a new tourism product focused on selected segments of visitors. The first part was focused on the theoretical definition of marketing, product, destination and tourism. Moreover, a fundamental characteristics of Havlíčkovobrodsko, which delineates the major attractions that are found in this area, is given.

Havlíčkovobrodsko has many culturally historical and natural monuments. This area has good potential for developing rural tourism, cycling and cultural – cognitive tourism. Attractive to visitors is the local landscape and plenty of small and medium – sized accomodations.

The main problem of Havlíčkovobrodsko is not only the lack of equipment but also the poor condition of secondary supply. The accompanying tourist infrastructure is also lacking as well as the offer for leisure. All these issues need to be addressed.

The second part consists of field survey and design of a new product. The survey was conducted in Lipnice nad Sázavou, which has good prospects of tourism. Here is the seasonality problem, the lack of secondary supply and information to visitors that could be addressed. The proposals and measures of tourism products are based on the survey. These products can not be realized because of the financial situation of Lipnice nad Sázavou. According to the information obtained from local authority staff, Christmas and Easter Fair was designed. It is the best way to develop local tourism.

There are the prospects for development of tourism of Havlíčkovobrodsko. Very important is cooperation between the public and private sector so that not only primary but also secondary supply was of high quality.

9. Seznam literatury

9.1 Literatura

BOUČKOVÁ, J. a kol. *Marketing*. Praha: C. H. Beck, 2003. 432 s. ISBN 80-7179-577-1.

ČERTÍK, M. *Cestovní ruch – vývoj, organizace a řízení*. Praha: OFF, 2001. 352 s. ISBN 80-238-6275-8.

DAVID, P. a kol. *Průvodce po Čechách Moravě Slezsku – Havlíčkobrodsko*. Praha: S a D, 2009. ISBN 978-80-86899-24-4.

FELLEGIÓVÁ, E. *Destinační management - příležitost i pro váš region*. Jihočeská univerzita v ČB, 2008. 29 s. ISBN 978-80-7394-102-4.

FIŠER, V. *Toulky Vysočinou*. Praha: Regia, 2009. 208 s. ISBN 978-80-86367-74-3.

FORET, M. a FORETOVÁ, V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing, 2001. 178 s. ISBN 80-247-0207-X.

GOLDNER, C. R., RITCHIE, J. R. B. *Tourism. Principles. Practices. Philosophies*. Hoboken: John Wiley a Sons, 2009. 624 s. ISBN 978-0-470-08459-5.

HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. 223 s. ISBN 80-7168-948-3.

HORÁKOVÁ, H. *Strategický marketing*. Praha: Grada Publishing, 2003. 200 s. ISBN 80-247-0447-1.

INDROVÁ, J. a kol. *Cestovní ruch I*. Praha: VŠE, 2004. 122 s. ISBN 80-245-0799-4.

JAKUBÍKOVÁ, D. *Strategický marketing*. Praha: Grada Publishing, 2008. 269 s. ISBN 978-80-247-2690-8.

KIRÁLOVÁ, A. *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress, 2003. 173 s. ISBN 80-86119-56-4.

KOTLER, P. *Marketing a management*. Praha: Grada Publishing, 2001. 775 s. ISBN 80-247-0016-6.

KUČEROVÁ, I. *Ekonomika se zaměřením na cestovní ruch*. Praha: Idea Servis, 1997. 153 s. ISBN 80-85970-14-7.

KUTNOHORSKÁ, J. *Výzkum v ošetrovatelství*. Praha: Grada Publishing, 2009. 175 s. ISBN 978-80-247-2713-4.

MALÁ, V. a kol. *Základy cestovního ruchu*. Praha: VŠE, 2002. 98 s. ISBN

MORRISON, A. M. *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Praha: Victoria Publishing, 1995. 523 s. ISBN 80-85605-90-2.

ORIEŠKA, J. *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea Servis, 2010. 405 s. ISBN 978-80-85970-68-5.

PALATKOVÁ, M. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu. Jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, 2006. 341 s. ISBN 80-247-1014-5.

PODHORSKÝ, M. *Průvodce na cesty. Kraj Vysočina*. Praha: freytag a berndt, 2003. 160 s. ISBN 80-7316-075-7.

Průvodce po České republice. Kraj Vysočina. Praha: Kartografie Praha, 2004. 158 s. ISBN 80-7011-735-4.

URBAN, V. *Kam na víkend Vysočina*. Brno: Computer Press, 2008. 128 s. ISBN 978-80-251-2053-8.

URBAN, V. *Kam na Vysočině*. Brno: Computer Press, 2010. 144 s. ISBN 978-80-251-2951-7.

9.2 Zdroje

Analýza cestovního ruchu v kraji Vysočina [online]. Kraj Vysočina, [2010-09-23]. Dostupný na WWW: <http://extranet.kr-vysocina.cz/download/orr/cest_ruch/Analyza_c

estovniho_ruchu_v_kraji_Vysocina.pdf>.

Geografie cestovního ruchu [online]. Západočeská univerzita v Plzni, Geomatika, [2010-09-23]. Dostupný na WWW: <www.gis.zcu.cz/studium/dbg2/Materialy/html/ch16.html>.

Cestovní ruch – základní pojmy [online]. Vyšší odborná škola Karlovy Vary, [2010-09-23]. Dostupný na WWW: <www.voskv.cz/downloads/CR_svet_theorie.ppt>.

Havlíčkobrodsko - popis regionu [online]. Trasovník, [2010-12-08]. Dostupný na WWW: <http://www.trasovnik.cz/k_vysoc/havlbrod/havlbrod.asp>.

Statistická ročenka kraje Vysočina 2010 [online]. ČSÚ, [2010-12-26]. Dostupný na WWW: <<http://www.jihlava.czso.cz/csu/2010ediciplan.nsf/krajkapitola/631011-10-2010-16>>.

Kapacity hromadných ubytovacích zařízení v obcích vybraného okresu [online]. ČSÚ, [2010-12-31]. Dostupný na WWW: <http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?voa=tabulka&cislotab=CRU9020PU_OB2.1&q_rezim=1&vo=tabulka&q_text=&kapitola_id=39>.

Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie v obcích vybraného okresu [online]. ČSÚ, [2010-12-31]. Dostupný na WWW: <http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?voa=tabulka&cislotab=CRU9010PU_OB2.1&vo=tabulka&kapitola_id=654>.

Regionální struktura pohostinských a ubytovacích provozoven za rok 2001 [online]. ČSÚ, [2010-12-31]. Dostupný na WWW: <<http://www.czso.cz/csu/2002ediciplan.nsf/p/9105-02>>.

Současnost Lipnice nad Sázavou [online]. Lipnice nad Sázavou, [2011-01-15]. Dostupný na WWW: <<http://www.lipnicens.cz/>>.

9.3 Propagační materiály kraje Vysočina

Krajský úřad kraje Vysočina. *Camping na Vysočině*. Jihlava: Yashica.

Krajský úřad kraje Vysočina. *Historická města*. Jihlava: Yashica.

Krajský úřad kraje Vysočina. *Koňské stanice v kraji Vysočina*. Jihlava: Yashica.

Krajský úřad kraje Vysočina. *Ubytování*. Jihlava: Yashica.

Krajský úřad kraje Vysočina. *Vysočina*. Praha: Kartografie Praha. ISBN 978-80-7011-999-0.

Krajský úřad kraje Vysočina. *Vysočina kouzlo přírody*. Jihlava: Yashica.

