

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
KATEDRA OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU

Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: Obchodní podnikání – cestovní ruch

Bakalářská práce

Inovace produktu cestovního ruchu pro žáky škol na Třebíčsku a Jihlavsku

Vedoucí bakalářské práce:
Mgr. Vladimír Dvořák

Autor:
Jana Veselá

2012

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Fakulta ekonomická
Akademický rok: 2010/2011

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Jana VESELÁ**
Osobní číslo: **E09301**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Inovace produktu cestovního ruchu pro žáky škol na Třebíčsku a Jihlavsku**
Zadávací katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

Zásady pro vypracování:

Cíl práce:

Na základě analýz a terénního šetření mezi žáky zjistit preference pro organizaci školních výletů. Navrhnout produkt cestovního ruchu pro žáky základních a středních škol, který by splňoval požadavky na trávení volného času a zároveň by sloužil jako vzdělávací akce.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury a pramenů
2. Situační analýza
3. Příprava a realizace terénního šetření
4. Návrh inovovaného produktu cestovního ruchu pro žáky ZŠ a SŠ

Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Literární rešerše. 3. Cíle a metody. 4. Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání. 5. Vlastní návrhy. 6. Závěr. 7. Seznam literatury.

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

Seznam odborné literatury:

- Dobrovolná, V., David, P., Soukup, V.** *Jihlavsko a Třebíčsko - 50.* Praha: Soukup & David, 2006.
- Goeldner, C. R., Ritchie, J. R. B.** *Tourism: Principles, Practices, Philosophies.* Hoboken: Wiley, 2009.
- Hesková, M. a kol.** *Cestovní ruch: Pro vyšší odborné a vysoké školy.* Praha: Fortuna, 2006.
- Horner, S., Swarbrooke, J.** *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času.* Praha: Grada Publishing, 2003.
- Chráška, M.** *Metody pedagogického výzkumu. Základy kvantitativního výzkumu.* 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2007.
- Kirářová, A.** *Marketing: Destinace cestovního ruchu.* Praha: Ekopress, s.r.o., 2003.
- Vošický, Z.** *Toulky nad Třebíčskem. Světla nad Sázavou: AERO, VIDEO design,* 2009.

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

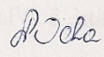
Datum zadání bakalářské práce: **15. února 2011**

Termín odevzdání bakalářské práce: **16. dubna 2012**


doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.

děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (26)
370 05 České Budějovice


Ing. Kamil Pícha, Ph.D.

vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 3. března 2011

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Inovace produktu cestovního ruchu pro žáky škol na Třebíčsku a Jihlavsku“ vypracovala samostatně, na základě vlastního šetření a materiálů uvedených v seznamu 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, 24. dubna 2012

.....

Jana Veselá

Poděkování

Chtěla bych ráda poděkovat vedoucímu bakalářské práce Mgr. Vladimíru Dvořákovi za odbornou pomoc, ochotu a cenné připomínky, které mi poskytl při zpracování mé práce. Současně bych chtěla poděkovat všem, kteří mi poskytli důležité informace pro dokončení bakalářské práce.

OBSAH

1	ÚVOD	8
2	CÍLE A METODIKA	9
2.1	HLAVNÍ CÍL	9
2.2	VEDLEJŠÍ CÍLE	9
2.3	METODIKA	9
2.4	HYPOTÉZY	10
3	LITERÁRNÍ REŠERŠE	11
3.1	CESTOVNÍ RUCH	11
3.1.1	<i>VYMEZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU</i>	<i>11</i>
3.1.2	<i>SUBJEKT A OBJEKT CESTOVNÍHO RUCHU</i>	<i>12</i>
3.1.3	<i>TYOLOGIE CESTOVNÍHO RUCHU</i>	<i>12</i>
3.1.4	<i>TRH CESTOVNÍHO RUCHU</i>	<i>13</i>
3.1.5	<i>PRODUKT CESTOVNÍHO RUCHU</i>	<i>14</i>
3.1.6	<i>CESTOVNÍ RUCH DĚTÍ A MLÁDEŽE</i>	<i>15</i>
3.2	SLUŽBY V CESTOVNÍM RUCHU	16
3.2.1	<i>VYMEZENÍ SLUŽEB</i>	<i>16</i>
3.2.2	<i>KLASIFIKACE SLUŽEB V CESTOVNÍHO RUCHU</i>	<i>17</i>
3.3	MARKETING A MANAGEMENT	19
3.3.1	<i>MARKETING SLUŽEB</i>	<i>19</i>
3.3.2	<i>MARKETING CESTOVNÍHO RUCHU</i>	<i>20</i>
3.3.3	<i>DESTINAČNÍ MANAGEMENT A MARKETING V CESTOVNÍM RUCHU</i>	<i>20</i>
3.4	VZDĚLÁVÁNÍ A VOLNÝ ČAS	24
3.4.1	<i>VYMEZENÍ PEDAGOGIKY, DIDAKTIKY A VZDĚLÁNÍ</i>	<i>24</i>
3.4.2	<i>SKUPINY DĚTÍ A MLÁDEŽE</i>	<i>25</i>
3.4.3	<i>VOLNÝ ČAS DĚTÍ A MLÁDEŽE</i>	<i>26</i>
4	ZKOUMANÉ ÚZEMÍ	28
4.1	KRAJ VYSOČINA	28
4.2	TŘEBÍČSKO A JIHLAVSKO	30
5	SITUAČNÍ ANALÝZA	31
5.1	TŘEBÍČSKO	31

5.1.1	<i>PŘÍRODNÍ POTENCIÁL</i>	32
5.1.2	<i>KULTURNÍ, HISTORICKÝ A SPOLEČENSKÝ POTENCIÁL</i>	34
5.1.3	<i>SLUŽBY V REGIONU</i>	39
5.1.4	<i>MĚSTA REGIONU TŘEBÍČSKO</i>	41
5.2	JIHLAVSKO	45
5.2.1	<i>PŘÍRODNÍ POTENCIÁL</i>	47
5.2.2	<i>KULTURNÍ, HISTORICKÝ A SPOLEČENSKÝ POTENCIÁL</i>	48
5.2.3	<i>SLUŽBY V REGIONU</i>	52
5.2.4	<i>MĚSTA REGIONU JIHLAVSKO</i>	54
6	TERÉNNÍ ŠETŘENÍ	58
6.1	DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ	58
6.2	ZPRACOVÁNÍ VÝSLEDKŮ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ	59
6.3	ŘÍZENÉ ROZHOVORY S ŘEDITELI ŠKOL A UČITELI	72
6.4	ŘÍZENÉ ROZHOVORY S PODNIKATELSKÝMI SUBJEKTY	72
7	SOUHRN POZNATKŮ Z TERÉNNÍHO ŠETŘENÍ	74
7.1	VYHODNOCENÍ VÝSLEDKŮ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ.....	74
7.2	POTVRZENÍ ČI VYVRÁCENÍ HYPOTÉZ.....	74
8	PŘÍPRAVA NOVÉHO PRODUKTU	76
8.1	INFORMACE O PRODUKTU.....	76
8.2	PROGRAM.....	78
8.3	PŘEDBĚŽNÁ KALKULACE CENY (včetně DPH).....	80
9	ZÁVĚR	85
10	SUMMARY	87
11	ZDROJE	89
11.1	SEZNAM ODBORNÝCH PUBLIKACÍ.....	89
11.2	SEZNAM POUŽITÝCH INTERNETOVÝCH ZDROJŮ.....	90
11.3	SEZNAM OSTATNÍCH ZDROJŮ	94
12	SEZNAM TABULEK, OBRÁZKŮ A GRAFŮ	95
13	PŘÍLOHY	97

1 ÚVOD

V dnešní době je cestovní ruch jedním z nejdynamičtějších a nejperspektivnějších odvětví národního hospodářství. Cestovní ruch vytváří mnoho pracovních míst, má pozitivní vliv na zlepšení platební bilance státu díky příjezdovému cestovnímu ruchu a odvádí daně a poplatky, jež zvyšují příjmy do státního rozpočtu.

Cestování patří mezi hlavní priority trávení volného času. Od 17. století se začíná formovat současný cestovní ruch. Rozvoj dopravy, komunikačních sítí a změny v ekonomické stavbě světa vedou k tomu, že se lidé podílí na cestovním ruchu ve stále větším měřítku.

Česká republika má velký potenciál pro rozvoj cestovního ruchu a to ve všech jeho formách. Cestovní ruch v regionu je charakteristický regionálními specifiky, mezi která mohou patřit zvyky, tradice, přírodní podmínky nebo kulturně-historické dědictví.

Cílem bakalářské práce je terénní šetření mezi žáky a zjištění jejich preferencí pro organizaci školních výletů. Na základě analýz navrhnout produkt cestovního ruchu pro žáky základních škol druhého stupně a studenty středních škol splňující požadavky na trávení volného času a mající vzdělávací charakter. Každý člověk chce vzpomínat na dětská a mládežnická léta ve škole s nostalgií a nadšením. Za tímto účelem bude zhotoven inovační produkt bohatý na zážitky a maximálně využívající volný čas. Tato bakalářská práce se prioritně zaměřuje na žáky škol na Třebíčsku a Jihlavsku.

Děti a mládež představují významný segment z hlediska cestovního ruchu a je tedy nezbytné, aby se subjekty v cestovním ruchu zaměřily na zmapování jejich potřeb a přání. Jak už vyplývá z dlouhodobých zkušeností, velmi podstatnou roli hraje zpětná vazba od zákazníků. V případě spokojenosti budou děti a mládež doporučovat destinaci svým příbuzným a známým a do míst se budou rádi vracet.

Bakalářská práce by měla sloužit i příslušným ředitelstvím základní škol a středních škol na Jihlavsku a Třebíčsku, jako návod k přípravě školních akcí.

2 CÍLE A METODIKA

2.1 HLAVNÍ CÍL

Hlavním cílem práce je prostřednictvím analýzy služeb cestovního ruchu mezi žáky základních škol a studentů středních škol zjistit preference pro organizaci školních výletů.

2.2 VEDLEJŠÍ CÍLE

Vedlejšími cíli bakalářské práce je navrhnout produkt cestovního ruchu pro žáky základních a studenty středních škol, který by splňoval požadavky na trávení volného času a zároveň by sloužil jako vzdělávací akce.

2.3 METODIKA

Celá bakalářská práce je rozdělena na tři části, a to analytickou, syntetickou a aplikační.

V první analytické části se uskutečňoval sběr sekundárních dat, hlavně studium odborné literatury a pramenů zaměřených na dané téma bakalářské práce, tedy na cestovní ruch, služby v cestovním ruchu a vzdělávání a volný čas dětí a mládeže. Následovalo prostudování informací o regionech, především z internetových stránek, propagačních materiálů a knižních publikací o regionech. Posledním předmětem analytické části byla tvorba dotazníku pro terénní šetření a provedení pilotního výzkumu.

Druhá část je syntetická a obsahuje realizaci terénního šetření a následně jeho vyhodnocení. Terénní šetření bylo prováděno mezi rodiči žáků základních škol a studentů středních škol v období měsíců září, říjen a listopad. Dotazníky byly předány na třídních schůzkách či prostřednictvím učitelů jednotlivých tříd. Mezi řediteli a učiteli škol probíhalo terénní šetření, jež bylo vytvořeno pomocí řízených rozhovorů. Následovala příprava řízených rozhovorů u podnikatelských subjektů, tj. u ubytovacích kapacit a stravovacích zařízení.

Poslední skupinou je část aplikační týkající se vyhodnocení dotazníkového šetření, které dopomůže k realizaci inovace produktu cestovního ruchu. Vyhodnotí se dané hypotézy a vytvoří se nový produkt cestovního ruchu pro žáky škol.

2.4 HYPOTÉZY

Hypotéza je definována jako tvrzení o podstatě určité situace a návrh vztahu mezi výzkumnými proměnnými jako předmět výzkumu. Tento návrh se výzkumem vyvrací nebo potvrzuje na základě empirické evidence.

Zdroj: www.ftvs.cuni.cz, 5. 3. 2012

V bakalářské práci jsou zaznamenány celkem tři hypotézy:

- Velký zájem je o produkt domácího cestovního ruchu v blízkém okolí (blízké okolí znamená do 100 km).
- Upřednostňují se školní výlety za poznáním historie.
- Požadavek na cenu za jeden den školního výletu je stanoven do 500 Kč.

Tyto hypotézy budou později potvrzeny nebo vyvráceny.

3 LITERÁRNÍ REŠERŠE

3.1 CESTOVNÍ RUCH

3.1.1 VYMEZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU

Podle Heskové a kol. (2011: 9) je cestovní ruch (dále jen CR) významný společensko-ekonomický fenomén. Představuje ohromný pohyb lidské populace za rekreací, poznáváním a naplněním vlastních snů z příjemné dovolené. CR je součástí spotřeby a způsobu života obyvatel zejména ekonomicky vyspělých zemí. Ve světovém měřítku patří spolu s obchodováním s ropou a automobilovým průmyslem ke třem největším exportním odvětvím.

Horner a Swarbrooke (2003: 53) definují CR jako krátkodobý přesun lidí na různá místa, jimiž nemůže být místo jejich obvyklého pobytu. Ovšem ve srovnání z definicí výše, není zcela výstižná a uspokojující. Chybí zde například oblast služebních cest, v nichž je cílem cestování práce a kolik dní a nocí musí člověk strávit na daném místě, aby se stal turistou.

Na rozdíl od výše uvedeného, Hladká (1997: 11) charakterizuje CR následujícími činnostmi obyvatel:

- opuštění místa trvalého bydliště
- dočasný charakter pobytu mimo místo trvalého bydliště
- výkon určitých činností, patří sem i pasivní odpočinek.

Různé ekonomické a mimoekonomické činnosti se přímo nebo nepřímo podílejí na uspokojování potřeb účastníků CR. Tyto činnosti jsou však navzájem propojeny a tím tvoří celý systém CR, který je subsystémem národního hospodářství.

Definice CR, kterou roku 1991 přijala organizace UNWTO, zní: „Cestovním ruchem se rozumí činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a tona dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě.“ (Hesková a kol., 2011: 11)

Podle Francové (2005: 13) se význam CR podílí na rozvoji osobnosti, slouží k účelnému využití volného času, pomáhá utvářet životní styl lidí, slouží k poznání a k získání jazykových znalostí, je prostředkem vzdělávání a výchovy lidí, má léčebné účinky a v neposlední řadě má ohromný ekonomický přínos.

3.1.2 SUBJEKT A OBJEKT CESTOVNÍHO RUCHU

Hesková a kol. (2011: 12 - 14) definuje CR jako otevřený a dynamický systém, který tvoří dva podsystémy, jimiž jsou subjekt a objekt CR. Subjekt představuje účastník CR. V podstatě je jím každý, kdo uspokojuje své potřeby spotřebou statků CR, především v době cestování a v době pobytu mimo místo trvalého bydliště. Subjekt je nositelem poptávky a také spotřebitelem produktu CR. Objekt CR je vše, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka. Jedná se především o přírodu, kulturu a hospodářství. Objekt je tak nositelem nabídky.

Pokud se jedná o stálého obyvatele (rezidenta), jde o osobu, která žije více než šest po sobě následujících měsíců na odlišném místě před příchodem na jiné místo na dobu dlouhou méně než šest měsíců. Návštěvníkem je osoba cestující v domácím CR na jiné místo v době méně než šest měsíců. Turista je člověk, který na daném místě alespoň jednou přenocuje.

Hladká (1997: 11) uvádí, že objektem CR je rekreační prostor, který má materiálně-technickou základnu. Na druhou stranu subjektem CR jsou orgány a organizace, které se zabývají CR, pracovníci a účastníci CR.

Hladká (1997: 12) definuje turistu jako dočasněho návštěvníka, který se v navštívené zemi zdrží alespoň 24 hodin a motivem jeho cestování může být využití volného času nebo vyřizování různých záležitostí. Výletníkem je opět dočasný návštěvník, který se v navštívené zemi zdrží pouze jeden den, aniž by v dané zemi přenocoval.

3.1.3 TYPOLOGIE CESTOVNÍHO RUCHU

Hesková a kol. (2011: 21) podotýká, že je velice neadekvátní CR vyznačovat pouze ve všeobecné rovině z toho důvodu, že se každý den projevuje v mnoha druzích a for-

mách. Tyto druhy a formy se postupně vyvíjejí a v závislosti na poptávce účastníků CR a technicko-technologických možnostech nabídky bohatnou. Za druhy CR považujeme ty, které posuzujeme na základě motivace jejich účastníků, tj. účel, kvůli kterému cestují a přechodně pobývají na cizím místě. Pokud mluvíme o formách CR, bereme za základ posuzování CR různé ovlivňující příčiny a přinášející důsledky. (příloha 1)

Podle Ryglové (2005: 8) se rozdělení forem CR na základní rovná rozdělení potřeb na primární. Specifické formy uspokojují potřeby spotřebitelských segmentů a jejich nabídka se bude i dále rozšiřovat.

3.1.4 TRH CESTOVNÍHO RUCHU

Hesková a kol. (2011: 62) konstatuje, že trh CR je trh, který je tvořen podniky CR různých velikostí od malých organizací místního významu po globální společnosti.

Trh CR je tvořen celou řadou společně působících organizací, jimiž jsou:

- prodejci zájezdů (cestovní agentury) a cestovní kanceláře (touroperátoři)
- dopravní společnosti
- komerční ubytovací zařízení
- stravovací zařízení
- návštěvnické atraktivity
- zábavní parky.

Tento trh se velmi dynamicky mění. Působí na něj celá řada objektivních i subjektivních faktorů. Podle poptávky a následně i nabídky je trh CR výrazně diferencován. Jeho segmentaci je možno provádět podle demografického hlediska, motivace a potřeb, národnostního složení, ekonomické situace apod. (Hesková a kol., 2011: 62)

Jakubíková (2009: 154) se domnívá, že segmentace trhu představuje rozčlenění trhu do homogenních skupin vzájemně se lišících svými potřebami, nákupním chováním a charakteristikami. Můžeme na ně působit marketingovým mixem.

Hesková a kol. (2011: 63) uvádí, že můžeme najít celou řadu typologií účastníků CR. Základem je především znalost chování účastníků a jejich nákupního rozhodování. Podle toho je dělíme na segmenty:

- *turisté – objevitelé* (hlavním cílem jsou znalosti a objevy, cestují i několik týdnů, nepoužívají letadlo, ale raději jiný dopravní prostředek, je jich méně)
- *elitní turisté* (navštěvují místa po celém světě a zůstávají zde i několik týdnů)
- *neobvyklí turisté* (zajímají je kultury méně civilizované)
- *individuální turisté* (cestují sami nebo v malých skupinkách, počet těchto turistů obrovským způsobem roste)
- *masoví turisté* (nejčastěji pocházejí ze střední vrstvy obyvatel, jsou to turisté očekávající služby, které si zaplatili)
- *charteroví turisté* (zájem o kulturu je minimální, nejraději pobývají v hotelu a pobyt je krátký – do dvou týdnů).

3.1.5 PRODUKT CESTOVNÍHO RUCHU

Produkt je všeobecný termín pro všechno, co sdružení CR nabízí současným i potenciálním návštěvníkům. Podle P. Kotlera a F. A. Foxe je produkt cokoli, co je možné nabízet na trhu k pozornosti, na získání, používání nebo na spotřebu a co může uspokojit potřebu nebo požadavek. Patří sem fyzické předměty, služby, lidé, místa, organizace a myšlenky. Jiné pojmenování produktu může být nabídka, balík hodnot nebo svazek výhod. (Királ'ová, 2003: 86)

Podle Heskové a kol. (2011: 96) je produktem CR vše, co je možno nabízet na trhu CR a jeho schopností je uspokojit potřeby návštěvníků a tím vytvořit ucelený soubor zážitků. Jde především o soubor služeb, cílové místo, podniky a instituce CR. Podle ekonomického hlediska je produktem CR soubor služeb, zboží, volných a veřejných statků, které jsou předmětem spotřeby účastníka CR. Dále uvádí, že pokud se tvoří nový produkt, rozlišují se u něho tři různé formy:

- *všeobecný produkt*, který je jádrem celého produktu a je tvořen nabídkou služeb dopravních, ubytovacích, stravovacích a dalších
- *očekávaný produkt*, se kterým se ve skutečnosti zákazník setká a kterým se producent odlišuje od konkurence; jde o produkt, který je skutečný a vyplývá z očekávání hostů

- *širší produkt*, který poskytuje daný zážitek. Jde o něco navíc, co zákazník neočekává.

Kiráľová (2003: 89) ještě produkty z hlediska produktového mixu doplňuje o potenčionální produkt, kterým je budoucí nabídka destinace. Z hlediska návštěvníka dělí produkty na:

- všeobecný produkt představující destinaci, která umožní uspokojit všeobecnou potřebu, kvůli které do destinace návštěvník přišel
- očekávaný produkt, kterým je souhrn představ, zkušeností, pocitů a názorů přiřazovaných k destinaci
- návštěvník destinace většinou neočekává nic konkrétního navíc k produktu, za který zaplatil
- potenčionální produkt, který uspokojuje potřeby a požadavky návštěvníka, o kterých nevěděl, že je má.

Kiráľová (2003: 87) dále poukazuje na to, že souborný produkt CR se skládá z několika komponentů, kterými jsou: primární nabídka destinace, sekundární nabídka destinace, přístupnost destinace, image destinace a přiměřená cena. Souborný produkt CR musí disponovat užitečností, dosažitelností a použitelností.

Součástí produktového mixu jsou produktové řady a komponenty produktu, které může destinace nabídnout návštěvníkům. Komponenty jsou součástí produktových řad, které poskytují stejné zkušenosti nebo jsou určeny stejnému cílovému segmentu. Příkladem může být venkovský CR dělící se na:

- produktový mix, lidovou architekturu a středisko lidové kultury,
- produktovou řadu a skanzen lidové architektury v destinaci,
- komponent produktu.

(příloha 2)

3.1.6 CESTOVNÍ RUCH DĚTÍ A MLÁDEŽE

Podle Francové (2005: 41) se CR dětí a mládeže říká také tzv. juniorská turistika. Charakteristickými rysy jsou především:

- nezávislá individuální turistika
- preference služeb pro jednotlivce než skupinové zájezdy
- finanční nezávislost
- využívání slev na služby (uspokojení s nízkým standardem služeb)
- preference bohatých programů a animačních služeb
- kontakt a zábava mezi lidmi
- moderní distribuční cesty (internet).

Tento segment CR je velice dynamicky se rozvíjející. Spatřujeme u něho tržní segmenty představující věkové kategorie:

a) *děti pod 10 let včetně infantů (do 2 let)*

- rodiče za ně ještě rozhodují a platí, jsou jimi kontrolovány

b) *děti a mládež ve věku 10 – 20 let (z angličtiny převzaté teens)*

- zde začíná převládat vlastní rozhodování, náklady si hradí častěji sami

c) *mladí lidé v rozmezí věku 20 – 30 let (z angličtiny převzaté twens)*

- vlastní rozhodování, finančně nezávislí.

3.2 SLUŽBY V CESTOVNÍM RUCHU

3.2.1 VYMEZENÍ SLUŽEB

Službu vymezuje Hesková a kol. (2011: 97) jako ekonomický statek, jehož podstatná činnost a jehož hodnota je určena přinášejícím užitkem. Poskytnutí služby se od výrobku liší nemateriálností. Do procesu poskytování služby je nutné začlenit i vnější faktor (zákazníka a zboží), přičemž dochází k souladu výroby služby s její spotřebou a pomíjivostí služeb (nemožnost vytvářet zásoby). V CR se jedná o široký sortiment služby poskytovaných účastníkům CR.

Podle Francové (2005: 29) patří mezi obecné zvláštnosti/charakteristiky služeb:

- nehmotnost* – či nehmatatelnost, služby si nemůžeme vyzkoušet
- vázanost* – může být vázaná k danému místu, času nebo poskytovateli
- pomíjivost/neskladovatelnost* – službu nelze skladovat, hodnota neprodané služby je nulová

- d) *nedělitelnost* – výroba a spotřeba probíhá současně za účasti klienta
- e) *opačná distribuce* – zákazník si službu vyžádá sám, z pohledu marketingu se hovoří o „pull“ marketingové strategii
- f) *podmíněnost nákladů* – u služeb, které si zákazník přeje sám, nelze dopředu vycházet ze skutečné výše nákladů, možno je znát až po zkalkulování všech služeb.

Služby, jak uvádí Hesková a kol. (2011: 99) jsou jedním z nejdůležitějších součástí produktu CR.

3.2.2 KLASIFIKACE SLUŽEB V CESTOVNÍHO RUCHU

Orieška (2010: 12) zmiňuje, že mnohooborový charakter služeb v cestovním ruchu využívají účastníci CR i další spotřebitelé. CR klade na služby určité požadavky, které se musí respektovat.

Heterogenita služeb umožňuje podle Oriešky (2010: 13 – 15) jejich základní rozdělení:

- a) *služby CR*, které převážně uspokojují potřeby účastníků CR a produkují je podniky CR; patří sem producenti služeb (dopravních, ubytovacích, pohostinských, lázeňských, sportovně-rekreačních a kulturně-společenských zařízení) a zprostředkovatelé služeb (cestovní kanceláře, cestovní agentury, turistická informační centra)
- b) *ostatní služby*, které produkují podniky s polyfunkčním charakterem; jedná se především o podniky poskytující specializované služby pro CR (peněžní ústavy, pojišťovny, pasové a celní orgány) a služby místní infrastruktury v cílových místech (zdravotnická zařízení, policie, pošta, obchodní a komunální podniky a další).

Služby CR se dále klasifikují podle různých kritérií a účelů. Jde o členění podle druhů, podle fází realizace CR, z časového hlediska, z hlediska uspokojovaných potřeb, podle charakteru spotřeby a z ekonomického hlediska.

Druhové členění služeb CR vyjadřuje vztah k podnikům CR a jejich strukturu z pohledu forem a druhů CR. Podle tohoto rozdělení rozlišujeme služby informační,

dopravní, ubytovací, stravovací, sportovně-rekreační, kulturně-společenské, lázeňské, kongresové, průvodcovské, asistenční, animátorské, organizátorské a zprostředkovatelské.

Podle fází realizace CR jsou služby, které účastník CR vyžaduje, kupuje a spotřebovává v místě svého trvalého bydliště (informační, poradenské, zprostředkovatelské), během cesty (informační, dopravní, ubytovací, stravovací, průvodcovské, asistenční), během pobytu v cílovém místě (informační, ubytovací, stravovací, dopravní, animační) a další služby závisující na formě nebo druhu CR.

Z časového hlediska se jedná o služby, které jsou poskytovány v sezóně nebo mimo sezónu a sezónní služby v letní nebo v zimní turistické sezóně.

Podle hlediska uspokojovaných potřeb je nutné rozlišit základní a doplňkové služby CR. Základní potřeby uspokojují sekundární potřeby účastníků CR. Přemísťují účastníka z místa jejich trvalého bydliště do cílového místa a zpět (dopravní služby) a pobyt v cílovém místě (ubytovací a stravovací služby). Doplňkové neboli komplementární služby uspokojují primární potřeby účastníků CR spotřebou (jsou to služby sportovně-rekreační, kulturně-společenské a další služby v závislosti na formě CR. Výletní CR nezahrnující přenocování, v sobě nalézají základní služby, jež jsou cílem účasti na CR, např. sportovně rekreační (lyžování, sledování sportovních akcí), kulturně-společenské (návštěva koncertů, folklorních slavností).

Podle charakteru spotřeby se služby CR dělí na osobní a věcné. Do osobních služeb patří např. odnesení zavazadel v ubytovacím zařízení. Užitený efekt se tedy dostaví bezprostředně. U věcných služeb je užitený efekt zprostředkován hmotným statkem, např. oprava lyžařské výstroje.

Z ekonomického hlediska se dělí služby na placené a neplacené. Hlavním zdrojem pro úhradu nákladů placených služeb je jejich cena. Neplacené služby nevytvářejí zdroj pro úhradu nákladů. Producent tedy musí tyto náklady pokrýt z výnosů placených služeb nebo z jiných zdrojů, např. ze sponzorských darů a z příspěvků z rozpočtu obce.

3.3 MARKETING A MANAGEMENT

Definice marketingu podle Americké marketingové asociace přijatá na konci roku 2004 zní: „Marketing je jednou z činností vykonávaných organizacemi a sadou procesů pro vytváření, sdělení a poskytnutí hodnoty zákazníkům a pro řízení vztahů se zákazníky takovým způsobem, z něhož má prospěch organizace a zájmové skupiny s ní spojené.“ (Jakubíková, 2009: 44)

Kotler (2003: 12) definuje marketing jako podnikatelskou funkci, která rozpoznává nenaplněné potřeby, určuje a měří jejich rozsah a potencionální ziskovost, rozhoduje o tom, kterým cílovým trhům podnik dokáže sloužit nejlépe, vybírá pro trhy vhodné výrobky a služby a od každého pracovníka organizace vyžaduje, aby měl stále na paměti zákazníka.

3.3.1 MARKETING SLUŽEB

Ryglová (2005: 46) popisuje, že se marketing služeb méně soustřeďuje na transakční marketing zdůrazňující jednorázový prodej nebo získání nového zákazníka. Naopak větší pozornost směřuje na budování dlouhodobých vztahů pomocí tzv. marketingu vztahů, který podporuje vytváření sítě vztahů s různými subjekty tvořícími a ovlivňujícími produkt. Marketing vztahů je marketingová koncepce, která si především klade důraz na dobré vztahy organizace s trhem svých spotřebitelů a na posilování vztahů s dalšími externími trhy, které organizaci ovlivňují. Jsou to trhy dodavatelů, zaměstnanců, potencionálních pracovníků, ovlivňovatelů a referenční trhy (subjekty, které se podílejí na vytváření image dané oblasti formou např. ústní reklamy).

Hesková a kol. (2011: 132 - 134) říká, že marketing služeb je charakteristický rozšířením marketingového mixu 4P o marketingový nástroj - lidský faktor.

Marketingový mix služeb je následující:

- *1 P – Produkt*

Specifika produktu služeb jsou spojena s jeho nehmotným charakterem. Spotřebitelé kupují užitek (celkovou spotřební hodnotu nabídky). Jedná se o základní produkt, očekávaný produkt, rozšířený produkt, potencionální produkt.

- *2 P – Cena, cenový mix*
Určení cenové strategie je důležité pro vnímání hodnoty a kvality služeb poskytovaných zákazníkům a navazuje na činnosti provedené v oblasti produktu.
- *3 P – Distribuce*
Jde o řešení vhodné lokalizace či místa poskytované služby a volba prodejních cest.
- *4 P – Marketingová komunikace*
Skladba nástrojů komunikačního mixu musí vycházet z cílu odstranění nevýhod nehmotného produktu.
- *5 P – Lidský faktor*
Bez profesionálně zdatného personálu nejde službu na trhu úspěšně realizovat.

3.3.2 MARKETING CESTOVNÍHO RUCHU

Kripendorf (1971) uvádí, že marketing cestovního ruchu je systematická a koordinovaná orientace podnikatelské politiky CR, jakož i soukromé a státní politiky CR na místní, regionální, národní a mezinárodní úrovni a na co nejlepší uspokojování potřeb určitých skupin zákazníků při dosažení přiměřeného zisku. (Hesková a kol., 2011: 134 – 135).

Podle Ryglové (2005: 50) marketingový mix v cestovním ruchu obsahuje čtyři základní 4 P (produkt, cena, distribuce, marketingová komunikace) doplněné o další prvky P, kterými jsou:

- *nabídka balíku služeb – packaging*
- *lidé – people*
- *spolupráce - partnership*
- *programová specifikace služeb – programming.*

3.3.3 DESTINAČNÍ MANAGEMENT A MARKETING V CESTOVNÍM RUCHU

Hesková a kol. (2011: 152 - 153) konstatuje, že význam CR je v dnešní době stále častěji spojován s přímým rozvojem regionů. Jednou z disciplín, které by mohly nastar-

tovat regionální rozvoj, je aplikace destinačního managementu a marketingu. Destinační management a marketing se skládá ze souboru činností na vybraných úrovních řízení a koordinace, strategického plánování a spolupráce mikroregionů a regionů. Ve velkém počtu destinací se CR může stát základním prvkem rozvoje.

Destinace je geografický prostor, který účastník CR volí jako cíl účasti na CR a zahrnuje celek služby pro potřeby CR.

Pro srovnání pojmu destinace CR je zde uvedeno vysvětlení podle World Tourism Organisation říkající, že je to „místo s vhodnými atraktivitami ve spojitosti se zařízeními a službami CR, které si účastník CR nebo skupina zvolila za návštěvu.“ (Hesková a kol., 2011: 153) Z této definice vyplývá, že destinace CR představuje cílové místo, ale i produkt CR, jenž je součástí cílového místa.

Naproti tomu Palatková (2006: 16) konstatuje, že destinací CR rozumíme svazek různých služeb koncentrovaných v určitém místě nebo oblasti a jsou poskytovány s návazností na potenciál CR místa nebo oblasti.

(příloha 3)

Management destinací je označován proces vytváření a řízení silných, tržně orientovaných a systémově řízených jednotek – destinací. Destinační management je souborem řídicích opatření a nástrojů, které jsou využívány pro oblasti plánování, organizování, promotion a rozhodovací procesy. (Hesková a kol., 2011: 155)

Palatková (2006: 76) uvádí, že definice marketingu destinace vychází z definic marketingu. Marketing destinace představuje nástroj pronikání destinací na mezinárodní i domácí trh turismu na regionální, lokální i národní úrovni.

Produktem destinace je možné si podle Palatkové (2006: 35) představit soubor hmotných a nehmotných kvalit, který zákazník vnímá jako celek a vytvořit si k němu svůj jedinečný postoj.

Managementem destinace podle Királ'ové (2003: 22 – 34) rozumíme soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci CR v destinaci za účelem dosažení jeho udržitelného

rozvoje a zachování konkurenceschopnosti na trhu. Hlavní součástí managementu destinace je:

- návštěvnický management tvořící soubor řídicích technik a nástrojů, používaných sdružením CR za účelem usměrňování toků návštěvníků a ovlivňování jejich chování,
- model limitů přijatelné změny, tj. stanovení průměrného zatížení území a využívání indikátorů udržitelného rozvoje CR,
- spektrum rekreačních příležitostí, které v sobě zahrnují lokalizační předpoklady (geografické, přírodní, kulturně-historické), realizační předpoklady (suprastruktura a infrastruktura CR, dostupnost) a selektivní předpoklady (demografické, sociální a ekonomické charakteristiky návštěvníků) rozvoje CR v destinaci.

Úkolem marketingu destinace je orientace všech zainteresovaných subjektů na uspokojení potřeb a požadavků návštěvníků v destinaci za účelem dosažení zisku. Na jedné straně působící mnohooborovost podnikatelských subjektů v destinaci a na straně druhé existence konkurence s komplementární nabídkou vyvolává potřebu koordinovaného postupu na trhu CR. Takovým postupem je marketingová koncepce destinace CR.

Neoddělitelnou součástí tvorby marketingové koncepce je určení cílů. Na vrcholu tzv. pyramidy cílů je mise (poslání) destinace. Dosažení určitého cíle předpokládá objektivní vyhodnocení východiskové pozice, tj. důkladnou analýzu primární a sekundární nabídky destinace. Další součástí vyhodnocení východiskové pozice destinace je i analýza jednotlivců a skupin obyvatel podle zainteresovanosti na rozvoji CR v destinaci. Jedná se především všeobecně o obyvatele, podnikatelské subjekty v CR, sezónní zaměstnance, či zaměstnance státní správy a místních samospráv, členy sdružení CR, členy profesních svazů v CR, učitele, žáky a studenty základních, středních i vysokých škol apod.

Analýza vnějšího prostředí destinace je analýzou makroekonomických faktorů, které mají vliv na úspěšnost místa určení na trhu CR. Jedná se především o faktory ekonomické, politické, technologické, sociálně-kulturní a ekologické a také se do vnějších faktorů řadí konkurenční nabídka.

Vytvoření úspěšné marketingové koncepce značí přizpůsobení nabídky potřebám a požadavkům návštěvníků destinace na základě poznání jejich potřeb, požadavků, motivace, základních demografických, sociálně-ekonomických, psychografických i behaviorálních charakteristik.

Na základě analýzy potřeb a požadavků návštěvníků je možno uskutečnit segmentaci trhu, tj. rozdělit trh na určité homogenní skupiny lidí. Cílový segment v CR je takový, kterému je možno destinaci „prodat“ nejlépe.