Krajský úřad kraje Vysočina. *Vysočina kulturní dědictví*. Praha: Kartografie Praha, 2006.

Krajský úřad kraje Vysočina. *Zaměřeno na děti*. Jihlava: Yashica.

Vysočina Tourism. *Aktivní léto*.

Vysočina Tourism. *Dědictví minulosti*.

Vysočina Tourism. *Tipy na výlety. Vysočinou na kole*.

Vysočina Tourism. *Za poznáním historie*. Praha: Kartografie Praha.

Vysočina Tourism. *Zima na Vysočině*.

Seznam zkratek, schémat, obrázků, tabulek a grafů

Seznam zkratek

AMA	Americká marketingová asociace
CR	Cestovní ruch
ČSOP	Český svaz ochránců přírody
DM	Destinační management
MHD	Městská hromadná doprava
MIS	Marketingový informační systém
ODM	Oddělení destinačního managementu
PPC kampaň	Pay-per-click kampaň
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu

Seznam schémat

Schéma 1: Marketingový informační systém

Schéma 2: Znaky služeb

Schéma 3: Činnosti organizace DM

Schéma 4: Zdroje financování ODM

Seznam obrázků

Obrázek 1: Oblast Havlíčkovobrodsko

Seznam tabulek

Tabulka 1: Předpoklady rozvoje cestovního ruchu

Tabulka 2: Kapacity hromadných ubytovacích zařízení v oblasti Havlíčkovobrodsko
2000 – 2009

Tabulka 3: Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení v oblasti Havlíčkovrodska 2000 – 2009

Tabulka 4: Kalkulace propagace

Seznam grafů

Graf 1: Co vás přivedlo do Lipnice nad Sázavou?

Graf 2: Navštívili jste někdy obec Lipnici nad Sázavou?

Graf 3: Jste spokojeni se zdejší škálou možností stravovacích zařízení?

Graf 4: Měla by podle vás Lipnice nad Sázavou nabízet větší škálu možností stravování?

Graf 5: Jakým způsobem jste se dopravili do Lipnice nad Sázavou?

Graf 6: Vyskytly se problémy v dopravě při cestě do Lipnice nad Sázavou?

Graf 7: Myslíte si, že je zde problémová dopravní dostupnost z hlediska malého množství dopravních spojení?

Graf 8: Zvýšili byste množství dopravních spojení do obce Lipnice nad Sázavou?

Graf 9: Z jakých zdrojů jste se dozvěděli o Lipnici nad Sázavou?

Graf 10: Myslíte si, že je Lipnice nad Sázavou dosti propagována ve svém okolí?

Graf 11: Myslíte si, že je Lipnice nad Sázavou dosti propagována v celé ČR?

Graf 12: Byli jste v Lipnici nad Sázavou s něčím nespokojeni?

Graf 13: Doporučili byste známým návštěvu Lipnice nad Sázavou?

Seznam příloh

Příloha č. 1: Druhy a formy cestovního ruchu

Příloha č. 2: Nabídka destinace cestovního ruchu

Příloha č. 3: Otevírací doba a vstupné památek a jiných zajímavostí Havlíčkobrodsko

Příloha č. 4: Stravovací zařízení

Příloha č. 5: Ubytovací zařízení

Příloha č. 6: Kulturní a sportovně – rekreační zařízení

Příloha č. 7: Kulturní a sportovní akce

Příloha č. 8: Informační centra oblasti Havlíčkobrodsko

Příloha č. 9: Dotazník

Příloha č. 10: Identifikace návštěvníků terénního šetření

Příloha č. 11: Lipnice nad Sázavou

Přílohy

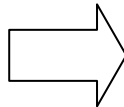
Příloha č. 1: Druhy a formy cestovního ruchu

Druhy cestovního ruchu

Rekreační cestovní ruch	Lázeňský cestovní ruch
Sportovní cestovní ruch	Zdravotní cestovní ruch
Myslivecký a rybářský cestovní ruch	Obchodní cestovní ruch
Dobrodružný cestovní ruch	Kongresový cestovní ruch
Náboženský (poutní) cestovní ruch	Stimulační cestovní ruch

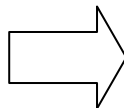
Formy cestovního ruchu

1. z geografického hlediska



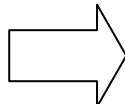
- domácí cestovní ruch
- zahraniční cestovní ruch
- mezinárodní cestovní ruch
- vnitřní cestovní ruch
- národní cestovní ruch
- regionální cestovní ruch

2. podle počtu účastníků



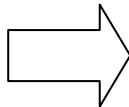
- individuální cestovní ruch
- skupinový cestovní ruch
- masový cestovní ruch
- ekologický cestovní ruch

3. podle způsobu organizování



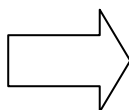
- individuální cesty
- organizovaný zájezd/pobyt
- klubový cestovní ruch

4. podle věku účastníků



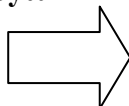
- cestovní ruch dětí
- mládežnický cestovní ruch
- rodinný cestovní ruch
- seniorský cestovní ruch

5. podle délky účasti



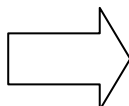
- výletní cestovní ruch
- krátkodobý cestovní ruch
- víkendový cestovní ruch
- dlouhodobý cestovní ruch

6. podle převažujícího místa pobytu



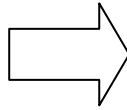
- městský cestovní ruch
- příměstský cestovní ruch
- venkovský cestovní ruch
- agroturistika
(ekoagroturistika)
- horský, vysokohorský
cestovní ruch
- přímořský cestovní ruch

7. podle ročního období



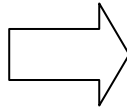
- sezonní (zimní, letní)
cestovní ruch
- mimosezonní cestovní ruch

8. podle použitého dopravního prostředku



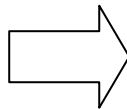
- motorizovaný cestovní
ruch
- železniční cestovní ruch
- letecký cestovní ruch
- lodní cestovní ruch