Segment je třeba testovat podle měřitelnosti, přístupnosti, početnosti, jedinečnosti, stability, konkurenceschopnosti a vhodnosti. Na základě výsledků uskutečněného výzkumu sdružení CR se vypracuje marketingová strategie destinace. Podstatou marketingové strategie je najít atraktivní možnosti na trhu za účelem dosažení zisku. Marketingovou strategií nabídky destinace na trhu CR je třeba vypracovat na základě:

- určení silných a slabých stránek destinace,
- určení specifických předností destinace,
- určení ohrožení a příležitostí na domácím i mezinárodním trhu CR,
- definování cílového segmentu trhu.

Součástí marketingové strategie je marketingový mix, který je souborem kontrolovatelných proměnných sdružující CR v zájmu uspokojení potřeb a požadavků vybraného segmentu trhu. Marketingový mix tvoří produkt, cenu, distribuční cesty a způsob komunikace s návštěvníky. Lidé jsou taktéž důležitou součástí marketingového mixu. Poskytují službu návštěvníkům destinace, ale sdílejí s nimi i prostor, ve kterém žijí, tedy destinaci.

V zájmu realizace marketingové strategie nabídky destinace na trhu vypracuje sdružení CR realizační plán, jehož obsahem je časový harmonogram činností s vyznačením odpovědnosti za realizaci. Realizační plán uvádí charakter vybraného segmentu trhu a marketingový mix vytvořený pro uvedený segment, potřebu a časové rozložení zdrojů, očekávané výsledky a kontrolu plnění strategie.

3.4 VZDĚLÁVÁNÍ A VOLNÝ ČAS

3.4.1 VYMEZENÍ PEDAGOGIKY, DIDAKTIKY A VZDĚLÁNÍ

Čábalová (2011: 13) vysvětluje, že pedagogika je jednou ze společenskovedních disciplín. Zkoumá skutečnosti, které ovlivňují osobnost člověka, jako jsou výchova, vzdělávání, výuka, obsah učiva, učení, školské systémy apod. Pedagogika odpovídá povaze moderní vědy a má následující znaky:

- předmět zkoumání, kterým je výchova, vzdělání, vzdělávání člověka
- teoretický systém, který zahrnuje odůvodněný systém výpovědí týkající se objektivního poznání procesů a jevů pedagogické reality
- soustavu metod teoretické a empirické povahy
- širokou institucionální základnu od kateder pedagogiky po vysokoškolské instituce.

Čábalová (2011: 27) říká, že výchova byla, stále je a nadále bude součástí procesů udržování stávajícího stavu společnosti a je schopna připravovat osobnosti pro rozvíjení určité společnosti. Pomocí ekonomických, sociálních a kulturních aspektů současného světa je vhodné chápat výchovu jako celoživotní proces. Výchova je cílevědomým a záměrným vytvářením a ovlivňováním podmínek umožňujících optimální rozvoj každého jedince v souladu s individuálními dispozicemi a stimuluje jeho vlastní snahu stát se autentickou, vnitřně integrovanou a socializovanou osobností.

Vzdělávání je procesem získávání vědomostí, dovedností, postojů, hodnot, norem a metod dalšího získávání poznatků. Vzdělání je takzvaným ukončeným stavem zahrnujícím soubor získaných vědomostí, dovedností, postojů, hodnot a norem.

Skalková (2007: 13) popisuje didaktiku jako slovo řeckého původu a v překladu znamená vyučovat, učit, poučovat, dokazovat. V minulých dobách se měnily požadavky na výchovu a vzdělávání a jejich funkce, a tím se také měnil pojem didaktiky. V současné době stále neexistuje obecně přijímaná definice. Didaktika je tedy teorií vzdělávání a vyučování, která se zabývá problematikou obsahů, jejíž výsledky spole-

čensko-historické zkušenosti lidstva se stávají v procesu vyučování individuálním majetkem žáků. Zabývá se zároveň procesem charakterizující činnosti učitelů a žáků, tedy vyučováním a učením.

Podle Skalkové (2007: 27) má v pedagogice a didaktice pojem vzdělání dlouhou tradici. Jádro problematiky vzdělání se vztahuje k celé osobnosti člověka. Předpokladem pro vzdělaného člověka je pochopení vztahů mezi poznatky, získání dovedností, používání svých vědomostí při řešení nových úkolů a další sebevzdělání.

V souvislostech didaktických je vzdělání chápáno jako výsledek procesů, které se záměrně, soustavně a organizovaně rozvíjejí při vyučování. Pojem vzdělávání je v didaktických souvislostech používán tehdy, pokud se chce zdůraznit procesuální stránka. Člověk v procesu vzdělávání rozvíjí své schopnosti orientovat se v různých úhlech pohledů, svou individualitu, logické myšlení a proniká do mezilidských vztahů. Prostřednictvím vzdělání si člověk utváří porozumění pro kulturu, ve které žije a rozvíjí si vnímavost pro odlišné kultury. Výrazy vzdělání a vzdělávání nelze ztotožňovat s informovaností či s pojmem odbornost.

Štverák (1999: 10) říká, že výchova je nápomocná při polidšťování mládeže. Probíhá prostřednictvím jednání (vedení, omezování, zadávání úkolů) vychovatele s chovancem. Pojem jednání si nelze vysvětlovat jako „opatření“ (zákazy, příkazy). Maria Montessori vychází z názoru, že děti jsou jiné, než si dospělí myslí. Děti se dokážou koncentrovat jenom za určitých podmínek a tato koncentrace je léta nacvičována, protože jim ještě schází sebedisciplína.

3.4.2 SKUPINY DĚTÍ A MLÁDEŽE

Podle Keogh (2007: 40) se temperament dětí a mládeže vyvíjí z pohledu:

- prostředí třídy a učebního programu
- povahy interakcí mezi žáky, vrstevníky a učiteli
- kulturního a etnického původu.

Sládková (2010: 21 - 23) rozděluje děti podle sportovních aktivit následovně:

- *Mladší školní věk (6 – 10 let)*

Tento věk je z pohledu pohybového vývoje charakterizován vysokou pohybovou aktivitou. Rozvíjí se dynamika nervových procesů a převažují procesy podráždění nad procesy útlumu. Proto má dítě v tomto věku vysokou míru neposednosti a živosti.

- *Střední školní věk (10 – 12 let)*

V tomto období probíhá po stránce pohybové intenzivní, ale i nerovnoměrný rozvoj. Roste kostra a končetiny, ale vývoj hrudního koše je opožděn. Tělesnou neobratnost začínají děti zamaskovávat.

- *Starší školní věk (12 – 14 let)*

Pohybové možnosti ovlivňují nerovnoměrnost vývoje. Růst a vývoj dítěte neustále pokračuje. Pro toto období je typické rychlé chápání a schopnost se učit novým pohybovým dovednostem. Nastává zde i puberta. U některých dětí se zhoršuje koordinace, schopnost plynulosti pohybů a schopnost přesnosti.

- *Dorostový věk (15 – 18 let)*

Zde je nutné motivovat dospívající ke sportu (především k zájmovému). Je nutné dbát na to, aby se organismus nepřetěžoval, protože až ve 20letech se dokončuje růst kostí. Mnoho dospívajících začne pociťovat únavu, a proto by se měli naučit aktivně odpočívat.

3.4.3 VOLNÝ ČAS DĚTÍ A MLÁDEŽE

Podle Pávkové a kol. (2002: 13) je možné volný čas pochopit jako opak doby nutné práce a povinností a k reprodukci sil. Během této doby si můžeme svobodně své činnosti vybrat, vytváříme je dobrovolně a rádi a přinášejí nám pocit uspokojení a uvolnění. Pojem volný čas zahrnuje odpočinek, rekreace, zábava, zájmové činnosti, dobrovolné vzdělávání, dobrovolná společensky prospěšná činnost i časové ztráty těchto činností. Z pohledu dětí a mládeže do volného času především nepatří vyučování, povinnosti, které jsou spojené se staráním se o domácnost a rodinu. Prostředí, kde tráví děti svůj volný čas, je velice různorodé. Může to být škola, domov, veřejné prostranství, ulice či společenské organizace a instituce.

Pávková a kol. (2002: 15 - 18) konstatuje, že je možno se na pojem volný čas dívat z různých hledisek:

- *ekonomické hledisko* – kolik prostředků se investuje do zařízení pro volný čas a zda se alespoň část prostředků vrátí
- *sociologické a sociálně-psychologické hledisko* – zde se sleduje, jak činnosti volného času přispívají do mezilidských vztahů, u dětí a mládeže je způsob trávení volného času ovlivněno sociálním prostředím
- *politické hledisko* – jak moc bude stát zasahovat svými orgány do volného času obyvatelstva, jaká bude školská politika, jestli bude věnována pozornost zařízením pro volný čas
- *zdravotně-hygienické hledisko* – jak je možno podporovat zdravý tělesný i duševní stav člověka
- *pedagogické a psychologické hledisko* – důležitým prvkem je věková a individuální zvláštnost a jejich respektování ve volném čase.

Volný čas dětí a mládeže má z pedagogického pohledu dvě podmínky:

1. naplňování volného času smysluplnými aktivitami rekreačně i výchovně vzdělávacími
2. výchovu k volnému času, kde děti mají velké množství zájmových aktivit, tato výchova jim poskytne základní orientaci a na základě vlastních zkušeností jim pomůže najít oblast zájmové činnosti.

4 ZKOUMANÉ ÚZEMÍ

4.1 KRAJ VYSOČINA

Regiony, na které se soustřeďuje celá tato práce je Třebíčsko a Jihlavsko. Oba dva leží v Kraji Vysočina. Kraj se nachází v dopravním i populačním středu České republiky a jako první kraj v České republice se stal členem organizace zdravých měst a regionů.

Obrázek 1: Česká republika



Zdroj: www.legrestour.com, 15. 3. 2012

Obrázek 2: Kraj Vysočina



Zdroj: www.jihlava.czso.cz, 15. 3. 2012

Kraj Vysočina se rozkládá na velké části Českomoravské vrchoviny, kopcovité krajiny mezi historicky dělenými zeměmi České republiky. Tento kraj dosahuje přes 800 metrů nadmořské výšky ve dvou mohutných pohořích, Jihlavských vrších na jihozápadní straně kraje a Žďárských vrších na severu Vysočiny. Hlavní evropské povodí, které se táhne kolem dřívější zemské hranice, dělí Kraj Vysočina na dvě podobně stejná území. Rozloha kraje je 6 796 km² a žije zde celkem 513 195 obyvatel.

Krajským městem je město Jihlava, jež ve středověku patřilo k nejbohatším městům díky těžbě stříbra. Rozkládá se na hranici Čech a Moravy. Vysočina je charakteristická malými vesničkami vzdálenými pouze pár kilometrů od větších měst. Jsou zde jenom čtyři města, jejichž počet obyvatel přesahuje 20 tisíc.

Krajina Kraje Vysočina bývala v dávných dobách pokryta pouze pralesem, ale později se začala s přicházejícími lidmi měnit v kulturní krajinu. Nachází se zde spousta lesů, luk, pastvin či polí. Je zde možné nalézt řadu potoků a rybníků, jež hrají velkou roli v hospodářských, krajinotvorných, ale i rekreačních funkcích.

Vysočinu protíná hlavní dopravní tepna státu, dálnice D1. Ekonomika na východě kraje je především ovlivněna Jihomoravským krajem a městem Brno, na severozápadě kraj spadá k hlavnímu městu Praha. Díky strategické poloze na Vysočinu přichází stále více a více zahraničních investorů, kteří zde zaujímají pozice ve výrobních kapacitách, výzkumu i vývoji.

Nachází se zde velký počet památek. Tři jsou zapsány na seznamu světového kulturního dědictví UNESCO. Jedná se o historické centrum Telče, poutní kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře u Žďáru nad Sázavou a v neposlední řadě židovská čtvrť a bazilika sv. Prokopa v Třebíči. Mezi chráněné krajinné oblasti se řadí oblast Žďárských vrchů, Železné hory, národní přírodní rezervace Mohelenská hadcová step, Velký Špičák, Ransko, Stvořidla a další přírodní parky a rezervace.

Roku 2011 navštívilo v České republice hromadná ubytovací zařízení téměř 13 milionů hostů. V Kraji Vysočina bylo v roce 2011 více než 350 tis. návštěvníků, což představuje meziroční nárůst o více než 17 tis. osob v porovnání s rokem 2010. I přes tento pozitivní trend se stále jedná o třetí nejnižší návštěvnost po kraji Pardubickém a Ústec-

kém. Zahraničních hostů (nerezidentů) přicestovalo na Vysočinu celkem 50 897 a představují 14,4 % z celkového počtu hostů. Převažovali především návštěvníci z Německa, Slovenska, Rakouska a Francie.

Zdroj: http://www.kr-vysocina.cz/vismo5/dokumenty2.asp?id_org=450008&id=4000086&p1=1205, 15. 3. 2012

4.2 TŘEBÍČSKO A JIHLAVSKO

Region Třebíčsko se nachází v jihovýchodní části Kraje Vysočina a sousedí s regiony Jihlava, Žďár nad Sázavou, Jindřichův Hradec, Znojmo a Brno-venkov. Svou rozlohou se řadí mezi jeden z největších regionů na Vysočině. Zároveň patří také na druhé místo v počtu obyvatel a hustoty osídlení. Třebíčsko leží v jihovýchodní části Českomoravské vrchoviny. Protéká zde řeka Jihlava, Oslava a Rokytá. Tyto řeky nejsou příliš vodnatými toky. Nachází se zde asi 250 rybníků a přehrada u Dalešic a Mohelna. Třebíčsko nabízí vodní elektrárnu (Mohelno), větrnou (Rešice), sluneční (Dukovany) a hlavně jadernou elektrárnu Dukovany.

Zdroj: http://www.czso.cz/xj/redakce.nsf/i/trebic_charakteristika, 16. 3. 2012

Region Jihlava leží v centrální části Českomoravské vrchoviny na obou stranách bývalé zemské hranice mezi Čechami a Moravou. Jeho sousedy jsou okresy Pelhřimov, Havlíčkův Brod, Žďár nad Sázavou, Třebíč a Jindřichův Hradec. Území oblasti je členité a převážná část spadá do pohoří Jihlavských vrchů. Nejnížší polohu má údolí řeky Jihlavy u obce Dolní Smrčné a nejvyšší je vrchol Javořice s 837 m n. m. Průměrná nadmořská výška Jihlavska činí zhruba 540 m n. m. Největšími vodními toky je řeka Jihlava a říčka Brtnice.

Zdroj: http://www.czso.cz/xj/redakce.nsf/i/jihlava_charakteristika, 16. 3. 2012

5 SITUAČNÍ ANALÝZA

5.1 TŘEBÍČSKO

Rozloha Třebíčska činí 1 463,07 km² a činí asi 21,5% z celkové plochy Kraje Vysočina. Podle správního hlediska je členěn na 167 obcí (z toho šesti obcím byl udělen status města a osmi městys). Mezi největší města Třebíčska patří Třebíč, Moravské Budějovice, Náměšť nad Oslavou, Hrotovice, Jaroměřice nad Rokytnou a Jemnice. Podle sčítání lidu z března roku 2011 žije v regionu 113 748 obyvatel, tedy o 888 lidí méně než při sčítání lidu v roce 2001.

Region ze 66,1% tvoří zemědělská půda, lesy pokrývají 27,9% plochy regionu a ten se tak řadí na poslední místo v zalesněných plochách kraje.

Na hospodářskou situaci a zaměstnanost na Třebíčsku dopadly důsledky transformace hospodářství po roce 1989. Vysoká nezaměstnanost se především objevila v důsledku likvidace a omezení výroby v největších podnicích regionu, za zmínku stojí např. BOPO Třebíč. Vznik nových pracovních míst v malých soukromých firmách pomohl tuto situaci alespoň z části vyřešit. Stále je však hlavním problémem regionu vysoká nezaměstnanost a nízké platy. Tíživá situace je též na vesnicích, kde dochází k útlumu zemědělství.

Podle stavu ke konci roku 2011 se na okrese Třebíč nachází 22 371 ekonomických subjektů, což představuje 21,27 % z celkového počtu ekonomických subjektů kraje. Z toho 80,01 % tvoří fyzické osoby a 19,99 % právnické osoby. Převažujícími odvětvovými činnostmi jsou zemědělství, lesnictví a rybolov (8,09 % z celkového počtu podnikatelských subjektů v regionu), průmysl (15,73 %), stavebnictví (14,15 %) a obchod, ubytování a stravování s 24,56 % z celkového počtu.

Třebíčsko, jakožto zachovaná a ekologicky málo zatížená krajina s řadou přírodních a historických památek, má předpoklady k rozvoji cestovního ruchu. Především pro agroturistiku a cykloturistiku jsou v regionu optimální podmínky. Mezi turisticky nejnavštěvovanější místa patří barokní zámek v Budišově, zřícenina gotického hradu Rabštejn, barokní zámek Jaroměřice nad Rokytnou, renesanční zámek Náměšť nad Oslavou

nebo Židovské město a Bazilika sv. Prokopa v Třebíči. Zdroj: http://www.czso.cz/xj/redakce.nsf/i/trebic_charakteristika, 16. 3. 2012

Obrázek 3: Region Třebíčsko



Zdroj: www.trasovnik.cz, 15. 3. 2012

5.1.1 PŘÍRODNÍ POTENCIÁL

GEOMORFOLOGICKÁ CHARAKTERISTIKA

Reliéf Třebíčska je charakterizován plochými hřbety a úvalovitými údolními. Třebíčsko leží v oblasti Českomoravská vrchovina, která se dělí na Křižanovskou vrchovinu, Jevišovickou pahorkatinu, Javořickou pahorkatinu, Křemešnickou pahorkatinu a Hornosvrateckou vrchovinu. Křižanovská vrchovina a Jevišovická pahorkatina leží na území Třebíčska. Křižanovská vrchovina se rozkládá na západě, severu a severovýchodu regionu v kopcovité krajině s nadmořskou výškou 600 – 700 m n. m. Křižanovská vrchovina je charakteristická mírně zvlněným reliéfem a rozsáhlými plošinami s údolními řek Oslava a Jihlava. Jevišovická pahorkatina je situována na jihu, východu a ve střední části Třebíčska ve zvlněné krajině s nadmořskou výškou 550 – 640 m n. m. Jde o mírně zvlněný reliéf, jehož dominantou jsou řeky Jihlava, Oslava a Rokytná. Nejnižším položeným bodem je místo, kde řeka Jihlava opouští území Třebíčska. (239 m n. m.). Zdroj: <http://gynome.nmm.cz/gisvysociny/index.php?ln=cz&id=19&cat=a&typ=menu>,

15. 3. 2012

KLIMATICKÁ CHARAKTERISTIKA

Oblast Třebíčska se nachází v mírně teplé podnební oblasti a patří mezi nejteplejší území v Kraji Vysočina. Podnebí je suchozemské, v severní části regionu vlhčí a na východě sušší a teplejší. Dlouhodobý teplotní průměr je v rozmezí od 7,2 do 7,9 stupňů Celsia. Roční úhrn srážek leží v průměru kolem 500 mm. Výši srážek ovlivňuje především srážkový stín Jihlavských vrchů.

*Zdroj: <http://gynome.nmmn.cz/gisvysociny/index.php?ln=cz&id=3&cat=c&typ=menu>,
15. 3. 2012*

HYDROLOGICKÁ CHARAKTERISTIKA

Celý region spadá do povodí Dyje a úmoří Černého moře. Území odvodňuje řeka Jihlava, na které je vybudována vodní nádrž Dalešice, jejímž úkolem je zajistit především dostatečný zdroj vody pro jadernou elektrárnu Dukovany a Mohelno. Největším levostranným přítokem řeky Jihlavy je řeka Oslava a největším pravostranným přítokem je řeka Rokytná. Na Třebíčsku lze nalézt i velké množství rybníků.

*Zdroj: <http://gynome.nmmn.cz/gisvysociny/index.php?ln=cz&id=4&cat=c&typ=menu>,
15. 3. 2012*

BIOTICKÁ A ZOOLOGICKÁ CHARAKTERISTIKA

V dřívějších dobách se na většině území Třebíčska vyskytovaly bukové a jedlobukové lesy. V současnosti regionu dominují jehličnaté stromy jako smrk, borovice a modřín. Z listnatých dřevin se jedná z hlavní části o buk.

Unikátem mezi národními přírodními rezervacemi je Mohelenská hadcová step. Jde o soubor hadcové skalní stepi, teplomilných trávníků a hadcových borů. Hadec tvořící podloží této rezervace je hornina vzniklá z vyvěřelých hornin a obsahuje velký podíl oxidu hořčíku. Mezi rostliny této oblasti se začleňuje mochna písečná či tařinka horská.

Mezi živočichy na Třebíčsku se zařazuje především skokan hnědý, užovka podplamatá, kachna divoká, ledňáček říční a z ryb kapři, líni, štiky a candáti. *Zdroj: <http://gynome.nmmn.cz/gisvysociny/index.php?ln=cz&id=23&cat=a&typ=menu>,*

15. 3. 2012

5.1.2 KULTURNÍ, HISTORICKÝ A SPOLEČENSKÝ POTENCIÁL

HRADY, ZÁMKY A ZŘÍCENINY

Zřícenina hradu Kokštejn leží u Hartvíkovic na skalním masivu nazývajícím se Wilsonova skála a nacházejícím se nad hladinou Dalešické přehrady. Hrad byl postaven ve 14. století a historické prameny o něm hovoří jako o Kufštejnu, Kopštejnu nebo Kokštejnu. Zachovaly se pouze některé jeho části.

Na osamělém kopci u Kojetic stojí **hrad Sádek**. Hrad byl založen v 80. letech 13. století. Výstavba je spojována se Štěpánem z Uher, který jej vybudoval na místě dřevěného staroslovanského hradu. Po 2. světové válce byla většina inventáře rozkradena a ostatní bylo odvezeno do okolních zámků. Do roku 2007 byla na Sádce soustředěna základní škola a od roku 2010 má nového majitele.

Zámek Budišov byl od 13. století vodní tvrzí, v 16. století se z něho stalo renesanční sídlo. V 18. století byl přestavěn do podoby honosného barokního zámku. Od roku 1974 převzalo zámek Moravské zemské muzeum, jež zde umístilo depozitáře přírodovědných oddělení přístupné veřejnosti. Kolem zámku je možné vidět park se čtyřmi rybníky, vybudovanými ve 20. letech 18. století.

Zámek Jaroměřice nad Rokytnou patří k nejmohutnějším stavbám první poloviny 18. století u nás i v Evropě. Barokní podobu zámek získal za období vlastnictví rodu Questenberků. Přestavbu vypracoval známý rakouský architekt Jakub Prandtauer. Jaroměřice v dřívějších dobách měly velkou knihovnu, galerii, divadlo a vlastní kapelu. Kapelníkem zámecké kapely byl český hudební skladatel František Václav Míča, který je autorem první české opery „O založení města Jaroměřic“. U zámku též leží zámecká zahrada francouzského typu, na kterou na druhé straně říčky Rokytné navazuje rozsáhlá část v anglickém stylu.

Zámek Moravské Budějovice vznikl spojením pár renesančních domů a radnice mezi lety 1666 – 1672. V zámku je možné najít stálou expozici Muzea řemesel Moravské Budějovice, která je pobočkou Muzea Vysočiny Třebíč.

Zámek Náměšť nad Oslavou, původně hrad ze 13. století, později přebudován moravskými pány ze Žerotína na honosné renesanční sídlo se zachoval v téměř stejné podobě dodnes. Následovali další majitelé zámku Werdengergové, kteří nechali provést některé úpravy sálu s předsálím. Mezi důležité majitele zámku patří rod Haugwitzů, kteří o něj pečovali skoro 200 let, ale roku 1945 přišli o celý majetek. V období 1946 a 1947 využíval zámek jako letní sídlo prezident republiky Edvard Beneš. V areálu zámku se nachází překrásná francouzská zahrada a anglický park.

KINA, DIVADLA

Kina je možné najít v Třebíči s názvem Kino Pasáž a Jemnici. Městské kulturní středisko Třebíč nabízí divadelní představení v Pasáži, ale samotné divadlo v regionu Třebíčska není.

MUZEA

Muzeum Vysočiny Třebíč má sídlo v bývalém benediktinském klášteře z 12. století. Tento klášter byl v období husitských válek proměněn na šlechtické sídlo a nachází se v severozápadní části města nad levým břehem řeky Jihlavy. Posledními vlastníky byli Valdštejnové, kteří zámek drželi až do roku 1945. Mezi expozice v muzeu se řadí příroda regionu – horniny, minerály a chráněná území Třebíčska, historie města, předhistorické osídlení, vývoj řemesel a lidového umění a v neposlední řadě expozice s názvem Dýmky a kuřácké potřeby. Je možné zde zahlédnout i největší sbírku moravských vltavínů na světě.

Muzeum Jemnice, jež je pobočkou Muzea Vysočiny Třebíč, se nachází v historickém domě na náměstí. Muzeum se věnuje expozicím s názvy Dějiny Jemnice, Dolování nerostných surovin a Jemnický svět čaje.

V Moravských Budějovicích stojí **Muzeum řemesel** nacházející se v zámku postaveném v 17. století. Opět i toto muzeum je pobočkou Muzea Vysočiny Třebíč. Součástí muzea je také stavba Masné krámy z roku 1839, jejíž dominantou je tvar podkovy.

Muzeum rakousko-uherského pivovarnictví leží v obci Dalešice. Původně barokní pivovar byl postaven v 16. století. V současné době se v komplexu pivovaru nalézá muzeum pivovarnictví historického i současného a stylová restaurace. Pivovar vyrábí pět

druhů piva. Nejoblíbenějšími slavnostmi, které se tu konají, jsou např. Postřižinské slavnosti.

Zdroj: http://www.dedictvivysociny.cz/kultura/galerie_a_muzea-52/muzea-18/, 15. 3. 2012

TECHNICKÉ PAMÁTKY

Větrný mlýn v Třebíči je třípodlažní budova postavená roku 1836. Byl zařízený na drcení borové, dubové nebo smrkové kůry pro výrobu třísla. Postavili ho bratři Buischowští, majitelé místních koželužen.

Dalešická přehrada je unikátní přečerpávací vodní elektrárna dostavěná roku 1978. Byla postavena v souvislosti s výstavbou jaderné elektrárny Dukovany. Hráz měla být betonová, ale později se zjistilo, že okolní prostředí není pro betonovou hrázi vhodné. Nakonec se postavila hráze sypaná z jílu a místních materiálů. Její délka činí 350 metrů a výška 100 metrů. Především proto je druhou nejvyšší sypanou hrází v Evropě.

Jednou z hlavních technických památek je bezesporu **jaderná elektrárna Dukovany**. Její součástí je osm chladicích věží. Tato elektrárna zajišťuje asi 20 % energie spotřebované v České republice. Ročně se tu vyrobí více než 14 miliard kWh.

Cihelna u Nové vsi stojí v sousedství bývalého vápencového lomu. Má oválný půdorys vyžděný z cihel a je po celém svém obvodu opatřena klenutými vstupními otvory a překryta sedlovou střechou.

V Jemnici je možné najít **středověký vodovod**, ale větší část památky je uložena pod zemí. Zajímavým místem je objekt tzv. vzdušníku na ulici Horní valy, kde byl podle potřeby vypouštěn vzduch z potrubí.

Zdroj: <http://www.dedictvivysociny.cz/kultura/pamatky-50/technicke-2/>, 15. 3. 2012

CÍRKEVNÍ PAMÁTKY

Bazilika sv. Prokopa v Třebíči pochází z první poloviny 13. století. Byla součástí benediktinského kláštera v Třebíči v pozdějších dobách přebudovaného na zámek. Bazilika je architektonickým dokladem nových stylů ze západní a střední Francie, Burgundska a jihozápadního Německa. Bazilika sv. Prokopa, židovská čtvrť a židovský hřbitov

v Třebíči byly zapsány roku 2003 na Seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO.

Benediktinský klášter v Třebíči byl významným kulturním, náboženským, hospodářským centrem a vojenskou pevností. Byl založen v roce 1101 moravskými knížaty Oldřichem a Litoldem. V době husitských válek opatství zaniklo a klášter se změnil ve šlechtické sídlo. Posledními majiteli byli Valdštejnové, kteří měli zámek ve vlastnictví do roku 1945. V dnešní době zde sídlí Muzeum Vysočina Třebíč. Součástí kláštera je i Bazilika sv. Prokopa.

Kapucínský klášter v Náměšti nad Oslavou založil Bedřich Vilém hrabě Haugewitz, rádce císařovny Marie Terezie. Budovu kláštera vystavěl Bartoloměj Zindtner v polovině 18. století. Reformy císaře Josefa II. existenci kláštera ukončily a byl přeměněn na podnik na výrobu látek. Jediným pozůstatkem kláštera je v současnosti budova kostela v továrenském komplexu.

Zdroj: <http://www.dedictvivysociny.cz/kultura/pamatky-50/cirkevni-3/>, 15. 3. 2012

OSOBNOSTI TŘEBÍČSKA

Obec Hroznatín u Rudíkova je rodiště legionáře, armádního generála a sedmého prezidenta České republiky **Ludvíka Svobody**. Stojí zde zemědělská usedlost, kde prožil bývalý prezident své dětství a zároveň je tento dům památkou venkovského stavitelství 19. století.

V Náměšti nad Oslavou roku 1887 zahájil svoji učitelskou činnost Václav Ignác Jevavý, později básník pod pseudonymem **Otokar Březina**. Na bývalé škole je žulová pamětní deska s bronzovou plaketou pro vzpomínku na tohoto známého básníka. Jaroměřice nad Rokytnou zastřešují muzeum básníka českého symbolismu. Muzeum se nachází v secesním domě, který byl posledním bydlištěm básníka. V Jaroměřicích sídlí také jeho hrob, jehož náhrobek je dílem sochaře Františka Bílka.

Dalešice poutají pomníkem básníka **Vítězslava Nezvala** z roku 1975. Stojí v malém parčíku před základní školou. Nezvalův otec zde učil na základní škole.

Zdroj: http://www.dedictvivysociny.cz/kultura/osobnosti-51/stopy_slavnych_osobnosti-15/, 15. 3. 2012

KULTURNÍ A SPORTOVNÍ AKCE

Každoročně se ke konci května na Karlově náměstí v Třebíči konají **Třebíčské slavnosti piva**. Na tuto slavnost se sjíždějí pivovary z celé republiky. Většinou zde svůj zlatavý mok prezentuje kolem 20 pivovarů. Jde o dvoudenní událost, která s sebou přináší zajímavý hudební i zábavní program.

Tradiční letní **hudební festival Zámostí** se koná vždy začátkem června na podzámecké nivě v Třebíči. Prostředí je úchvatné, neboť jde vidět na zámek s Bazilikou sv. Prokopa i na řeku Jihlavu rozprostírající se na jedné straně kolem celého areálu festivalu. Festival je opět dvoudenní a vystupují zde hudební skupiny domácí i zahraniční celosvětového formátu.

Šamajim je pětidenní festival v židovské čtvrti v Třebíči, který se navrácí do dob dávno minulých. Na festivalu se koná mnoho workshopů, výstav, hudebních představení a nejrůznějších diskuzí kolem židovské kultury. V židovské čtvrti je možné nalézt velký počet kaváren, vináren či hospod. Festival se koná každý rok první týden v srpnu.

Hudební festival Proti proudu začal svoji kariéru roku 1997 na nádvoří moravskobudějovického zámku. Festival se pořádá jako dvoudenní každý rok v polovině července. Rok od roku vystupuje na festivalu více zajímavějších kapel.

Dvoudenní oslavy jménem **Středověké Valdštejnské slavnosti** promění město Třebíč v srpnu do středověkého stylu. Louka je pod třebíčským zámkem proměněna ve středověké městečko s historickou tržnicí, šermířskými turnaji a středověkými krčmami a hudbou. Součástí slavností je historický průvod městem.

Mezi sportovní akce lze zařadit ukázky bojových umění **Budoshow** v Moravských Budějovicích. Jedná se o vystoupení pořádaná oddílem Viet-Vo-Dao. Soubor divákům přiblíží nespočet atraktivních stylů z různých částí světa. Příkladem může být bojové umění Capoeira, Musado, Wu Shu či Thaibox.

Zajímavým poutačem pro pány může být **Chlapský den** v Nové Vsi. Zde si mohou okusit různé netradiční silové sporty, např. házení kládou dřeva atd. Koná se každý rok většinou v srpnu.

Každoročně se na celém Třebíčsku v každé obci v různých termínech konají **poutě**, mezi něž patří např. pouť na svátek Narození Panny Marie v měsíci září v Příbyslavicích, Anenská pouť v Náměšti nad Oslavou či pouť k sv. Floriánu ve farnosti hrotovické.

5.1.3 SLUŽBY V REGIONU

UBYTOVACÍ SLUŽBY

Grand hotel**** v Třebíči je nově zrekonstruovaný kongresový hotel nacházející se v historickém centru města. Hotel garantuje 100 převážně dvoulůžkových luxusních pokojů.

Internetové stránky Grand hotelu***: www.grand-hotel.cz/cs.

Hotel Sádek*** je umístěn u Vinařského a kulturního centra Sádek, Nachází se pár kilometrů od Třebíče uprostřed vinic pod hradem Sádek. Hotel nabízí 51 lůžek, jeho součástí je restaurace a terasa. K hotelu též patří vinařský sklep s eggerskou klenbou.

Internetové stránky Hotel Sádek***: www.vinohrady-sadek.cz/hotel-sadek.html.

Sport hotel v Hrotovicích umožňuje návštěvníkům ubytování v jednom dvoulůžkovém pokoji LUX, v sedmi jednolůžkových, v 53 dvoulůžkových, 40 třílůžkových a pěti čtyřlůžkových pokojích. Restaurace u hotelu nabízí bohatý výběr jídel a specialit.

Internetové stránky Sport hotelu: www.hotel-hrotovice.cz.

Penzion Bažantnice nabízí příjemné ubytování v lesním areálu asi 3 km od Třebíče. Penzion má ubytovací kapacitu 17 lůžek, možnost ubytování je ve dvoulůžkových, třílůžkových a čtyřlůžkových pokojích.

Internetové stránky penzionu Bažantnice: www.penzionbazantnice.cz.

Autocamp Wilsonka nabízí možnost ubytování na Dalešické přehradě asi 1 km od vesnice Hartvíkovice. Je pouze jediným kempem u vodní nádrže Dalešice. Vedle Autocampu stojí Wilsonova skála, ze které je vidět do údolí přehrady.

Internetové stránky Autocampu Wilsonka: www.wilsonka.cz.

V **Autocampu Třebíč – Poušov** je ubytování zařízeno v chatkách pro dvě, tři nebo čtyři osoby. Celkem je v Autocampu 75 chatek. Další možnost ubytování může být stan či obytný přívěs.

Internetové stránky Autocampu Třebíč – Poušov: www.kemppousov.cz.

STRAVOVACÍ SLUŽBY

Café Bar Holiday je možné najít blízko centra Třebíče. Restaurace nabízí babiččinu kuchyni, italské speciality, pizzu z živého ohně, mezinárodní kuchyni, mexickou kuchyni a nejvyhlášenější moravská vína.

Internetové stránky restaurace Café Bar Holiday: www.cafebarholiday.cz.

První cocktail bar v Třebíči jménem **Phiasco** byl otevřen roku 2007. Phiasco zahrnuje bar, restauraci, salonek, letní terasu a nabízí na 200 míchaných nápojů. Od roku 2010 je vymyšlena nová kuchyně na italský způsob, hlavně pro přípravu pizzy a různých těstovin.

Internetové stránky cocktail baru Phiasco: www.phiasco.cz.

Nekuřácká restaurace **Na statku** sídlí ve městě Náměšť nad Oslavou. Areál restaurace je v bývalé zemědělské usedlosti a nabízí tradiční domácí kuchyni, plzeňské pivo a výběr moravských vín. K dispozici je příprava masa na grilu či v udírně. Restaurace má též barovou část s kachlovými kamny.

Internetové stránky restaurace Na statku: www.restauracenastatku.eu.

Restaurace U Srnců v Jemnici nabízí mimo výborných jídel, také pořádání svateb, soukromých oslav, promocií, firemních večírků atd. Součástí restaurace je salonek a zahradní restaurace.

Internetové stránky restaurace U Srnců: www.srnecjemnice.cz.

DOPRAVNÍ SLUŽBY

Dopravní síť Třebíčska tvoří dvě jednokolejné železniční trati Okříšky – Znojmo a Jihlava – Brno, obě se dvěma lokálními spoji (Studenec – Křižanov a Moravské Budějovice – Jemnice) a síť silnic, které jsou většinou III. třídy. Jedním z největších dopravních problémů je spojení okresního města Třebíč s krajským městem Jihlava a napojení

Třebíče na dálnici D1, avšak tento problém ulehčila rekonstrukce silnice Třebíč – Velké Meziříčí.