9. z hlediska dynamiky



- pobytový (statický)
cestovní ruch
- putovní (dynamický)
cestovní ruch

10. ze sociologického hlediska

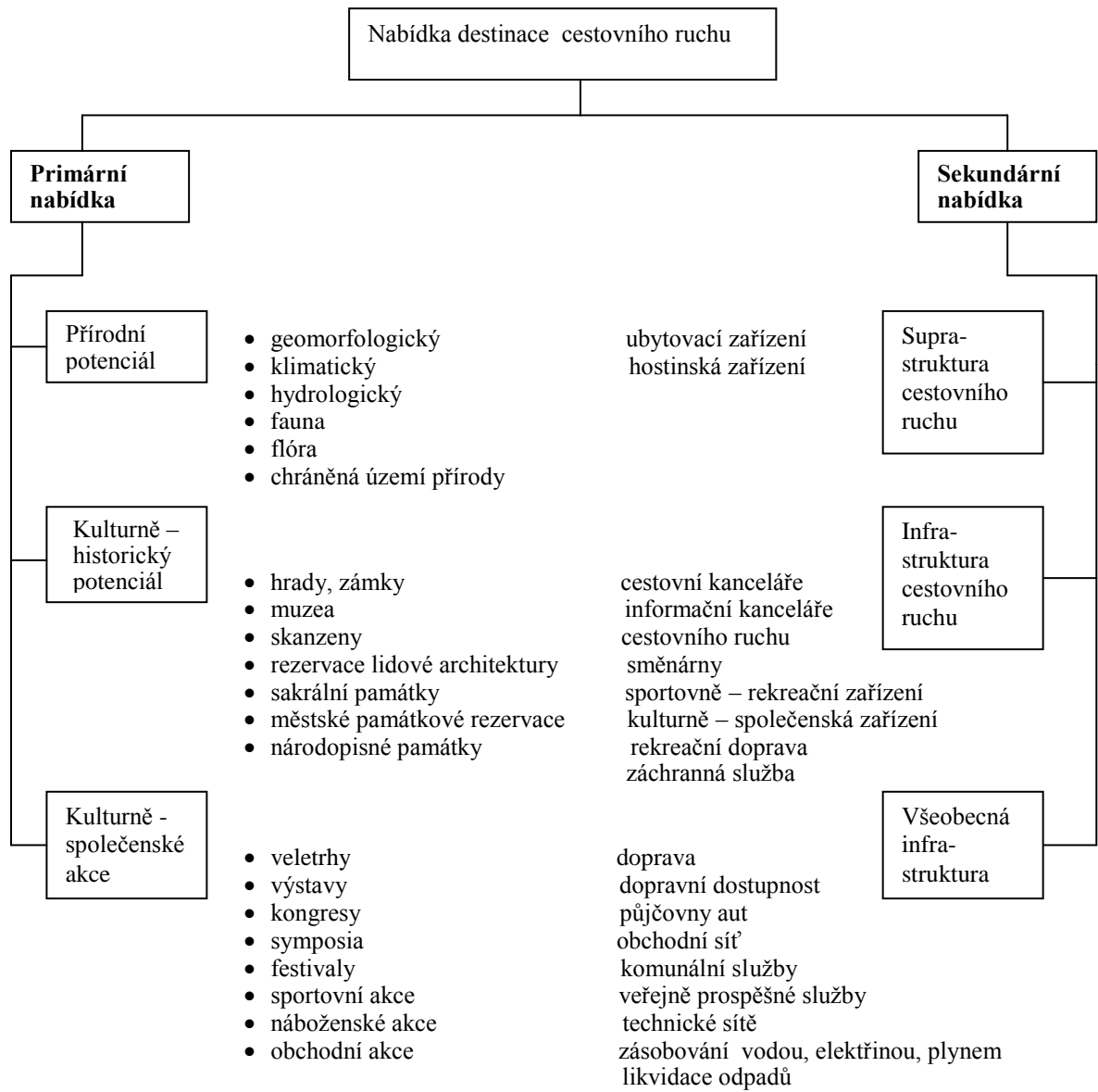


- návštěvy příbuzných a
známých
- sociální cestovní ruch
- komerční cestovní ruch
- etnický cestovní ruch
- celoroční cestovní ruch

Zdroj: Vlastní zpracování dle Hesková a kol.: Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy.

Praha: Fortuna, 2006: 21.

Příloha č. 2: Nabídka destinace cestovního ruchu



Zdroj: Királ'ová (2003: 88).

Příloha č. 3: Otevírací doba a vstupné památek a jiných zajímavostí Havlíčkobrodska

Tabulka 1: Havlíčkův Brod

Zajímavosti	Měsíc a dny	Hodiny	Plná cena	Sleva
Muzeum Vysočiny	Úterý – Neděle	9:00 – 12:00 13:00 – 17:00	Plná cena 30 Kč	Sleva (děti, studenti, důchodci, ZTP) 15 Kč
Kostel sv. Rodiny	Úterý – Neděle	9:00 – 12:00 13:00 – 17:00	Plná cena 20 Kč	Sleva (děti, studenti, důchodci, ZTP) 10 Kč
Galerie výtvarného umění	Úterý – Neděle		Cenová hladina do 50 Kč	
Štáflova chalupa	Pondělí	9:00 – 13:00 14:00 – 17:00		
	Úterý – Pátek	12:00 – 17:00		
	Sobota	9:00 – 12:00		
	Neděle	zavřeno		
Štáflova Bašta	Úterý – Neděle	9:00 – 12:00 13:00 – 17:00	Plná cena 20 Kč	Sleva (děti, studenti, důchodci, ZTP) 10 Kč

Tabulka 2: Chotěboř

Zajímavosti	Měsíc a dny	Hodiny	Plná cena	Sleva
Městské muzeum	Únor a Listopad	zavřeno	Cenová hladina do 50 Kč	
	Březen – Duben Pondělí – Neděle	9:00 – 12:00 13:00 – 17:00		
	Květen - Říjen Úterý – Neděle	9:00 – 12:00 13:00 – 17:00		
	Vánoční výstava 26.11. - 30.1. Úterý – Neděle	9:00 – 12:00 13:00 – 17:00		

Tabulka 3: Světlá nad Sázavou

Zajímavosti	Měsíc a dny	Hodiny	Plná cena	Sleva
Městské muzeum	Duben – Červen, Září Sobota – Neděle	10:00 – 12:00 13:00 – 16:00	Dospělí 30 Kč	Děti do 15 let 10 Kč
	Červenec a Srpen Úterý – Neděle	10:00 – 12:00 13:00 – 16:00		
Středověké podzemí	Září - Červen každé Út	ve 13 hodin	Dospělí 20 Kč	Děti do 6 let 10 Kč
	Červenec a Srpen Úterý – Pátek	10:00 – 13:00		
	Červenec a Srpen Sobota	9:00, 11:00 a 13:00		
Michalův statek	Květen a Září So a Ne	10:00 – 12:00 13:00 – 17:00	Dospělí 20 Kč	Děti 10 Kč; děti do šesti let zdarma
	Červen – Srpen Úterý – Neděle	10:00 – 12:00 13:00 – 17:00		

Tabulka 4: Příbyslav

Zajímavosti	Měsíc a dny	Hodiny	Plná cena	Sleva
Hasičské muzeum	Duben - Říjen Úterý – Neděle	8:00 – 16:00	Dospělí 30 Kč	Děti 10 Kč
	Listopad-Březen Úterý - Neděle	8:00 – 16:00		
Městské muzeum	Leden - Prosinec Pondělí	13:00 – 16:00	Cenová hladina do 30 Kč	
	Leden - Prosinec Úterý – Pátek	8:00 – 12:00 13:00 – 16:00		
	Leden - Květen Září – Prosinec Sobota	9:00 – 11:00		
	Květen, Září Neděle	9:00 – 11:00		
	Červen – Srpen Sobota, Neděle	9:00 – 11:00 13:00 – 16:00		

Tabulka 5: Golčův Jeníkov

Zajímavosti	Měsíc a dny	Hodiny	Plná cena	Sleva
Goltzova tvrz	Pondělí, Středa	8:00 – 16:00	Vstupné se neplatí	
	Úterý, Čtvrtek, Pátek	8:00 – 17:00		
	Sobota	9:00 – 11:00		
	Neděle	zavřeno		

Tabulka 6: Ledec nad Sázavou

Zajímavosti	Měsíc a dny	Hodiny	Plná cena	Sleva
Zámek a městské muzeum	Duben – Říjen Úterý – Neděle	9:00 – 12:00 13:00 – 16:00	Dospělí 25 Kč	Děti 6 – 15 let, důchodci, ZTP 15 Kč / školní výpravy 10 Kč
Synagoga	Návštěva synagogy je možná po domluvě v Informačním centru Ledec nad Sázavou.			
Židovský hřbitov	Přístupný každý den kromě soboty.			

Tabulka 7: Havlíčkova Borová

Zajímavosti	Měsíc a dny	Hodiny	Plná cena	Sleva
Památník Karla Havlíčka Borovského	Duben Pondělí – Pátek	9:00 – 16:00	Dospělí 15 Kč	Děti, studenti, senioři, ZTP 10 Kč
	Květen – Říjen Úterý – Sobota	9:00 – 16:00		
	Červenec – Srpen Úterý – Sobota	9:00 – 16:00		
	Červenec – Srpen Neděle	13:00 – 16:00		
	Listopad – Březen Pondělí – Pátek	9:00 – 16:00		

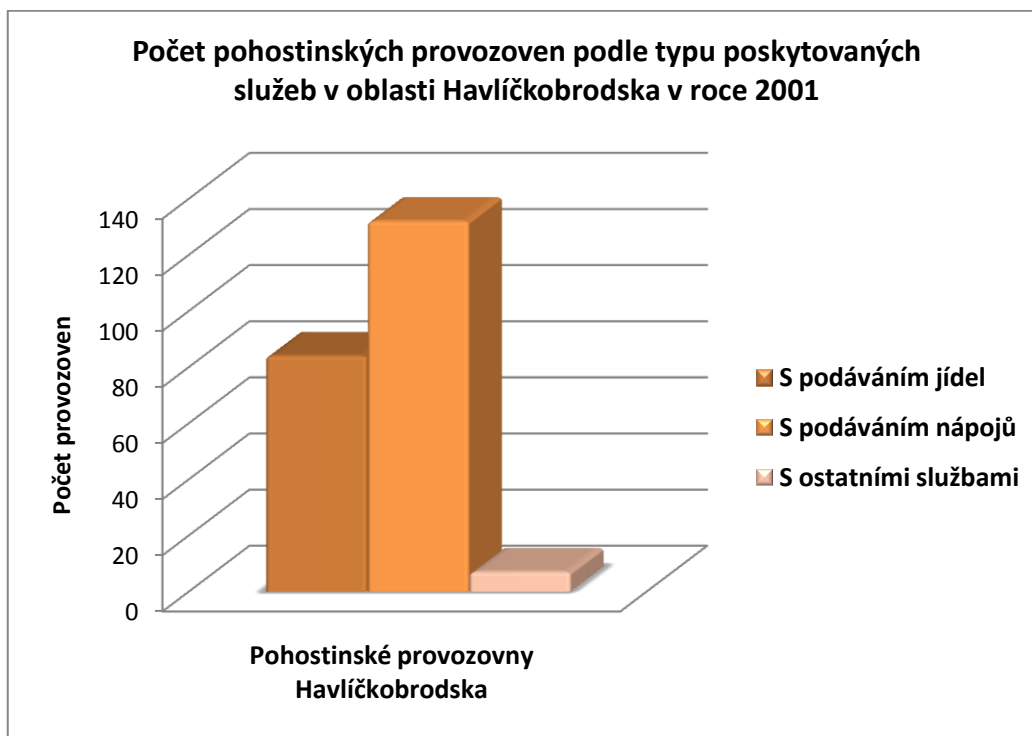
Tabulka 8: Lipnice nad Sázavou

Zajímavosti	Měsíc a dny	Hodiny	Plná cena	Sleva
Hrad Lipnice nad Sázavou	Duben, Září a Říjen Sobota, Neděle a svátky	10:00 – 16:00	Cenová hladina vstupného je do 70 Kč	
	Květen a Červen Úterý – Neděle	10:00 – 16:00		
	Červenec a Srpen Úterý – Neděle	9:00 – 18:00		
Památník Jaroslava Haška	Květen a Říjen Sobota a Neděle		Cenová hladina vstupného je do 50 Kč	
	Červen – září Úterý – Neděle	10:00 – 12:00 13:00 – 17:00		

Zdroj: internetové stránky subjektů cestovního ruchu na Havlíčkovobrodsku

Příloha č. 4: Stravovací zařízení

Graf 1: Počet pohostinských provozoven podle typu poskytovaných služeb v oblasti Havlíčkovrodska v roce 2001



Zdroj: ČSÚ (www.czso.cz/csu/2002edicniplan.nsf/p/9105-02, 31.12.2010, vlastní zpracování)

Seznam stravovacích zařízení Havlíčkovrodska

Název	Adresa	Kategorie
Restaurant Bílek	Bílek 53	Restaurace
Hostinec U Benešů	Česká Bělá 53	Hostinec
Hostinec u Sedláků	Dolní Krupá	Hostinec
Restaurace U Muchů	Dolní Město 74	Restaurace
Sport bar	Dolní město, Na závisti	Sport bar
Pivnice U Bohouška	Dolní Město	Pivnice
Restaurace na Zámku	Golčův Jeníkov, 5. Května 3	Restaurace
Restaurace Rusticana	Havlíčkův Brod, Na Výsluní 1814	Restaurace
Restaurace Kotlina	Havlíčkův Brod, U stadionu 3000	Restaurace
Švejkova restaurace	Havlíčkův Brod, Jihlavská 1895	Restaurace
Restaurace U Huberta	Havlíčkův Brod, Masarykova 3553	Restaurace

Restaurace Na Rynku	Havlíčkův Brod, Havlíčkovo nám. 51	Restaurace
Restaurace Formanka	Havlíčkův Brod, Humpolecká 1363	Restaurace
Hotel U zlatého lva	Havlíčkův Brod, Havlíčkovo nám. 176	Restaurace
Hotel Brixen	Havlíčkův Brod, Jiráskova 906	Restaurace
Radniční vinárna	Havlíčkův Brod, Havlíčkovo nám. 67	Vinárna
Kavárna U Notáře	Havlíčkův Brod, Sázavská 430	Kavárna
Klub Metro	Havlíčkův Brod, Beckovského 2045	Kavárna
Literární čajovna Suzanne Renaud	Havlíčkův Brod, Havlíčkovo nám. 180	Kavárna
Hostinec U Kroupů	Havlíčkův brod, Nádražní 106	Hostinec
Hostinec U Palánů	Havlíčkův Brod, Žďárská 1717	Hostinec
Fabrika Pizza Bowling	Havlíčkův Brod, Beckovského 2045	Pizzerie
Hostinec Herálec	Herálec	Hostinec
Panský dům	Chotěboř, Náměstí TGM 320	Restaurace
Restaurace U zámku	Chotěboř, Riegrova 6	Restaurace
Zahradní restaurace Niklovna	Chotěboř, Náměstí TGM 232	Restaurace
Restaurace Na Růžku	Chotěboř, Tyršova 385	Restaurace
Restaurace U Herrmana	Chotěboř, Dukelská 482	Restaurace
Kavárna Modrá hvězda	Chotěboř, Krále Jana 276	Kavárna
Pizzerie a Steak bar U Krokodýla	Chotěboř, Náměstí TGM 56	Pizzerie a steak bar
Restaurace Na Růžku	Ledeč nad Sázavou, Lipová 272	Restaurace
Restaurant Centráل	Ledeč nad Sázavou, Husovo náměstí 140	Restaurace
Hotel Stadion	Ledeč nad Sázavou, Havlíčkova 200	Restaurace
AEBI	Ledeč nad Sázavou, Husovo náměstí 139	Kavárna
Penzion a hostinec U České koruny	Lipnice nad Sázavou 55	Restaurace
Restaurace Pod hradem	Lipnice nad Sázavou 7	Restaurace
Myslivecká hospoda	Mírovka 66	Hostinec
Hospoda Na Staré poště	Okrouhlice 4	Hostinec
Šejdorský mlýn	Okrouhlička 25	Restaurace
Restaurace U Huberta	Přibyslav, Bechyňovo nám. 10	Restaurace
Penzion a restaurace U Kubínů	Přibyslav, Bechyňovo nám. 56	Restaurace
Restaurace U Jana Žižky	Přibyslav, U nádraží 384	Restaurace
Motorest U tří lip	Skuhrov 74	Motorest
Salaš Hájek	Střížov 93	Restaurace
Hotel Česká Koruna	Světlá nad sázavou, Nádražní 194	Restaurace