Zdroj: http://www.czso.cz/xj/redakce.nsf/i/trebic_charakteristika, 15. 3. 2012

5.1.4 MĚSTA REGIONU TŘEBÍČSKO

TŘEBÍČ

Třebíč je město v jihovýchodní části kraje Vysočina, rozkládající se na západě Moravy a je druhým největším městem v kraji. Třebíč je situována na obou březích řeky Jihlavy asi 30 km jihovýchodně od největšího a krajského města kraje Vysočina Jihlavy a 56 km západně od města Brna v Jihomoravském kraji. Nadmořská výška města se nachází v rozmezí od 392 m n. m. do 503 m n. m. Kolem města je charakteristická příroda pro Českomoravskou vrchovinu. K 31. 12. 2011 má 37 568 obyvatel a rozloha města činí 56 km².

Počátky města Třebíč sahají k roku 1101, kdy moravská knížata Oldřich Brněnský a Litold Znojemský zde založili benediktinský klášter. Kolem poloviny 13. století přistoupil benediktinský konvent ke stavbě nové klášterní budovy a románsko-gotické baziliky, v dnešní době nazývané Panny Marie a sv. Prokopa. Třebíčský klášter se rozhodl založit na pravém břehu řeky kolonizační město. Před Bílou horou náležela Třebíč k významným střediskům jednoty bratrské.

V Třebíči je možné navštívit tři informační centra. Centrální informační centru sídlí na Karlově náměstí v renesančním Malovaném domě. Druhé a třetí informační centrum se nachází u památek UNESCO. Informační a turistické centrum Zadní synagoga je k dispozici v centru židovské čtvrti a Informační a turistické centrum Bazilika sv. Prokopa slouží návštěvníkům této památky.

Třebíč kromě významných památek UNESCO ukrývá celou řadu zajímavých pamětihodností. Městská věž s výškou 75 metrů, ze které je krásný pohled na město, je bývalá součást městského opevňovacího systému. Dominantou centra města je Karlovo náměstí, které se řadí k největším v České republice. Po celé Třebíči stojí renesanční

domy se sgrafitovou výzdobou a domy z meziválečné architektury. Třebíčský zámek leží v těsné blízkosti Baziliky sv. Prokopa a je sídlem Muzea Vysočiny.

Sportovní vyžití ve městě zahrnuje aktivní pěší turistiku a cyklistickou turistiku v přírodě. Především děti a mládež, ale i dospělí, si mohou vybrat z různých sportovních zařízení, např. plavecký areál Na Polance či Laguna, několik tenisových kurtů, bowlingových drah a fitness center. Pro odpočinek slouží solné jeskyně a pro zvednutí adrenalinu zde návštěvník vyhledá lanová centra, lezeckou stěnu a střelnici.

Zdroj: <http://www.visittrebic.eu/>, 16. 3. 2012; <http://www.trebic.cz/>, 16. 3. 2012

MORAVSKÉ BUDĚJOVICE

Moravské Budějovice jsou hospodářským a kulturním střediskem jihozápadní Moravy. Leží na okraji Českomoravské vrchoviny kolem státní silnice Jihlava - Znojmo. Městem prochází železniční trať Českých drah Jihlava – Okříšky - Znojmo a lokální trať Moravské Budějovice - Jemnice. Moravské Budějovice na konci roku 2011 měly 7 603 obyvatel.

Počátky města Moravské Budějovice se datují kolem 12. a začátku 13. století. Město bylo založeno na tzv. Haberské stezce, která spojovala Čechy a Moravu. Tato trasa je stále i v současnosti důležitá pro spojení Praha – Vídeň. Později město vlastnili rody Lichtenburků, Valdštejnů, Schaumburků a Wallisů. Některé obce, které patřily k Moravským Budějovicím, se odtrhly a přiřadili k městům Dačice, Znojmo, Třebíč nebo Moravský Krumlov.

Turistické informační centrum je možné vyhledat v centru Moravských Budějovic. Nabízí informace o dění ve městě a v moravskobudějovickém mikroregionu.

Město láká svým barokně klasicistním zámekem z 2. poloviny 17. století. Zámek nechal vystavět hrabě Rudolf Jindřich Schaumburk, jenž spojil radnici a čtyři měšťánské domy. Kaple sv. Michala, původně románská rotunda, stojí na jihovýchodní straně kostela a pochází ze 13. století. Chrám sv. Jiljí vytváří charakteristické panorama města a jeho vznikem je 13. století. Ve městě stojí také dvě kaple – Kaple sv. Anny a Kaple sv. Jana Nepomuckého. Moravské Budějovice nabízí koupaliště, zimní stadion či bowling. *Zdroj: <http://www.mbudejovice.cz/>, 17. 3. 2012*

JEMNICE

Město Jemnice leží na jihozápadě kraje Vysočina asi 40 km od Třebíče mezi Dačicemi a Moravskými Budějovicemi. V současnosti má 4 294 obyvatel.

Ze spisů je zřejmé, že území bylo osídleno už v paleolitu. Nejstarší část města jménem Podolí, vznikla jako hornická osada v 11. století. Především kvůli hornictví bylo založeno nové sídlo nad řekou Želetavkou roku 1226. Město mělo svůj strategický význam, a proto bylo rychle opevňováno. Mělo chránit zemi proti nepříteli. Roku 1530 skončilo období, kdy byla Jemnice součástí obrany jižní hranice a změnila se na město poddanské. Jemnice od počátku 19. století často střídala okresní úřady, do kterých patřila, ale nakonec spadla pod okres Třebíč.

Turistické informační centrum v Jemnici slouží k informacím ohledně města Jemnice a mikroregionu Jemnicko.

Z památek ve městě je nutné vyjmenovat Zámek Jemnice, který vznikl přestavbou panského hradu založeného na začátku 13. století a zámecký park z roku 1665. Zajímavostí je i památná lípa, ze které v dnešní době vyrůstají pouze tři větve. Jemnické hradby opevňující v historii město jsou jedny z nejstarších hradeb v kraji Vysočina. Židovský hřbitov v Jemnici, patří mezi nejstarší židovská pohřebiště na Moravě.

Zdroj: <http://www.mesto-jemnice.cz/>, 17. 3. 2012

JAROMĚŘICE NAD ROKYTNOU

Město Jaroměřice nad Rokytnou se nachází asi 15 km od okresního města Třebíč u Jevišovské pahorkatiny, ve směru k Moravským Budějovicím. K 31. 12. 2011 má 4 212 obyvatel a leží v průměrné nadmořské výšce 422 m.

Město bylo založeno roku 1131. Velký barokní zámek s kostelem sv. Markéty byl dokončen v roce 1737. Zámek se prezentuje jedním z největších areálů v Evropě. Zámek postavil rod Questenberků.

Turistické informační centrum nabízí informace o městě Jaroměřice nad Rokytnou, jeho památkách a o mikroregionu Jaroměřicko.

Dominantou města je samozřejmě barokní zámek v červené a bílé barvě, barokní kostel v centru města a zámecká zahrada s tvarovanými živými ploty a souborem soch. Ve středu hlavního náměstí stojí barokní sloup Nejsvětější Trojice vytvořený roku 1716. K historickým stavbám se také připojuje most přes řeku Rokytnou, která městem protéká. Přes Jaroměřice vede cyklistická trasa Jeseník-Znojmo.

Ve městě je koupaliště, hřiště s umělým povrchem, tenisové kurty a fotbalové hřiště. Pořádá se zde mnoho kulturních akcí, např. Rozsvícení vánočního stromku nebo Pohřbívání basy a masopustní veselí.

Zdroj: <http://www.jaromericenr.cz/>, 17. 3. 2012

HROTOVICE

Město Hrotovice leží asi 20 km jihovýchodně od města Třebíč na jihu Českomoravské vrchoviny. V současnosti mají 1 751 obyvatel.

První písemná zmínka o Hrotovicích byla napsána roku 1228 na listině Přemysla Otakara I. Zakladatelem města je Dětrich Theodoricus Hrut. Z doby kolem roku 1330 pocházejí dva hraniční kameny vymezující hranice panství křížovnického řádu. V Hrotovicích se nalézají téměř od založení tvrz, kostel, hřbitov a fara. V současnosti bylo zrekonstruováno zámecké nádvoří a fasáda zámku. Roku 1994 rozhodl Parlament České republiky o statusu „město“. Turistické centrum na náměstí podává informace o mikroregionu Hrotovicko.

V Hrotovicích stojí elegantní čtyřkřídlý zámek barokně upraven v 18. století. Nejstarší stavbou ve městě je románský kostel sv. Vavřince, který byl později goticky přestavěn a v 17. století upraven barokně. Návštěvník Hrotovic může vidět památník rodáka malíře F. B. Zvěřiny, zaniklou středověkou ves s tvrzí Mstěnice, kde se koná archeologický výzkum, kostel sv. Vavřince, Zámeckou kapli a pět barokních soch světců z 18. století.

Ve městě se též nachází krytý plavecký bazén, sportovní hala, tenisové kurty, bowling, fitness centrum a provádějí se zde i projížďky na koních. Městem vede značená cyklostezka Jihlava-Český Těšín.

Zdroj: <http://www.mesta.obce.cz/hrotovice/>, 17. 3. 2012

NÁMĚŠŤ NAD OSLAVOU

Náměšť nad Oslavou je město na úpatí Vysočiny, asi 40 km západně od Brna a asi 20 km od Třebíče s průměrnou nadmořskou výškou 365 m. Náměští protéká řeka Oslava. K 31. 12. 2011 má město 5 013 obyvatel.

První zmínky o městě pochází z roku 1234. Roku 1923 byla Náměšť povýšena na město. Informační centrum sídlí na Masarykově náměstí a poskytuje informace o celém mikroregionu.

Náměšť nad Oslavou je plná historických památek. Mezi nejzajímavější bezpochyby patří státní zámek Náměšť nad Oslavou a obrovská zámecká obora. Přes řeku Oslavu vede barokní most, který byl postaven roku 1737. Ve městě je možné najít kostel sv. Jana Křtitele, hrobku Haugwitzů nebo sousoší Nejsvětější Trojice na náměstí.

Mezi sportoviště se zařazují tenisové kurty, skatepark, zimní stadion, hřiště na beach volejbal, streetball či pétanque. Město pořádá různé koncerty, divadelní představení, přednášky, besedy, umělecké akce a soutěže.

Zdroj: <http://www.namestnosl.cz/>, 17. 3. 2012

5.2 JIHLAVSKO

Region má nejmenší rozlohu z okresů v Kraji Vysočina, tj. 1 199,32 km². Z jeho plochy zabírá téměř šest desetin zemědělská půda a jednu třetinu lesy. Zornění orné půdy se vyčísluje na 75 %.

Jihlavsko je správně členěno do 123 obcí (z toho má pět obcí status města a pět obcí status městyse). Mezi města patří Jihlava, Telč, Třešť, Brtnice a Polná. Sčítání lidí, které proběhlo v roce 2011, ukázalo, že na Jihlavsku žije 112 222 obyvatel, tedy o 2 366 lidí více než při minulém sčítání lidí v roce 2001.

Okres Jihlava je od 1. ledna 2000 centrální částí nově zřízeného Kraje Vysočina. Dominuje zde strojírenský průmysl, významný podíl má potravinářský, dřevozpracující i textilní průmysl. Podíl zemědělství, stavebnictví a obchodu na zaměstnanosti je v celorepublikovém měřítku nadprůměrný. Oblast se vyznačuje podprůměrnou mírou nezaměstnanosti, avšak i zde v poslední době vzrostla.

K poslednímu dni roku 2011 na Jihlavsku podniká celkem 23 814 ekonomických subjektů. Z toho 78,34 % je fyzických osob a 21,66 % právnických osob. Nejvíce ekonomických činností tvoří obchod, ubytování a stravování s 26,06%, na druhém místě je průmyslové odvětví (13,60 %), dále stavebnictví (12,09 %) a zemědělství, lesnictví a rybolov (5,69 %).

Historické centrum Jihlavy je městskou památkovou rezervací, v níž se nachází kolem 200 chráněných objektů. Masarykovo náměstí je přiřazováno k největším historickým náměstím v České republice i ve střední Evropě. Dominantou města jsou jihlavské katakomby a městské hradby. Ve městě Polná se nachází jeden z největších barokních kostelů v České republice a děkanský chrám Nanebevzetí Panny Marie. Ve městě Brtnice stojí dva barokní mosty, na kterých jsou postaveny sochy světců. Město Třešť má téměř dvousetletou tradici v betlemářství. Město Telč bylo roku 1992 zařazeno na seznam světového kulturního dědictví UNESCO. Patří sem kvůli historickému náměstí s podloubím a kašnami, renesančnímu zámku, dvěma vyhlídkovým věžím a premonstrátskému klášteru.

Zdroj: http://www.czso.cz/xj/redakce.nsf/i/jihlava_charakteristika, 16. 3. 2012

Obrázek 4: Region Jihlavsko



Zdroj: www.trasovnik.cz, 15. 3. 2012

5.2.1 PŘÍRODNÍ POTENCIÁL

GEOMORFOLOGICKÁ CHARAKTERISTIKA

Jihlavsko se nachází v geomorfologické provincii Česká vysočina a v subprovincii Českomoravské. Celá oblast se dělí na čtyři území: Křemešnická vrchovina na západě regionu (spíše kopcovitá krajina s průměrnou nadmořskou výškou 550 – 760 m), Hornosázavská pahorkatina na severu (zvlněná krajina u Polné s výškou 450 – 650 m n. m.), Křižanovská vrchovina na východě a jihu (zvlněná a kopcovitá krajina s 550 – 750 m n. m.) a Javořická vrchovina (zalesněný hřbet kopců na jihu s převládající výškou 600 – 850 m n. m.). Všechny celky patří do oblasti Českomoravské vrchoviny.

*Zdroj: <http://gynome.nmmn.cz/gisvysociny/index.php?ln=cz&id=19&cat=a&typ=menu>,
15. 3. 2012*

KLIMATICKÁ CHARAKTERISTIKA

Region Jihlavska patří stejně jako region Třebíčska do mírně teplé podnební oblasti, mimo Hornosvratecké a Javořické vrchoviny, které patří do oblasti chladné. Průměrná roční teplota Jihlavských vrchů čítá 5 ° C. Roční úhrn srážek je v rozhraní 500 až 800 mm.

*Zdroj: <http://gynome.nmmn.cz/gisvysociny/index.php?ln=cz&id=3&cat=c&typ=menu>,
15. 3. 2012*

HYDROLOGICKÁ CHARAKTERISTIKA

Jihlavsko se nalézá na hranicích dvou evropských povodí Dunaj a Labe. Sever a východ oblasti se přiřazuje do povodí Sázavy, zejména díky řece Šlapance, jenž proudí do řeky Sázavy. Jih, východ a střed regionu patří do povodí řeky Jihlavy, a tedy do rozvodí Dunaje. Na Jihlavsku pramení Moravská Dyje, jež teče od severu k jihu do území Telčska a Dačicka. Na řece Řečici je postavená vodní nádrž Nová Říše a na Maršovském potoce vodní nádrž Hubenov.

*Zdroj: <http://gynome.nmmn.cz/gisvysociny/index.php?ln=cz&id=4&cat=c&typ=menu>,
15. 3. 2012*

BOTANICKÁ A ZOOLOGICKÁ CHARAKTERISTIKA

Region tvoří z 31 % zalesněné území a z 59 % zemědělská půda. Na území se nachází 30 maloplošných chráněných území, např. Velký Špičák u Třeště s balvany a s porostem smíšeného lesa a Zhejral v pohoří Jihlavských vrchů. Zde se dají nalézt vzácné druhy rostlin a živočichů. Vesnice Pavlov nabízí jeden z pramenů Moravské Dyje. Kousek od Jihlavy, u obce Cejle leží vrch a přírodní park Čeřínek se 761 m n. m.

Základem fauny v regionu jsou druhy držící se v lesním prostředí. Avšak díky pozdější lidské činnosti se začaly objevovat ekosystémy vodní, louky a pole, jež do oblasti přivedly jiné živočichy než typické pro ekosystém lesní, např. mloka skvrnitého či potápku roháče.

Zdroj: <http://gynome.nmmn.cz/gisvysociny/index.php?ln=cz&id=23&cat=a&typ=menu>,

15. 3. 2012

5.2.2 KULTURNÍ, HISTORICKÝ A SPOLEČENSKÝ POTENCIÁL

HRADY, ZÁMKY, ZŘÍCENINY

Zámek Polná byl postaven ve 12. století a sloužil jako opevněné sídlo na křižovatce obchodních cest. Zámek několikrát vyhořel, prošel řadou stavebních úprav a byl svědkem vzácných návštěv. Po roce 1735 se do zámku nastěhovali panští úředníci. V současnosti je možné v zámku nalézt městské muzeum a mohutný areál sloužící různým kulturním akcím.

Zámek Telč byl založen ve 2. polovině 14. století. Páni z Hradce ve městě Telč postavili gotický hrad mající obrannou funkci. Avšak Zachariáš z Hradce hrad v 16. století přestavěl a vybudoval nové renesanční paláce a kapli Všech svatých. V té pod mramorovým náhrobkem Zachariáš z Hradce spolu se svojí manželkou Kateřinou z Valdštejna odpočívá v pokoji. V areálu zámku se nalézají zámecká zahrada, park, muzeum a výstavní prostory.

Zámek v Brtnici nechal vystavět Zdeněk z Valdštejna v době husitských válek. Po Bílé hoře vlastnil zámek rod Collaltů, jenž ho měl v držení až do roku 1945.

Zřícenina hradu Rokštejn se nachází u obce Přímělkov, která leží v blízkosti města Brtnice. V současné době, zřícenina jednoho z nejstarších moravských hradů, stojí na vyvýšenině nad říčkou Brtnice. Již z dálky jde vidět okouzující silueta zříceniny hradu pocházejícího ze 14. století.

Pozdně gotický **hrad Roštejn** leží v krajině Javořických vrchů u obce Doupě. Byl postaven v první polovině 14. století pány z Hradce. V dnešní době hrad nabízí výstavu sbírek z fondu Muzea Vysočiny v Jihlavě.

KINA, DIVADLA

V Jihlavě se nachází **Horácké divadlo**, činoherní scéna kraje Vysočina. Divadelní tradice v Jihlavě začíná v druhé polovině 16. století, kdy jejími prvními nositeli byli studenti hrající na dřevěném jevišti na náměstí. Později byla postavena budova dnešního Horáckého divadla.