Bar Maxim	Světlá nad Sázavou, Náměstí Trčků z Lípy 38	Restaurace
Dublin bar	Světlá nad Sázavou, Nové město 1104	Restaurace
Restaurace U Lukáše	Světlá nad Sázavou, Náměstí Trčků z Lípy 1045	Restaurace
Městská restaurace	Světlá nad Sázavou, Náměstí Trčků z Lípy 986	Hostinec
Hospoda U Gusty	Světlá nad Sázavou, Haškova 114	Hostinec
Restaurace Na návsi	Šlapanov 37	Restaurace
Stará hospoda	Štoky 1	Hostinec
Pelestrovská hospůdka	Veselý Žďár 97	Restaurace
Hotel Filippi	Ždíre nad Doubravou, Nádražní 69	Restaurace
Restaurace U Lázníčků	Ždírec nad Doubravou, Chrudimská 25	Restaurace
Kavárna a cukrárna DIPP	Ždírec nad Doubravou, Brodská 129	Kavárna

Zdroj: Podhorský, M. Průvodce na cesty. Kraj Vysočina. Praha: freytag a berndt, 2003.

Příloha č. 5: Ubytovací zařízení

Seznam ubytovacích zařízení Havlíčkovobrodská

Název	Adresa	Kategorie	Sezónní provoz	Počet pokojů	Počet míst pro stany a karavany
AUTOKEMP KACHLIČKA	Boňkov, 34	Kemp	letní provoz	10 a méně	51 až 100
PENSION LANETE	Golčův Jeníkov, náměstí T.G.Masaryka 114	Penzion	celoroční provoz	11 až 50	žádné
UBYTOVNA SOKOL	Havlíčková Borová, Pivovarská 272	Turistická ubytovna	celoroční provoz	10 a méně	žádné
HOTEL BRIXEN	Havlíčkův Brod, Jiráskova 906	Hotel ***	celoroční provoz	11 až 50	žádné
HOTEL SLUNCE	Havlíčkův Brod, Jihlavská 1985	Hotel ***	celoroční provoz	11 až 50	žádné
HOTEL U ZLATÉHO LVA	Havlíčkův Brod, Havlíčkovo náměstí 176	Penzion	celoroční provoz	11 až 50	žádné
PENSION BRIXEN	Havlíčkův Brod, Havlíčkovo náměstí 175	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
PENZION STARR	Havlíčkův Brod, Žižkova 3070	Penzion	celoroční provoz	11 až 50	žádné
PENZION HURIKÁN	Havlíčkův Brod, U Stadionu 2116	Penzion	celoroční provoz	11 až 50	žádné
RESTAURACE KOTLINA	Havlíčkův Brod, U stadionu 2777	Turistická ubytovna	celoroční provoz	10 a méně	žádné
UBYTOVACÍ HOSTINEC SPORT	Havlíčkův Brod, Leděčská 3295	Ostatní zařízení jinde nespecifikováno	celoroční provoz	11 až 50	žádné
CAP	Hněvkovice, Zahájí	Kemp	letní provoz	10 a méně	51 až 100

PENZION HOP	Horní Paseka, 49	celoroční provoz	Penzion	10 a méně	žádné
HOTEL U ZÁMKU	Chotěboř, Riegrova 6	Hotel ***	celoroční provoz	11 až 50	žádné
REKREAČNÍ STŘEDISKO GEOFOND	Chotěboř, P.O.BOX 47	Turistická ubytovna	celoroční provoz	11 až 50	žádné
LETNÍ TÁBOR SK METEOR PRAHA	Chřenovice	Chatová osada	Letní provoz	10 a méně	žádné
REKREAČNÍ ZAŘÍZENÍ VELIMER	Chřenovice,	Chatová osada	letní provoz	10 a méně	žádné
RS QUEEN'S SPORT	Chřenovice, 48	Chatová osada	letní i zimní provoz	11 až 50	žádné
JITKOVSKÝ MLÝN	Jitkov, Jitkovský Mlýn 32	Ostatní zařízení jinde nespecifikovan á	celoroční provoz	10 a méně	žádné
HOSTINEC U ZÁMEČKU KLOKOČOV	Klokočov, 87	Penzion	celoroční provoz	11 až 50	žádné
HOTEL LUNA	Kouty, 77	Hotel ***	celoroční provoz	51 až 100	žádné
REKREAČNÍ OBLAST ŘEKA	Krucemburk	Kemp	letní provoz	11 až 50	101 a více
REKREAČNÍ STŘEDISKO ŠTÍŘÍ DŮL	Krucemburk, Hluboká, 1	Ostatní zařízení jinde nespecifikovan á	celoroční provoz	11 až 50	žádné
UBYTOVÁNÍ	Ledeč nad Sázavou, náměstí Svobody 106	Ostatní zařízení jinde nespecifikovan á	celoroční provoz	10 a méně	žádné
PILNŮV STATEK TU	Libice nad Doubravou, Železnohorská 27	Turistická ubytovna	celoroční provoz	10 a méně	žádné
PENZION U ČESKÉ KORUNY	Lipnice nad Sázavou, 55	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
PENSION BRIXEN	Lipnice nad Sázavou, 54	Penzion	celoroční provoz	11 až 50	žádné
FOREST	Lipnice nad Sázavou, 192	Ostatní zařízení jinde nespecifikovan á	letní i zimní provoz	10 a méně	žádné

REKREAČNÍ STŘEDISKO RADOST	Nová Ves u Světlé, 103	Turistická ubytovna	celoroční provoz	10 a méně	žádné
ŠEJDORFSKÝ MLÝN	Okrouhlička, 25	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
HOTEL PŘIBYSLAV	Přibyslav, U Nádraží 385	Hotel ***	celoroční provoz	11 až 50	žádné
PENZION U KUBÍNŮ	Přibyslav, Bechyňovo náměstí 56	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
PENZION NA ZÁMKU	Rozsochatec, 1	Penzion	letní i zimní provoz	10 a méně	žádné
ZÁMEK HOSTAČOV	Skryje, Hostačov, 59	Ostatní zařízení jinde nespecifikovan á	celoroční provoz	11 až 50	žádné
KONFERENČNÍ CENTRUM IMMANUEL	Slavíkov, Dlouhý, 1	Ostatní zařízení jinde nespecifikovan á	celoroční provoz	11 až 50	žádné
HOTEL BARBORA	Světlá nad Sázavou, náměstí Trčků z Lípy 1045	Hotel ***	celoroční provoz	11 až 50	žádné
HOTEL ČESKÁ KORUNA	Světlá nad Sázavou, Nádražní 194	Hotel **	celoroční provoz	11 až 50	žádné
SVITÁK FRANTIŠEK	Světlá nad Sázavou, Žebrákov, 3	Kemp	letní provoz	10 a méně	11 až 50
REKREAČNÍ ZAŘÍZENÍ ŘEDKOVEC	Světlá nad Sázavou	Chatová osada	celoroční provoz	51 až 100	žádné
HÁJENKA BENETICE	Světlá nad Sázavou, Benetice, 15	Chatová osada	letní i zimní provoz	11 až 50	žádné
REKREAČNÍ ZAŘÍZENÍ MARIADOL	Světlá nad Sázavou, Kochánov, 12	Ostatní zařízení jinde nespecifikovan á	letní provoz	11 až 50	žádné
PENZION HANESŮV MLÝN	Štoky, 1	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
PENZION C+C	Štoky, 115	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné

PENZION 324	Štoky, 324	Penzion	celoroční provoz	11 až 50	žádné
AUTOKEMPINK VYSOČINA	Štoky, 94	Kemp	celoroční provoz	11 až 50	11 až 50
REKREAČNÍ STŘEDISKO POD DUBOVOU SKÁLOU	Štoky, 256	Ostatní zařízení jinde nespecifiková	celoroční provoz	51 až 100	žádné
SDRUŽENÍ UBYTOVACÍ HOSTINEC DATLÍK	Štoky, 7	Ostatní zařízení jinde nespecifiková	celoroční provoz	11 až 50	žádné
VEŘEJNÉ TÁBOŘIŠTĚ STVOŘIDLA	Trpišovice, Dobrovická Lhota,	Kemp	letní provoz	10 a méně	101 a více
CHATOVÁ OSADA STVOŘIDLA	Trpišovice, Stvořidla, Dobrovitová Lhota	Chatová osada	letní provoz	11 až 50	žádné
PENZION FILIPPI	Ždírec nad Doubravou, Nádražní 69	Ostatní zařízení jinde nespecifiková	celoroční provoz	11 až 50	žádné

Zdroj: (www.czso.cz/lexikon/uz.nsf/okresy/CZ0611, 21. 12. 2010)

Příloha č. 6: Kulturní a sportovně - rekreační zařízení

Havlíčkův Brod

- **Kulturní dům a kino Ostrov** - Na ostrově 28, **Klub Čechovka** – Čechova 3809
- **Sportovní areál Kotlina** – ul. U stadionu (bazén, sauna, zimní stadion, fitness, squash, aerobik, solárium, masáže, půjčovna horských kol a sportovních potřeb), **Sportovní hala** – Leděčská 3028, **Umělá lezecká stěna** – Wolkerova 2941, **Bowling Club HB** – Sídliště Pražská 2970, **Bowling Fabrika** – Svatovojtěšská ul., **Sanima, s.r.o.** **Veřejná střelnice** – Kyjovská ul., **SRC Fanatic fitness centrum** – Beckovského 2045 (posilovna, solárium, spinningové centrum, a cvičební sál), **Silly Hill mountainboard centrum** – 1 km severně od Horní Krupé (travní lyžování), **Letní koupaliště Kotlina** – Chotěbořská 2997, **Sportovní jezdecký klub Havlíčkův Brod** – Vysoká 6, **Lyžařský areál Vysoká** u Havlíčkova Brodu – provozovatel TJ Jiskra Leděčská 3028, **Přírodní koupaliště rybník Cihlář**

Chotěboř

- **Kino Chotěboř** – Tyršova 256
- **Sportovní hala** – Tyršova 794, **Zimní stadion** – Svojsíkova 333, **Tenisové kurty** – u fotbalového hřiště, **Posilovna** (Tomáš Pešek) – Tyršova 794, **Lyžařský areál Svata Anna** – provozovatel TJ CHS Tyršova 794, **Přírodní koupaliště vodní nádrž Břevnice**, **Povoznictví Karlík** – Nová Ves u Chotěboře 31

Světlá nad Sázavou

- **Městské kino** – Náměstí Trčků z Lípy 506, **Společenský dům Kytice** – Náměstí Trčků z Lípy 506
- **Sportovní centrum Pěšinky** (Zimní stadion) – Pěšinky 971, **Tenisový klub Sklo Bohemia** – Sázavská ul., **SRC Fanatic fitness centrum** – Náměstí Trčků z Lípy 1070, **Lyžařský vlek Kadlečák** – provozovatel Jaroslav Kaiser Horní Březinka 3, **Pohled'ská rychta** – Pohled' 3 (jízda na koni)

Přibyslav

- **Kulturní zařízení a kino města Přibyslav** – Bechyňovo náměstí 45
- **Stáj Frederika** – vyjíždka na koních, **Ovčín** – okružní jízdy oborou, **Městské koupaliště Přibyslav** – Česká 34, **Přírodní koupaliště Jablonecký Žlab**, **Sportovní zařízení města Přibyslav** – Česká 34, **Aeroklub Přibyslav** – Letiště 422

Golčův Jeníkov

- **TJ Sokol** – 5. Května 418, **Ranč Dvořák** – Nádražní 604

Habry

- **Kino Habry**

Ledeč nad Sázavou

- **Kulturní dům Ledec nad Sázavou**
- **Zimní stadion** – Nádražní 1247, **Kaskáda** – Husovo náměstí 17 (bowling, squash, spinning, fitness, aerobic), **Lyžařský vlek Melechov** – provozovatel Lyžařský klub Ledec nad Sázavou, **Tenisové kurty** – Hradní, **Sportovní centrum** – Koželská 552, **Víceúčelové sportoviště** – Nádražní ul.

Příloha č. 7: Kulturní a sportovní akce

Havlíčkův Brod

Stamicovy slavnosti (na jaře, koncertní festival vážné hudby), **Zahrada** (duben, zahráskářský veletrh), **Dospělý dětem** (květen, divadelní soubory hrající pro dětské diváky, literární a výtvarné soutěže, výstava), **Trhy řemesel** (květen, přehlídka lidské zručnosti), **Ralley Posázaví** (květen, tradiční dvoudenní motoristické závody), **Pivní slavnosti** (červen, na náměstí a v prostorách pivovaru), **Štáflova paleta** (červenec, festival mladých výtvarníků s výstavou a dražbou uměleckých děl), **Dny Evropského kulturního dědictví** (září, zpřístupnění památek, doprovodný program), **Bramborářské dny** (říjen, výstava a prodej brambor, ovoce, zeleniny a květin), **Podzimní knižní veletrh** (říjen, současná česká literatura)

Chotěboř

Pohádkový les (květen, akce pro rodiny s dětmi), **Šachový turnaj o putovní pohár** (červen), **Chotěbořský džem** (srpen, bluegrassový hudební festival), **Myslivecké slavnosti** (září)

Světlá nad Sázavou

Josefovské trhy (březen), **Horácko zpívá a tančí** (přelom května a června, jednou za dva roky, folklorní festival a jarmark lidových řemesel), **Světelské babí léto** (září, dechová hudba), **Svatováclavská pout'** (září)

Přibyslav

Přibyslavský dvanáctiboj (celoroční závod v různých sportovních odvětvích), **Přibyslavský pantoflíček** (duben, taneční přehlídka dětí), **Zábavné odpoledne na letišti** (květen, přehlídka letecké techniky, vyhlídkové lety), **Běh do vrchu** (květen, tradiční běžecké klání), **Hudební slavnosti** (festival profesionálních i amatérských hudebníků a souborů), **Přibyslavská pout'** (červen), **Léto na Kolonce** (červenec a srpen, festival v osadě Dvorek u Přibyslavi, hudba, divadlo, řemeslnické dílny), **Pyro Car** (červenec, přehlídka hasičské techniky), **Přibyslavské slavnosti – Mlékárenský**

den (září, setkání s tradičními přibyslavskými mléčnými výrobky), **Přibyslavské nocturno** (říjen, hudební festival), **Drakiáda** (říjen, pouštění draků, vyhlídkové lety), **Divadelní Přibyslav** (přehlídka ochotnických divadelních spolků), **Sedmikvítek** (listopad, festival dětských folklorních souborů), **Adventní koncert** (prosinec)