Divadlo na Kopečku sídlí též v Jihlavě od roku 1995. Divadlo navštěvují jak pacienti psychiatrické léčebny sídlící na Kopečku, tak i její zaměstnanci a veřejnost. Pořádají se zde festivaly, dětská představení, koncerty či představení amatérských divadelních souborů.

Nákupní centrum City park v Jihlavě, otevřené roku 2008, láká návštěvníky do **multikina Cinestar**. Toto kino má několik sálů a hraje se zde nejnovější filmy. Další kino v Jihlavě se jmenuje **kino Dukla**. Zde se divákům představují spíše dokumentární filmy či filmy méně známé. Kina se též nacházejí ve městě Telč, Třešť, Brtnice a v městyse Luka nad Jihlavou.

MUZEÁ

Muzeum Vysočiny Jihlava stojí na Masarykově náměstí od roku 1953. Muzeum nabízí expozice Dolování stříbra a mincování Jihlavy v podzemních prostorách středověkého sklepení nebo Historie Jihlavy od renesance až po průmyslovou revoluci.

Muzeum Luka nad Jihlavou nabízí od roku 2004 přehlídku starších věcí v domácnostech, které jsou v dnešní době naprosto nepotřebné a zapomenuté.

Tvrz v Kamenici u Jihlavy láká svojí historií a fasádou s psaníčkovým sgrafitem. V současnosti je tvrz používána jako muzeum.

Zdroj: http://www.dedictvivysociny.cz/kultura/galerie_a_muzea-52/muzea-18/, 17. 3. 2012

TECHNICKÉ PAMÁTKY

Jihlavské podzemí láká tajemnými chodbami a především prací a zručností středověkých havířů. Celé jihlavské podzemí měří 25 km na ploše 50 000 m². Roku 1978 byla v chodbách pod městem objevena jedna z největších záhad podzemí a to tzv. svítící chodba.

Ve městě Polná byla postavena secesní budova, ve které se nalézaly **městské lázně a elektrárna**. Bohužel pospolu vydržely pouhých 30 let (do roku 1941). I přesto se Polná zařadila mezi první rakousko-uherská města, která měla svoji vlastní elektrárnu.

Ve 13. století se Jihlava díky objevu stříbrné rudy stala jedním z nejvýznamnějších královských horních měst na území českých zemí. Hornictví se ve městě udrželo až do roku 1781. Pozůstatky dolování se nacházejí na místě jménem **Kutiště**.

Sluneční hodiny, nazývané Ručička, se nalézají na náměstí T. G. Masaryka ve městě Třešť od roku 2003. Zabírají 663 m² plochy a měří 8,21 m.

Zdroj: <http://www.dedictvivysociny.cz/kultura/pamatky-50/technicke-2/>, 17. 3. 2012

CÍRKEVNÍ PAMÁTKY

Jezuitský klášter v Jihlavě s kostelem sv. Ignáce založil v 17. století polní maršál Michal Adolf hrabě Althan. Roku 1774 klášter přešel do majetku armády, jež zde sídlila do roku 1990.

Minoritský klášter s kostelem Nanebevzetí Panny Marie v Jihlavě byl založený ve 40. letech 13. století a stojí nedaleko městských hradeb. Klášter roku 1402 zachránil město před přepadením loupeživými rytíři. Tato událost podnítila vznik fresky „Přepadení Jihlavy“.

Pozdně barokní monumentální **kostel sv. Markéty** v obci Zhoř ukrývá do dnešních dob funkční zvon, jenž pochází z roku 1400. Tento zvon patří k nejstarším zvonům na Vysočině.

Premonstrátský klášter v obci Nová Říše byl založen ve 13. století. U kláštera se nachází opatský kostel sv. Petra a Pavla, pamětní síň bratří Pavla a Antonína Vranických a klášterní knihovna. V knihovně se nacházejí čtyři svazky herbáře z 18. století, které se staly předlohou pro tzv. novoříšskou keramiku.

Zdroj: <http://www.dedictvivysociny.cz/kultura/pamatky-50/cirkevni-3/>, 17. 3. 2012

OSOBNOSTI JIHLAVSKA

Pamětní deska zasazená do skály na Havlíčkově vrchu v obci Batelov připomíná pobyty **Karla Havlíčka Borovského**. Do obce jezdil K. H. Borovský na návštěvy za svojí tetou Františkou.

Světznámý skladatel a dirigent **Gustav Mahler** strávil své dětství v Jihlavě. V domě, ve kterém bydlel, je v dnešní době umístěna expozice připomínající jeho dílo.

Architekt **Josef Hoffmann** je rodákem z města Brtnice. Narodil se v barokním domě na náměstí. V současnosti dům spravuje Moravská galerie Brno, která zde vystavila sbírku o životě a díle architekta.

Zdroj: http://www.dedictvivysociny.cz/kultura/osobnosti-51/stopy_slavnych_osobnosti-15/, 17. 3. 2012

KULTURNÍ A SPORTOVNÍ AKCE

Mezinárodní festival dokumentárních filmů Jihlava je slavnost spojená s autorskými dokumentárními filmy a řadí se mezi největší události svého druhu ve střední a východní Evropě. Pořádá se každoročně na podzim.

Prázdniny v Telči nejsou typickým festivalem. Na přelomu července a srpna se zde konají koncerty na zámku, kocouří scény na náměstí, nocturna, výstavy, tvůrčí dílny, výlety a happeningy.

Telčský jarmark na náměstí je ukázkou lidových řemesel. Probíhá vždy v půlce července, kdy se návštěvníci mohou těšit na celodenní kulturní program.

Mezi sportovní akce na Jihlavsku se řadí fotbalové a hokejové utkání (především fotbalového mužstva FC Vysočina Jihlava a hokejového družstva HC Dukla Jihlava). Dále se zde konají např. akce Zahájení cyklistické sezóny či Juniorský maraton.

5.2.3 SLUŽBY V REGIONU

UBYTOVACÍ SLUŽBY

Hotel Gustav Mahler^{***} se nalézá v Jihlavě pár metrů od Masarykova náměstí. Hotel je postaven v historických budovách bývalého dominikánského kláštera. Návštěvníci hotelu mohou využít wellnes služby, vypůjčit si kola nebo relaxovat v atriu, zahradě či parku, který se táhne kolem hotelu.

Internetové stránky hotelu Gustav Mahler^{***}: www.hotelgmahler.cz/hotel-gustav-mahler.

Mlýnhotel^{***} v obci Vílanec u Jihlavy byl vybudován ze starobylé mlýnice vodního mlýna. Roku 2003 došlo v selském dvoře vzdáleném od mlýna asi 170 m k rozšíření kapacity o Mlýnhotel 2. Díky tomu vznikl hotelový komplex Mlýnhotel s více než 60 pokoji a sportovním zázemím.

Internetové stránky hotelu Mlýnhotel^{***}: www.mlynhotel.cz.

Penzion Chornitzerův dům se nachází ve městě Telč na historickém náměstí Zachariáše z Hradce. V penzionu se nachází čtyři apartmány s celkovou kapacitou 10-ti lůžek a s možností čtyř přistýlek. Penzion dále nabízí okrasnou zahradu s posezením na terase a vinotéka s výbornými moravskými víny.

Internetové stránky penzionu Chornitzerův dům: www.chornitzeruvdum.cz.

Penzion Anděl se nachází v obci Dolní Smrčné ležící pár kilometrů od města Brtnice. Penzion je lemován řekou a obklopen pásem lesů. Jeho kapacita činí 30 lůžek, které jsou rozděleny do 7 čtyřlůžkových a 4 dvoulůžkových pokojů.

Internetové stránky penzionu Anděl: www.penzionandel.unas.cz/cs.

Autocamp Jihlava Pávov poskytuje ubytování pro cykloturisty a návštěvníky se stanem či karavanem. Autocamp leží blízko u dálnice D1 v přírodě obklopené lesy a rybníky.

Autocamp Jihlava Pávov svoje vlastní webové stránky nemá. Informace se možné nalézt na internetových stránkách turistického informačního centra v Jihlavě: www.tic.jihlava.cz/vismo/o_utvar.asp?id_org=100399&id_u=7384&p1=1027.

STRAVOVACÍ SLUŽBY

Restaurace Svět sídlí v centru města Třešť na náměstí T. G. Masaryka. Kapacita restaurace je 130 osob, venkovní posezení má 50 míst. Pořádají se zde svatební hostiny, rodinné akce, firemní večírky, srazy a rauty.

Internetové stránky restaurace Svět: www.restaurace-svet.cz.

Restaurace Tři knížata v Jihlavě nabízí moderní pojetí interiéru a gastronomie. Návštěvníci mají možnost sledovat práci kuchařského týmu prostřednictvím otevřené kuchyně. Majitel a zároveň šéfkuchař restaurace je dlouholetým členem Národního týmu kuchařů a cukrářů AKC ČR.

Internetové stránky restaurace Tři knížata: www.tri-knizata.cz.

V obci Velký Beranov se nachází **restaurace U Berana**, spojená s budovou kulturního domu. Restaurace nabízí minutková jídla, hotová jídla a rozvoz jídel do okolí Jihlavy.

Internetové stránky restaurace U Berana: www.uberana.cz.

Klidná **kavárna Haas** v Telči na náměstí zajišťuje spokojenost návštěvníků prostřednictvím nápaditého výběru nápojů a zákusků. K dispozici jsou šipky, kulečník či stolní fotbálek.

Internetové stránky kavárny Haas: www.kavarna.itelc.net.

DOPRAVNÍ SLUŽBY

Nejvýznamnější silniční komunikací regionu Jihlavsko je dálnice D1, která spojuje Prahu a Brno. Na dálnici je velice výhodně město Jihlava napojeno. Oblastí dále procházejí dva silniční tahy I. třídy. Železniční doprava zaujímá též důležitou pozici, především spojením Jihlava - Brno, Jihlava - Havlíčkův Brod, Jihlava - České Budějovice a Jihlava - Telč. Na území se nachází pouze jedno letiště Jihlava - Henčov, jenž slouží

ke sportovním účelům. Zdroj: http://www.czso.cz/xj/redakce.nsf/i/jihlava_charakteristika, 16. 3. 2012

5.2.4 MĚSTA REGIONU JIHLAVSKO

JIHLAVA

Nejstarší horní město českých zemí jménem Jihlava je krajské město kraje Vysočina, které leží v nadmořské výšce 460 – 700 m n. m. V dřívějších dobách moravská Jihlava (německy Iglau) je statutární město stojící na hranicích historických zemí Čechy a Morava. Město k 31. 12. 2011 má 50 680 počet obyvatel.

Ve 13. století bylo město nalezištěm stříbrných rud. Díky stříbrné horečce se v Jihlavě usadili horníci, řemeslníci a obchodníci z celé Evropy. Přemysl Otakar II. v roce 1270 dal vystavět velké náměstí, později nazývané Masarykovo náměstí. Město bylo chráněno mohutným opevněním, na náměstí stály kamenné domy s podloubím a razily se zde mince. Ve 14. století těžba stříbra poklesla kvůli vytěžení nejvýznamnější žíly stříbra a doly byly zničeny zemětřesením a záplavami. Avšak díky soukenictví se role města zvláště nepokřivila. Roku 1951 byla Jihlava vyhlášena městskou památkovou rezervací. Ve městě se nachází kombinace gotické, renesanční a barokní architektury a 70 památek.

V Jihlavě se nalézají dvě turistická informační centra nabízející informace ohledně města, okresu Jihlava a Kraje Vysočina.

Město láká návštěvníky tajuplným jihlavským podzemím, opevněním centra města, Bránou Matky Boží, hraničními kameny, které rozdělují Moravu a Čechy, vyhlídkovou věž z kostela sv. Jakuba a osmi kostely.

V Jihlavě je velké sportovní a kulturní vyžití. Pro koupání a hrátky ve vodě se zde nachází Vodní ráj, golfoví nadšenci rádi okusí centrum Relax Golf Jihlava. Dále je možné vyzkoušet různé kluby, např. jezdeckví, létání či paintballu. Návštěvník města zde najde dvě kina, tři divadla nebo městskou knihovnu.

Zdroj: <http://www.jihlava.cz/>, 17. 3. 2012; <http://tic.jihlava.cz/>, 17. 3. 2012

POLNÁ

V srdci Vysočiny, v lesnaté oblasti, leží severně od města Jihlavy město Polná, které vzniklo v první polovině 12. století na křižovatce obchodních cest. Největší rozmach města byl v 16. století, kdy městu vládlo soukenictví a tkalcovství. Ke konci roku 2011 má město 5 143 obyvatel.

První písemná zmínka o Polné je majetková listina Jana I. z Polmny z roku 1242 potvrzena českým králem Václavem I. Město vystřídalo mnoho majitelů, kteří se o Polnou starali. Mezi dotyčnými byli např. Vikard z Polné, Hynek Ptáček z Pirkštejna, Valdštejnové, páni z Hradce nebo František Ditrichštejn. Roku 1794 vyhořel hrad přestavený na zámek a nebyl nikdy obnoven. V Polné dva roky přebývala též Božena Němcová a žila zde významná židovská komunita.

Turistické informační centrum v Polné poskytuje informace o městě a jeho blízkém okolí.

Mezi památky města Polná se řadí děkanský chrám Nanebevzetí Panny Marie, zámek Polná, židovský hřbitov, budova měšťanského pivovaru a stará polenská škola.

Nejtypičtější kulturní akcí města je Mrkvancová pouť, jejíž počátek se datuje ke vzniku samotného města Polná. Jedná se o jednu z největších poutí na Vysočině. Ve městě se koná celoročně velká řada koncertů a slavností a je zde možné najít rekreační a sportovní areál U Pekla a areál volného času U Studánky.

Zdroj: <http://www.mesto-polna.cz/>, 17. 3. 2012

BRTNICE

Město Brtnice, s nadmořskou výškou 543 m n. m., se nachází jihovýchodně od města Jihlavy v údolí říčky Brtnice. K poslednímu dni roku 2011 měla Brtnice 3 724 obyvatel.

Město je poprvé v písemných pramenech zmiňováno roku 1234. V té době král Václav I. daroval Brtnici cisterciáckému klášteru v Předklášteří u Tišnova, ale za šest let ho dostal nazpět. Na náměstí stojí řada renesančních a barokních domů a radnice postavená na konci 16. století.

Informační centrum v Brtnici nabízí informace o městě a zajímavostech kolem města.

V Brtnici se nalézají renesanční zámek, který je přestaven z hradu. Návštěvníci města mohou obdivovat Pavlánský klášter s kostelem, barokní kostel sv. Jakuba Většího, renesanční domy na náměstí a dva barokní mosty se sochami světců.

Město koná každý druhý rok na zámku mezinárodní setkání uměleckých kovářů Brtnické kovářiny a tradiční Morový průvod, který je pořádán na památku morové nemoci z roku 1715. Sportovní nadšenci mohou vyzkoušet lyžařský vlek vzdálený pár metrů od Brtnice.

Zdroj: <http://www.brtnice.cz/>, 17. 3. 2012

TŘEŠŤ

Město Třešť leží asi 19 km jižně od krajského města Jihlava a má 5 835 obyvatel. Jeho založení souvisí s těžbou stříbra na Jihlavsku. Velká tradice města je betlemářství. Každoročně se o Vánocích staví betlémy v mnoha rodinách a pro veřejnost je přístupná expozice betlémů v historickém domě na náměstí. Z města je krásná procházka na Velký Špičák a k pramenům Moravské Dyje.

První písemná zmínka o městě je z roku 1333. V 18. století se Třešť proslavila výrobou betlémů a v 19. století se začalo vyrábět třešťské sukno, sirky, skříňky na hodiny a vyřezávaný nábytek.

Turistické informační centrum sídlí v Schumpeterově domě v Třešti. V této budově se dále nachází Muzeum Vysočiny.

Nejstarší stavební památkou ve městě je pozdně gotický farní kostel sv. Martina ležící pár metrů od renesančního zámku. Zámek je v současnosti přestavěn na hotel. Židovská synagoga a židovský hřbitov představují židovské obyvatelstvo žijící v Třešti před několika set roky.

Město poskytuje prostory pro provádění různých sportů, např. fotbal, tenis, judo, fitness, bowling a zimní sporty.

Zdroj: <http://www.trest.cz/>, 17. 3. 2012

TELČ

Město Telč s 5 602 obyvateli se nalézá asi 30 km jižně od Jihlavy. Jeho historické centrum s renesančním zámekem bylo roku 1992 zapsáno na seznam Světového kulturního dědictví UNESCO.

Založení Telče v roce 1099 je spojováno s vítězstvím moravského knížete Otty II. nad českým knížetem Břetislavem. Roku 1354 Menhart z Hradce postavil hrad, vodní opevnění a gotické domy na tržišti. V 16. století byl majitelem telčského panství Zachariáš z Hradce, který přestavěl gotický hrad na renesanční zámek. Roku 1898 byla postavena železnice z Kostelce přes Telč a Slavonice, která dále vedla až do Rakouska a tím skončila komunikační izolace města.

Informační centrum se nachází v Telči na náměstí Zachariáše z Hradce a poskytuje veškeré informace o městě a mikroregionu Telčsko.

Nejvýznamnější památkou města je bezpochyby Státní zámek Telč, kde jsou pozoruhodné renesanční sály s dřevěnými kazetovými stropy a zámecká zahrada s anglickým parkem a klasicistním skleníkem. Domy se štíty a podloubími na náměstí patří též ke skvostům města. V Telči je dále možné najít asi šest kostelů, Mariánský sloup a kašny na náměstí.

Město Telč, mimo jiné, nabízí řadu sportovních aktivit, např. létání v horkovzdušném balónu, projížďky na loďkách, sportovní rybaření na rybníku Plodový, motokros, hasičský den, bowling nebo fotbal.

Zdroj: <http://www.telc-etc.cz/telc/>, 17. 3. 2012; <http://www.telc.eu/>, 17. 3. 2012

6 TERÉNNÍ ŠETŘENÍ

Terénní průzkum se uskutečňoval pomocí dotazníkového šetření a formou řízených rozhovorů. Dotazníky byly rozdávány rodičům žáků druhého stupně základních škol a studentů středních škol. Rozhovory byly realizovány s učiteli na druhém stupni základních škol, s učiteli středních škol, řediteli a s podnikatelskými subjekty.

6.1 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

Dotazníkové šetření bylo vytvořeno pomocí dotazníku. Dotazník je jeden z nástrojů, prostřednictvím něhož se sbírají data pro široké spektrum různých průzkumů. Je složen z několika otázek, díky nimž se získávají názory od respondentů.

Dotazník obsahoval 17 otázek. Byly v něm použity, jak otázky s uzavřeným koncem s možností výběru, tak otázky s otevřeným koncem a polouzavřené otázky. Otázky č. 1, 2 a 4 byly filtrační a zjišťovaly, zda je respondent rodičem dítěte, na kterého se dotazník vztahuje, a pokud děti na školní výlety jezdí nebo nikoliv. V otázce č. 3 byla zakotvena líbivost předešlých výletů. Otázky č. 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11 a 12 nacházely preference respondentů. Posledních 5 otázek vyznačovalo profil respondenta.

Dotazníkové šetření bylo provedeno v oblasti regionu Třebíčska a Jihlavska s rodiči žáků druhého stupně základních škol a studentů středních škol. Nejprve byl zhotoven pilotní předvýzkum. V obci Radošov bylo rozdáno 20 dotazníků po rodinách odpovídajících tomuto šetření, tedy rodina měla mít alespoň jedno dítě na základní či střední škole. Tím se zjistilo, zda jsou otázky v dotazníku správně a přesně formulovány a zda je z něho možné vytvořit vhodný produkt pro žáky škol.

Šetření se realizovalo na třídních schůzkách základních i středních škol a v domácnostech po regionech Třebíčska a Jihlavska. Rozdáno bylo 190 dotazníků, ale vráceno pouze 161 dotazníků. Avšak 5 z nich se k vyhodnocení použít nedalo, neboť v nich bylo několik chyb. Nakonec zbylo 156 dotazníků, které byly určeny pro další zpracování.

Cílem dotazníkového šetření bylo vyhledání preferencí žáků a studentů škol prostřednictvím jejich rodičů. Po ukončení dotazníkové šetření byly dále doplněny informace skrze osobní rozhovory s učiteli a řediteli vybraných základních a středních škol.

Po vyhodnocení dotazníků a zodpovězení otázek vytvořených pro učitele a ředitele škol, přišlo na řadu plánování produktu pro žáky škol.

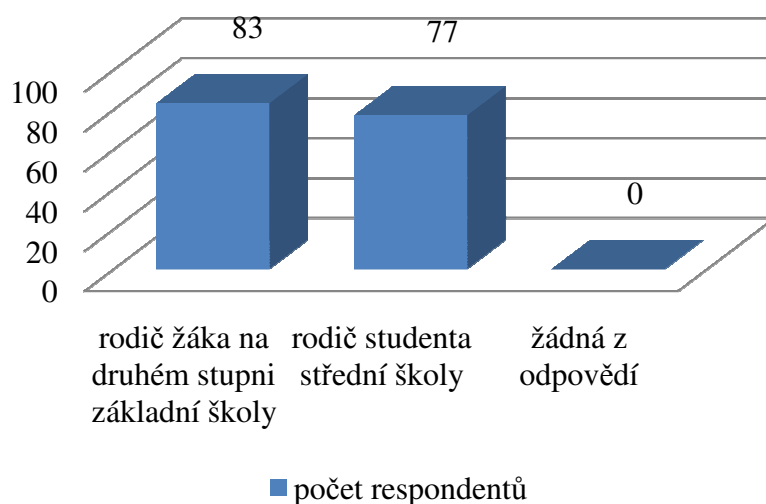
6.2 ZPRACOVÁNÍ VÝSLEDKŮ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ

Po terénním šetření přichází na řadu zpracování všech výsledků. Ze 156 vrácených dotazníků byla vytvořena studie zapsaná do MS Excel.

Otázka 1: Rozdělení respondentů

První otázka v dotazníku, který byl vypracován pouze pro rodiče, rozdělovala respondenty podle toho, zda jsou rodičem žáka základní školy, rodičem žáka střední školy či ani jedna z těchto dvou odpovědí neodpovídala respondentům (nebyli rodičem žáka ani studenta). Respondenti si vybírali z více odpovědí.

Otázka 1: Graf 1: Jste?



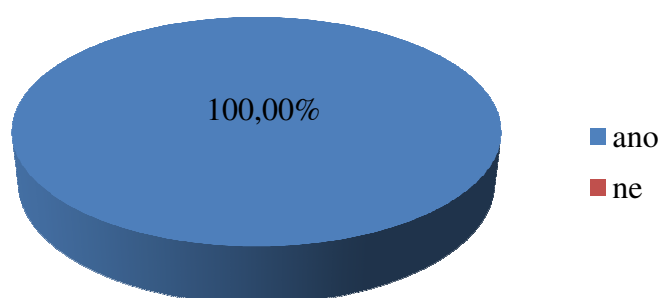
Zdroj: Vlastní šetření

Z výsledků vyplývá, že ze 156 respondentů bylo 83 rodičem žáka základní školy a 77 respondentů rodičem studenta střední školy.

Otázka 2: Účast dětí na školních výletech

Druhá otázka zmiňovala, zda děti respondentů na školní výlety jezdí či nikoliv. Pokud respondent odpověděl, že jeho dítě na výlety nejedí, pokračoval až otázkou identifikační.

Otázka 2: Graf 2: Jezdí Vaše děti na školní výlety?



Zdroj: Vlastní šetření

Jak je možno vidět z grafu, všichni respondenti (100 % respondentů) vybrali odpověď „ano“, tedy jejich děti na školní výlety jezdí. Nikdo neodpověděl „ne“, a proto mohli všichni pokračovat otázkou č. 3.

Otázka 3: Spokojenost dětí s výlety

Další otázka se vztahovala ke spokojenosti dětí na předešlých školních výletech. Ti, kteří dotazník vyplňovali, si vybírali z čísel od 1 do 5. Takto tabulka vypadala:

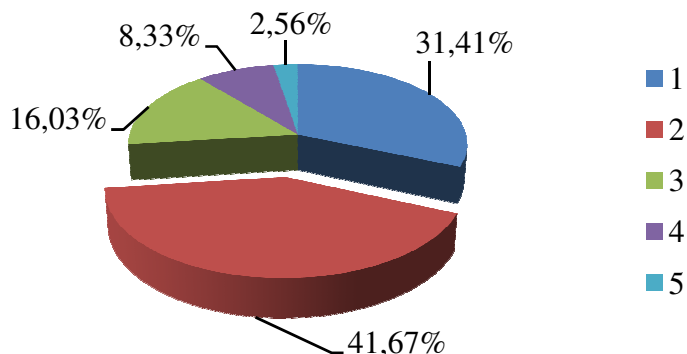
1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Zdroj: Vlastní zpracování

Číslo 1 značilo spokojenost s výlety, číslo 2 menší spokojenost, číslo 3 kroužkovali ti, kteří měli neutrální názor – na jednu stranu děti spokojené nebyli, ale na druhou nebyli ani nespokojené, číslo 4 značilo spíše nespokojenost a číslo 5 bylo vybráno pro opravdovou nespokojenost se školními výlety.

Otázka 3: Graf 3: Jsou s výlety spokojeni?

(1 - spokojeni, 5 - nespokojeni)



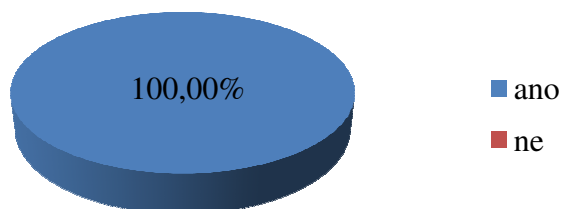
Zdroj: Vlastní šetření

Výsledky značí, že 41,67 % dětí je s výlety spíše spokojeno, 31,41 % dětí je se školními výlety naprosto spokojeno a 16,03 % dětí je spokojeno napůl, 10,89 % s výlety spokojeno není. Nejvíce hlasů měla odpověď „2 – spíše spokojeni“, a proto je nutné vytvořit produkt, se kterým by většina byla opravdu spokojena.

Otázka 4: Budoucí zájem o školní výlety

V dotazníku bylo nutností položit otázku, zda vůbec rodiče chtějí, aby děti dále na školní výlety jezdili. Pokud respondenti odpověděli variantou „ne“, v dotazníku přešli na konec k otázce „V jakém městě (obci) sídlí škola navštěvovaná Vašimi dětmi?“ a dále k otázkám identifikačním. Pokud však odpovědi „ano“, pokračovali v dotazníku.

Otázka 4: Graf 4: Chcete, aby Vaše děti v dalších letech na školní výlet jezdili?



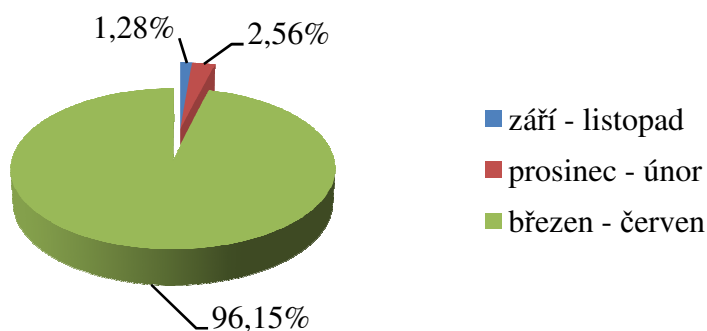
Zdroj: Vlastní šetření

Zájem o školní výlety bude i nadále. Všechny 156 respondentů, tedy 100 % rodičů odpovědělo, že chtějí, aby jejich děti na výlety jezdily i v dalších letech.

Otázka 5: Výběr vhodného období pro školní výlet

Otázka č. 5 se dotazovala na období v roce, které by bylo pro děti na výlet nejvhodnější. Na výběr bylo ze tří možných odpovědí. První odpověď se vztahovala na období od září do listopadu, druhá odpověď byla stanovena pro interval od prosince do února a třetí odpověď nabízela variantu od března do června.

Otázka 5: Graf 5: Jaké období by bylo pro výlet nejvhodnější?



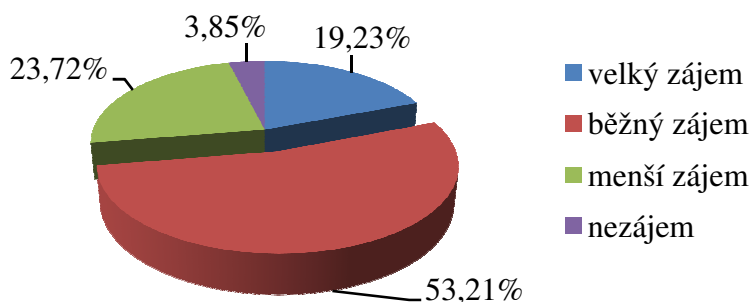
Zdroj: Vlastní šetření

Zde je na první pohled zřejmé, že odpověď „březen – červen“ mající 150 hlasů (96,15 %), byla nejvíce vybíraná možnost. Varianta „prosinec – únor“ měla pouze 2,56 % a odpověď „září – listopad“ jenom 1,28 %.

Otázka 6: Jaké zaměření výletu byste upřednostňovali pro Vaše děti?

K této otázce byla k dispozici tabulka, která rozdělovala zájmy podle disciplín, mezi něž patřila kultura, sportovní aktivity, poznání historie a vzdělávání. Respondent u každého oddílu zatrhl zájem, který upřednostňoval. Dotazovaný si vybíral z varianty velký zájem, běžný zájem, menší zájem a nezájem.

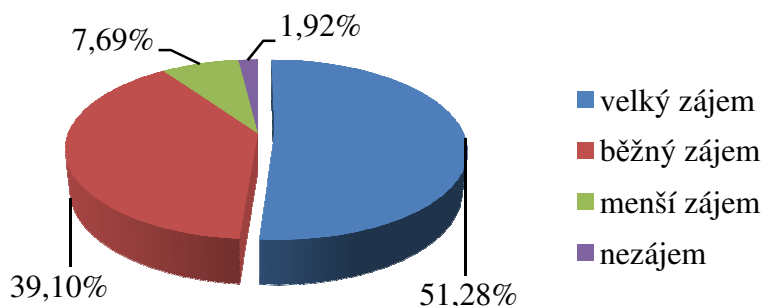
Otázka 6: Graf 6: Kultura



Zdroj: Vlastní šetření

Do kultury se zahrnují divadla, kina, různé kluby, koncerty či festivaly. „Velký a běžný zájem“ o kulturu činí 72,44 %. Naproti tomu „menší zájem a nezájem“ je pod hranicí 30 %, přesně 27,57 %. Graf znázorňuje situaci, která odpovídá většímu zájmu o kulturu.

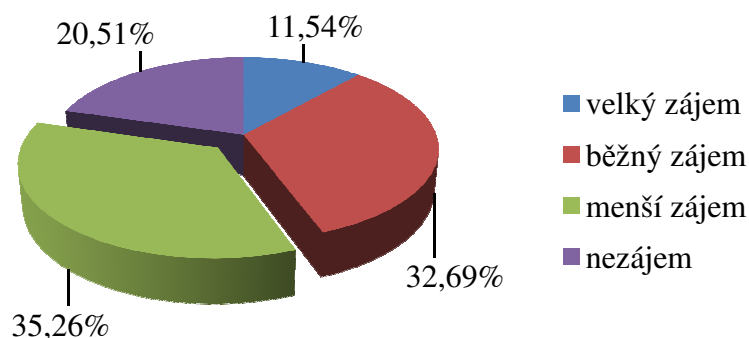
Otázka 6: Graf 7: Sportovní aktivity



Zdroj: Vlastní šetření

Do sportovních aktivit se řadí činnosti provozované v aquaparcích, lyžování, cykloturistika, pěší turistika, míčové hry i různá lanová centra. Celých 90,38 % všech respondentů zvolilo variantu „velký a běžný zájem“. „Menší zájem a nezájem“ vybralo 9,61 % dotazovaných. Z výsledků se usuzuje, že pro vykonávání sportovních aktivit je zájem velký.

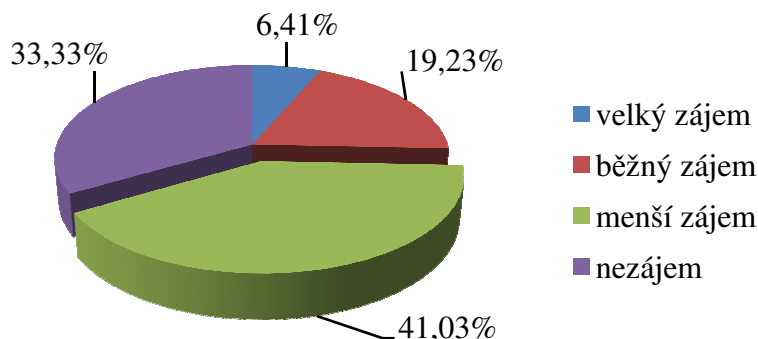
Otázka 6: Graf 8: Poznávání historie



Zdroj: Vlastní šetření

V poznávání historie je zakotven zájem o návštěvu zámků, hradů, kostelů, chrámů a městských památek. „Velký a běžný zájem“ o historii a památky si v tomto dotazníkového šetření vybralo 44,23 % rodičů. Respondenti odpovídající na tuto otázku častěji zvolili možnost „menší zájem nebo nezájem“, společně mající 55,77 %. O poznávání historie je vyšší nezájem než zájem.

Otázka 6: Graf 9: Vzdělávání



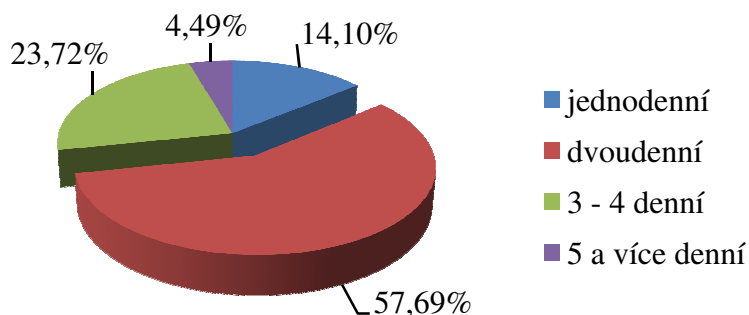
Zdroj: Vlastní šetření

Vzdělávání s sebou přináší návštěvu knihoven, škol nebo různých kurzů. Pouhých 25,64 % respondentů zvolilo odpověď „velký či běžný zájem“. „Menší zájem a nezájem“ označilo 74,36 % respondentů. Z grafu vyplývá, že o vzdělávání příliš zájem není.

Otázka 7: Délka školního výletu

Otázka č. 7 vyznačovala délku školního výletu. Respondenti mohli odpovědět na jednu z pěti možností, které prezentovaly jednodenní výlet, dvoudenní, tří až čtyřdenní a pěti a více denní výlet.

Otázka 7: Graf 10: Jak by měl být dlouhý školní výlet?



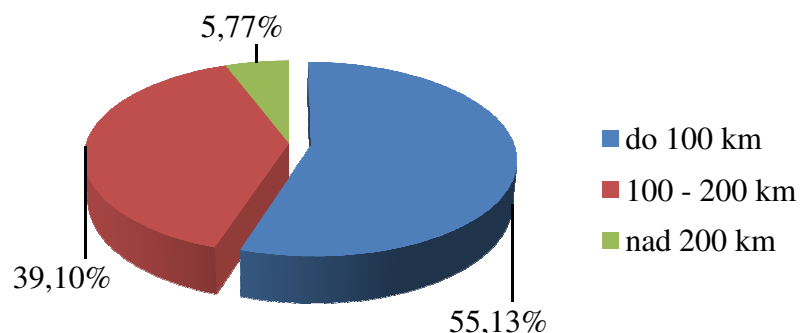
Zdroj: Vlastní šetření

Největší zastoupení respondentů měl v této otázce výlet „dvoudenní s přespáním na jednu noc“ (57,69 %). Druhý v řadě skončil školní výlet „3 – 4 denní“ s 23,72 %, následoval výlet „jednodenní“, který byl vybrán 14,10 % respondentů a na posledním místě zůstal výlet „5 a více denní“ se 4,49 %.

Otázka 8: Do jaké vzdálenosti se bude školní výlet organizovat?

Další otázka se vztahovala ke vzdálenosti výletu od hranic regionu. Školní výlet je možné organizovat v blízkosti sídla školy i ve vzdálenějších místech. Tato otázka obsahovala tři možné odpovědi, a to organizace výletu do 100 km, od 100 km do 200 km a výlet pořádaný nad 200 km.