Golčův Jeníkov

Výstavy a Goltzově tvrzi (celý rok), **Běh městem Jarmily Kratochvílové** (duben, dva silniční běhy)

Habry

Tradiční pouť (červenec, zábava)

Ledeč nad Sázavou

Staročeská pouť (červen, historické slavnosti), **Slavnosti piva** (červen), **Bitva o Notorburg** (červenec, středověké bitvy), **Melechovský okruh** (srpen, motocyklový závod), **Den ledečských památek** (září, Dny Evropského kulturního dědictví), **Běh Šeptouchovem** (říjen, tradiční běh), **Pochod proti diabetu** (listopad), **Svatomartinský průvod** (listopad, lampionový průvod), **Vánoční turnaj ve futsale** (prosinec)

Příloha č. 8: Informační centra oblasti Havlíčkovobrodská

INFORMAČNÍ CENTRUM HAVLÍČKŮV BROD

Havlíčkovo náměstí 57, Havlíčkův Brod, 580 01 Oblast: Havlíčkův Brod

Telefon: +420 569 497 357

Web: <http://www.muhb.cz>

INFORMAČNÍ CENTRUM - MĚSTSKÁ KNIHOVNA CHOTĚBOŘ

Krále Jana 258, Chotěboř, 583 01 Oblast: Chotěboř

Telefon: +420 569 626 634

Web: <http://www.chotebor.cz/infocentrum>

INFORMAČNÍ CENTRUM SVĚTLÁ NAD SÁZAVOU

Nám. Trčků z Lípy 16, Světlá nad Sázavou, 582 91 Oblast: Světlá nad Sázavou

Telefon: +420 569 496 676

Web: <http://www.svetlans.cz>

INFORMAČNÍ CENTRUM A MĚSTSKÉ MUZEUM PŘIBYSLAV

Bechyňovo nám. 45, Přibyslav, 582 22 Oblast: Havlíčkův Brod

Telefon: +420 569 484 257, +420 569 484 361

Web: <http://www.pribyslav.cz>

INFORMAČNÍ CENTRUM – LANETE, SPOL. S R.O. GOLČŮV JENÍKOV

Náměstí T.G.M. 114, Golčův Jeníkov, 582 82 Oblast: Havlíčkův Brod

Telefon: +420 569 442 577, Fax: +420 569 442 578

Web: <http://www.golcuv-jenikov.cz>

INFORMAČNÍ CENTRUM LEDEČ NAD SÁZAVOU

Husovo náměstí 60, Ledec nad Sázavou, 584 01 Oblast: Světlá nad Sázavou

Telefon: +420 569 721 471, Fax: +420 569 721 507

Web: <http://www.ledecns.cz>

MĚSTSKÁ KNIHOVNA - INFORMAČNÍ CENTRUM ŽDÍREC NAD DOUBRAVOU

Brodská 120, Ždírec nad Doubravou, 582 63 Oblast: Chotěboř

Telefon: +420 569 694 620

Web: <http://www.zdirec.cz>

Příloha č. 9: Dotazník

Dotazník k bakalářské práci

Dobrý den, jsem studentkou Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Prosím, o vyplnění dotazníku, jehož výsledky budou zpracovány v mé bakalářské práci. Dotazník je anonymní. Děkuji Vám za jeho vyplnění.

1) Pohlaví

Muž	Žena
-----	------

2) Věk

do 25 let	26-40 let	41-55 let	56 a více let
-----------	-----------	-----------	---------------

3) Vzdělání

Vysokoškolské	VOŠ	Středoškolské	Vyučený/á	Základní
---------------	-----	---------------	-----------	----------

4) Co vás přivedlo do Lipnice nad Sázavou?

5) Navštívili jste někdy obec Lipnici nad Sázavou?

Ano	Ne
-----	----

6) Jste spokojeni se zdejší škálou možností stravovacích zařízení?

Ano určitě	Spíše ano	Spíše ne	Určitě ne	Nelze posoudit
------------	-----------	----------	-----------	----------------

7) Měla by podle vás Lipnice nad Sázavou nabízet větší škálu možností stravování?

Ano	Ne	Nelze posoudit
-----	----	----------------

8) Jakým způsobem jste se dopravili do Lipnice nad Sázavou?

Autem	Autobusem	Na kole	Pěšky	Jiný způsob
-------	-----------	---------	-------	-------------

9) Vyskytly se problémy v dopravě při cestě do Lipnice nad Sázavou?

Určitě ano	Spíše ano	Spíše ne	Určitě ne
------------	-----------	----------	-----------

10) Myslíte si, že je zde problémová dopravní dostupnost z hlediska malého množství dopravních spojení?

Určitě ano	Spíše ano	Spíše ne	Určitě ne	Nelze posoudit
------------	-----------	----------	-----------	----------------

11) Zvýšili byste množství dopravních spojení do obce Lipnice nad Sázavou?

Ano	Ne	Nelze posoudit
-----	----	----------------

12) Z jakých zdrojů jste se dozvěděli o Lipnici nad Sázavou?

Z televize	Z internetu	Z tisku	Od známých	Jiný způsob
------------	-------------	---------	------------	-------------

13) Myslíte si, že je Lipnice nad Sázavou dosti propagována ve svém okolí?

Ano	Ne
-----	----

14) Myslíte si, že je Lipnice nad Sázavou dosti propagována v celé ČR?

Ano	Ne
-----	----

15) Byli jste v Lipnici nad Sázavou s něčím nespokojeni?

Ano	Ne
-----	----

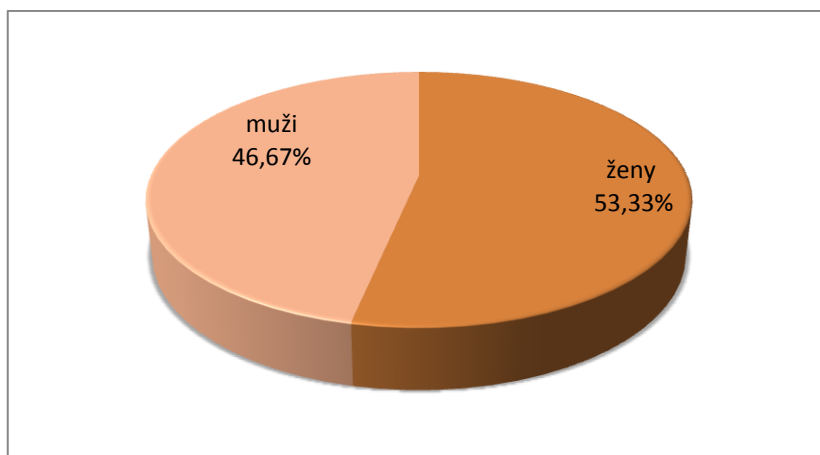
Pokud ano s čím.

16) Doporučili byste známým návštěvu Lipnice nad Sázavou?

Určitě ano	Spíše ano	Spíše ne	Určitě ne
------------	-----------	----------	-----------

Příloha č. 10: Identifikace návštěvníků terénního šetření

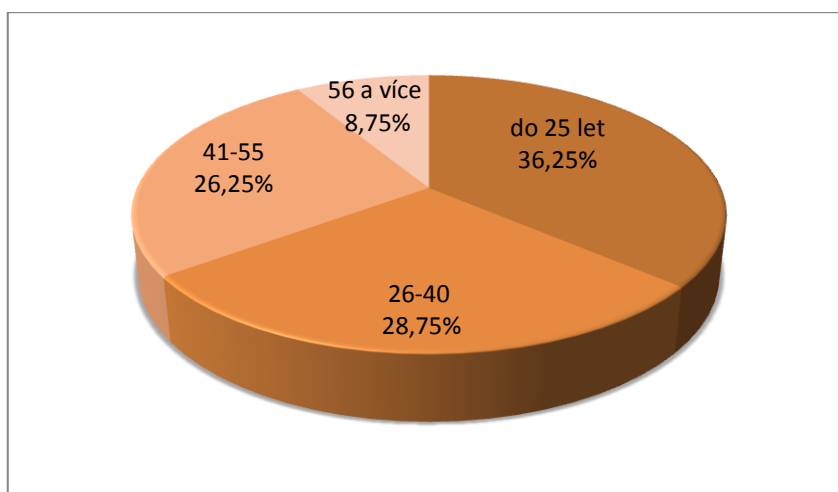
Graf 1: Pohlaví



Zdroj: vlastní šetření.

Dotazníky byly vyplněny 150-ti návštěvníky, z čehož bylo 80 žen (53,33%) a 70 mužů (46,67%).

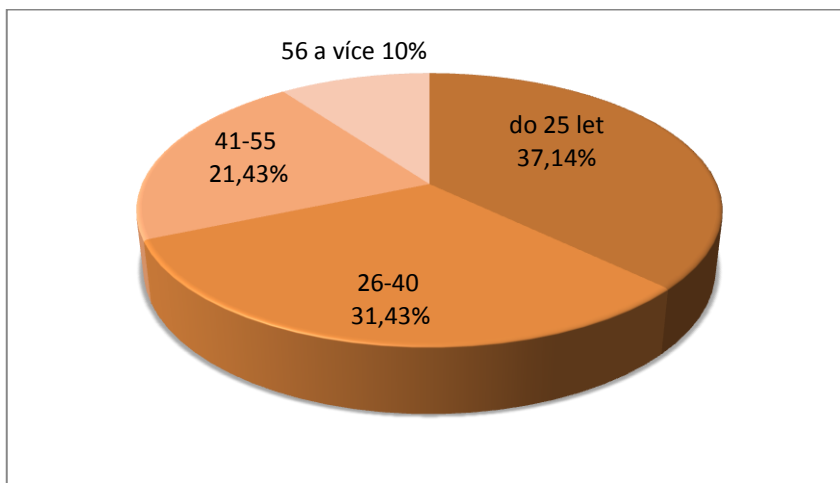
Graf 2: Věk ženy



Zdroj: vlastní šetření.

Žen ve věku do 25 let bylo 29 (36,25%), ve věku od 26 do 40 let bylo 23 žen (28,75%), ve věku od 41 do 55 let byl počet dotazovaných 21 (26,25%) a věková kategorie nad 56 let měla 7 žen (8,75%).

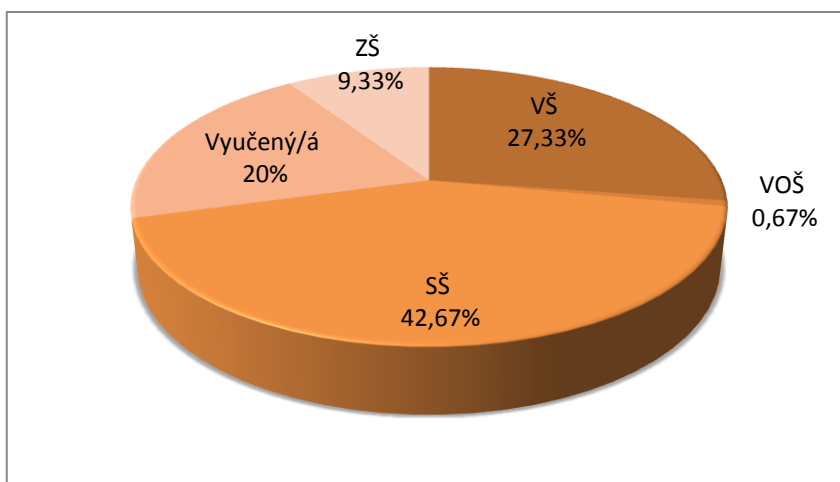
Graf 3: Věk muži



Zdroj: vlastní šetření.

Mužů ve věku do 25 let bylo 26 (37,14%), ve věku od 26 do 40 let bylo 22 (31,43%) mužů, ve věku od 41 do 55 let byl počet dotazovaných 15 (21,43%) a věková kategorie nad 56 let měla 7 (10%) mužů.

Graf 4: Vzdělání



Zdroj: vlastní šetření.

41 (27,33%) dotazovaných vystudovalo vysokou školu, pouze jeden (0,67%) návštěvník studoval na vysoké odborné škole, nejvíce dotazovaných 64 (42,67%) má střední vzdělání, vyučených návštěvníků bylo 30 (20%) a základní školu mělo 14 (9,33%) dotazovaných.

Příloha č. 11: Lipnice nad Sázavou



Hrad Lipnice

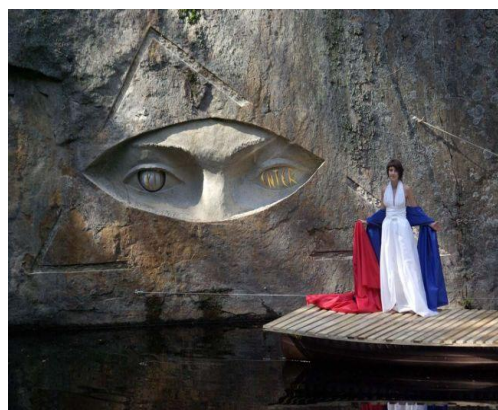


Hrad Lipnice

Zdroj: www.centrum.cz (obrázky)



Bretschneiderovo ucho



Zlaté oči

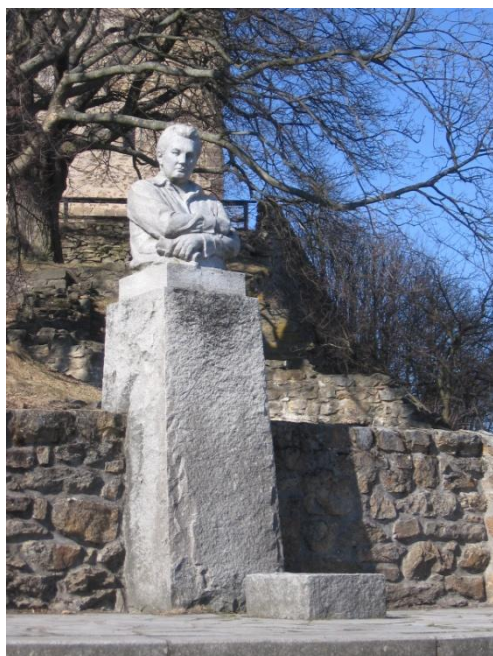


Ústa pravdy

Zdroj: www.centrum.cz (obrázky)



Památka Jaroslava Haška (vlastní tvorba)



Jaroslav Hašek

Busta Jaroslava Haška pod hradem (vlastní tvorba)