Otázka 8: Graf 11: Do jaké vzdálenosti od sídla školy by měl být výlet organizován?



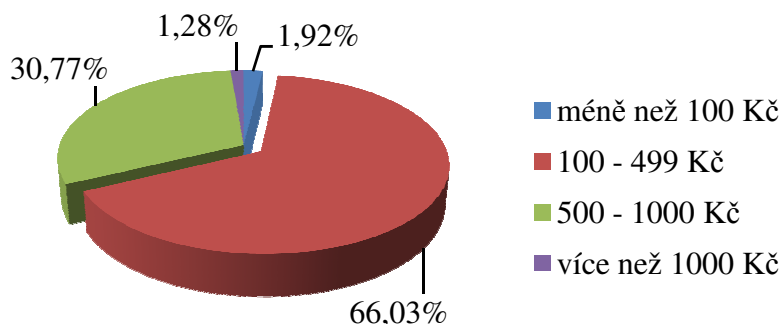
Zdroj: Vlastní šetření

Z výsledků vyplývá, že respondenti nejčastěji volili odpověď „do 100 km“. Tuto možnost si vybrala více než polovina účastníků ankety, přesně 55,13 % rodičů. Odpověď „od 100 do 200 km“ zvolilo 39,10 % rodičů a „nad 200 km“ pouze 5,77 % dotazovaných.

Otázka 9: Výdaje na jeden den školního výletu

Otázka náležela do okruhu finančního. Účelem bylo zjistit částku, kterou jsou rodiče ochotni zaplatit za jeden den školního výletu, včetně stravování, dopravy a případného ubytování.

Otázka 9: Graf 12: Kolik byste byli ochotni zaplatit za JEDEN DEN školního výletu?



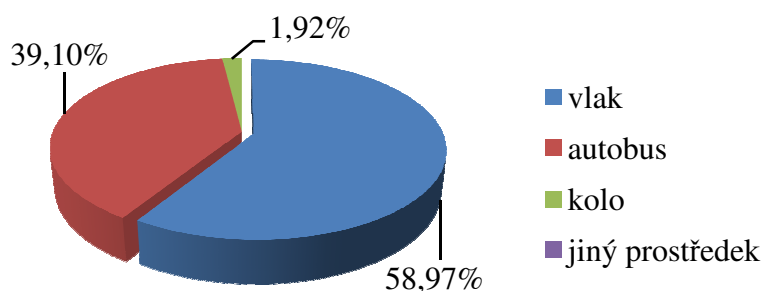
Zdroj: Vlastní šetření

V této otázce byly na výběr čtyři odpovědi. Největší část dotazovaných přihlédla k variantě „od 100 Kč do 499 Kč“. Tuto odpověď zvolilo 66,03 % respondentů. Druhou nejlépe klasifikovanou eventualitou byla částka „od 500 Kč do 1 000 Kč“ s 30,77 %. Východisko s „méně než 100 Kč“ dosáhlo 1,92 % a možnost „více než 1 000 Kč“ bylo vybráno 1,28 % rodičů.

Otázka 10: Doprava do cílového místa

Vymezení dopravy je dalším důležitým faktorem pro přípravu a realizaci nového produktu CR. Zde účastníci průzkumu mohli vycházet ze čtyř odpovědí, kde poslední znamenala „dopravní prostředek jiný“. Pokud tuto odpověď zvolili, museli dopsat, o jaký dopravní prostředek se jedná. Dále měli na výběr z vlaku, autobusu či kola.

Otázka 10: Graf 13: Jaký způsob dopravy byste do cílového místa volili?



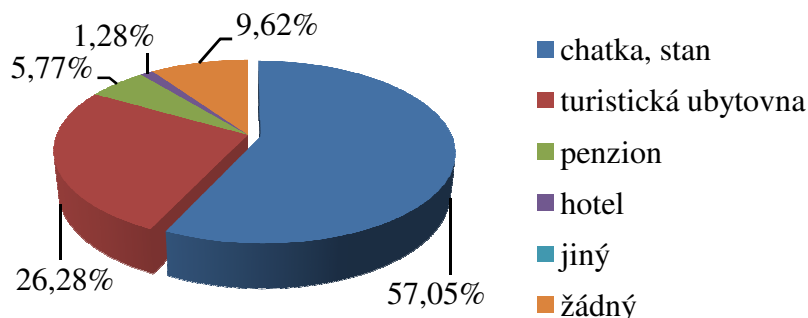
Zdroj: Vlastní šetření

Graf vyobrazuje největší zájem o dopravní prostředek „vlak“. Tuto příležitost zakroužkovalo 58,97 % dotazovaných. Odpověď „autobus“ bralo v úvahu 39,10 % respondentů a „kolo“ jenom 1,92 % rodičů. Možnost „jiný prostředek“ nevybral za vhodnou žádný z účastníků průzkumu.

Otázka 11: Zvolené ubytování

Tato otázka měla na starost ubytování žáků na školním výletě. Respondenti měli možnost vybrání si ze šesti odpovědí. Volili chatku, stan nebo turistickou ubytovnu, penzion a hotel či jiné ubytování, kde měli dopsat, jaké ubytování mají na mysli. Žádné ubytování brali ti, kteří si vybrali jednodenní školní výlet bez přespání.

Otázka 11: Graf 14: Jaký druh ubytování by měl být zvolen?



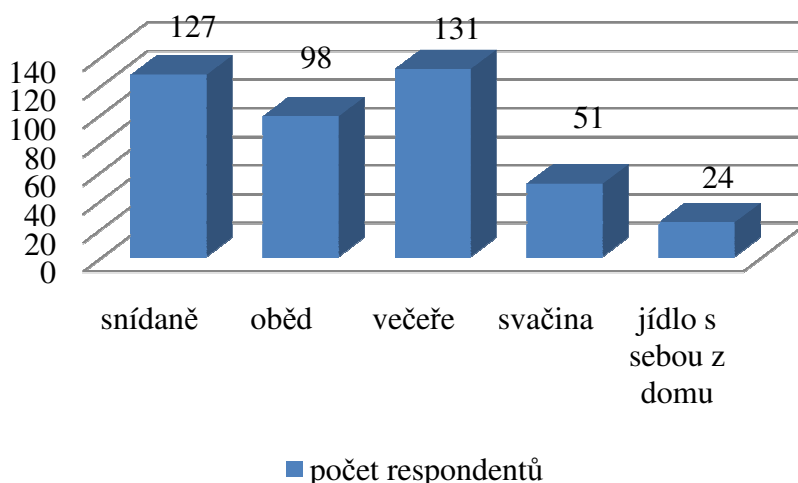
Zdroj: Vlastní šetření

Průzkum zjistil, že 57,05 % dotazovaných si žádá ubytování v „chatce nebo stanu“. Na druhém místě s 26,28 % skončilo ubytování „v turistické ubytovně“, 9,62 % účastníků průzkumu žádné ubytování nechtějí (vybrali si pouze jednodenní školní výlet), 5,77 % respondentů zvolilo „penzion“ a „hotel“ chtělo 1,28 % respondentů. „Jiné ubytování“ nezakroužkoval nikdo.

Otázka 12: Celodenní stravování

Otázka týkající se celodenního stravování, obsahovala eventuální vybrání více odpovědí z pěti možných. Jednalo se zde především o snídani, oběd, večeře, svačiny, popř. jídlo s sebou z domu.

Otázka 12: Graf 15: Jak by mělo vypadat celodenní stravování?



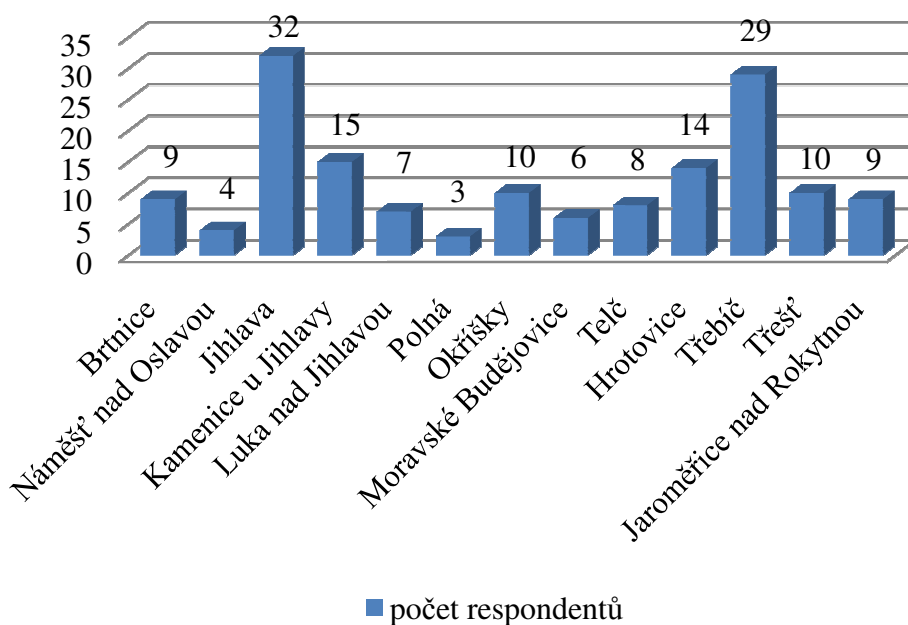
Zdroj: Vlastní šetření

Ze všech 156 respondentů zvolilo možnost „večeře“ 131 dotazovaných, „snídani“ vybralo 127 účastníků výzkumu, 98 tázaných odpovědělo „oběd“, 51 rodičů zakroužkovalo odpověď „svačina“ a jídlo s sebou z domu zvolilo 24 respondentů.

Otázka 13: V jakém městě (městech) nebo obci (obcích) se nachází škola, kterou navštěvují děti respondentů

Tato otázka naznačuje v jakém městě či obci sídlí školy, které navštěvují děti respondentů. Otázka byla otevřená, a proto byly odpovědi zcela různé.

Otázka 13: Graf 16: V jakém městě (městech) nebo obci (obcích) se nachází škola, kterou navštěvuje Vaše dítě (Vaše děti)?



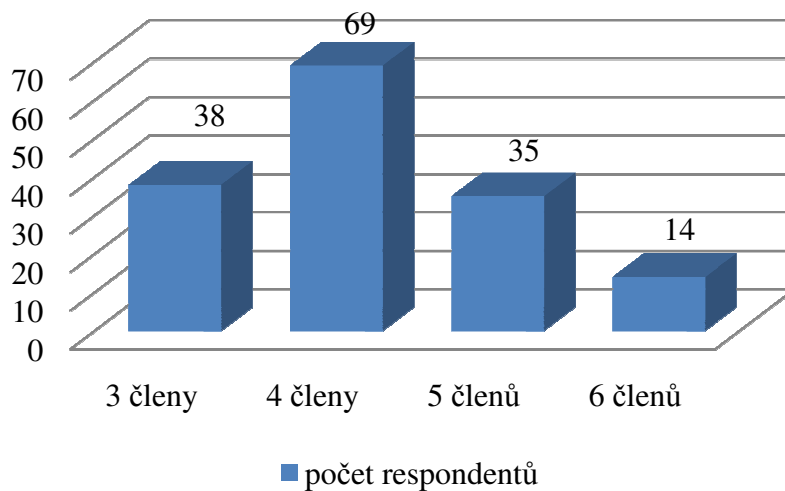
Zdroj: Vlastní šetření

Největší počet dětí z regionu Jihlavska a Třebíčska chodí do školy právě do Jihlavy a Třebíče. Dále se v dotaznících objevovala spíše malá městečka či městyse, kde jsou povětšinou jen základní školy. Studenti středních škol chodí do Jihlavy, Třebíče, Třeště, Telče a Moravských Budějovic.

Otázka 14: Počet členů rodiny

Tento dotaz je též otevřenou otázkou. Zde dotazovaní odpovídali, kolik členů má jejich domácnost. V podstatě všichni respondenti měli tří, čtyř, pěti nebo šestičlennou rodinu.

Otázka 14: Graf 17: Kolik má Vaše rodina členů?



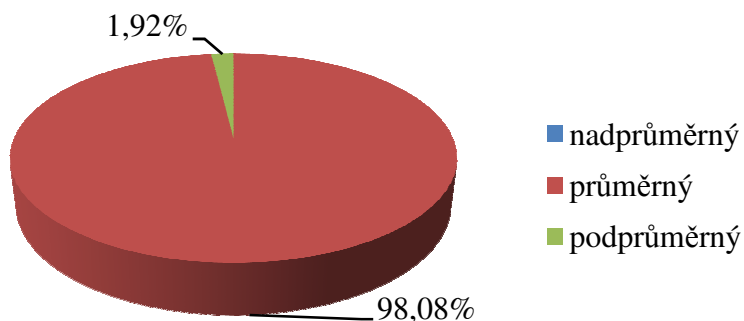
Zdroj: Vlastní šetření

69 respondentů (44,23 %) odpovídalo čtyři členy v domácnosti, tříčlennou rodinu mělo 38 dotazovaných (24,36 %), 35 účastníků výzkumu (22,44 %) dopisovalo pětičlennou rodinu a šest rodinných členů napsalo 14 respondentů (8,97 %).

Otázka 15: Ekonomický stav rodiny

Otázka č. 15 měla pouze informativní charakter, kde se zjišťovalo, jaký je přibližný ekonomický stav rodin.

Otázka 15: Graf 18: Jaký je ekonomický stav Vaší rodiny?

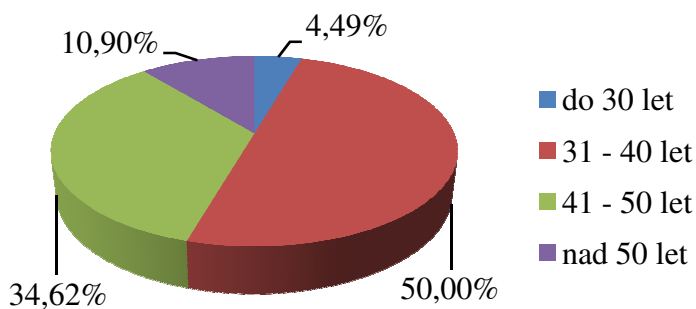


Zdroj: Vlastní šetření

98,08 % respondentů zodpovědělo stav „průměrný“. Jenom 1,92 % účastníků průzkumu zvolilo „podprůměrný“ stav. „Nadprůměrný“ nevybral žádný z respondentů.

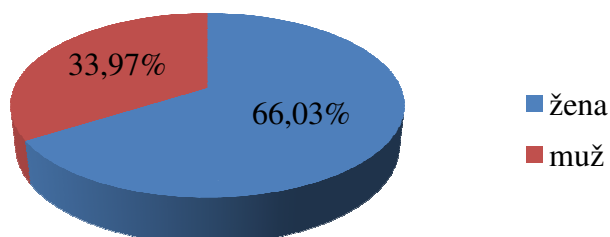
Otázka 16 a 17: Identifikační otázky

Otázka 16: Graf 19: Váš věk?



Zdroj: Vlastní šetření

Otázka 17: Graf 20: Vaše pohlaví?



Zdroj: Vlastní šetření

6.3 ŘÍZENÉ ROZHOVORY S ŘEDITELI ŠKOL A UČITELI

Do průzkumu byli zahrnuti učitelé a ředitelé škol prostřednictvím dotazování při osobních rozhovorech, které se prováděly na celkem deseti školách ve městech Třebíč, Moravské Budějovice, Hrotopice, Telč, Třešť, Jihlava, Brtnice.

Otázky pro učitele a ředitele škol byly typově velice podobné jako v dotazníku pro rodiče dětí. Otázky byly pokládány v následujícím znění:

- Jak by měl být dlouhý školní výlet?
- Kolik korun českých by stál jeden den školního výletu?
- Jaký dopravní prostředek byste do cílového místa volili?
- Jaký druh ubytování byste pro žáky vybrali?
- Jak by mělo vypadat celodenní stravování?
- Jakou oblast by žáci a studenti podle Vás chtěli navštívit nejvíce?

Poslední otázka zmiňující se o místě navštívení, měla dopomoci k problému oblasti, do níž by žáci a studenti cestovali. Učitelé a ředitelé však nemohly vybírat jakékoliv území, ale destinaci vzdálenou od sídla školy do 100 km (vzdálenost byla zvolena díky dotazníkovému šetření). Tato otázka byla zodpovězena několika možnostmi, ale pouze dvě z nich měly hlasů nejvíce, a to město Brno a jeho okolí a jižní Čechy.

Poté se dostala na řadu otázka týkající se ceny školního výletu za jeden den. Zde školy soukromé odpovídaly částku vyšší než školy veřejné. Nakonec se částka pohybovala mezi stejným rozmezím jako u odpovědí u rodičů dětí. Otázky týkající se dopravy, ubytování a stravování dopadly též se shodným výsledkem jako v dotazníkovém šetření.

6.4 ŘÍZENÉ ROZHOVORY S PODNIKATELSKÝMI SUBJEKTY

Řízené rozhovory s podnikatelskými subjekty probíhaly pomocí osobních rozhovorů a telefonicky. Především se jednalo o ubytovací a stravovací zařízení v oblasti výskytu

nového produktu CR, tedy ve městě Staré Město pod Landštejnem a okolí a města Slavonice. Otázky, jež se podnikatelským subjektům podávaly, byly následující:

- Navštěvují Vaše zařízení školní výlety?
- Je pro Vás tento segment poutavý?
- Jaké služby poskytujete pro školní výlety?
- Nabízíte nějaké zvýhodnění tomuto segmentu?

Po zodpovězení otázek bylo zjištěno, že pro velkou část podnikatelských subjektů je segment „žáci škol“ velice zajímavý, neboť jde o skupinu mladých lidí, kteří se budou do těchto míst rádi vracet. Problémem u většiny ubytovacích zařízení je nedostatečná kapacita míst, jež určuje nedostatek lůžek pro tak velké seskupení jako je školní výlet.

Podstatná část podnikatelských subjektů uvedla, že zvýhodnění mládeži a dětem nabízí. Jde obzvláště o skupinové cenové zvýhodnění.

Poskytovatelé ubytovacích služeb žákům škol umožňují ubytování v chatkách, penzionech či turistických ubytovnách nebo v kempech. Kromě toho nabízejí sportovní aktivity na hřištích nebo zajímavosti z okolí. Stravovací služby mají obvykle ve svém areálu venkovní zahrádku (terasu).

7 SOUHRN POZNATKŮ Z TERÉNNÍHO ŠETŘENÍ

7.1 VYHODNOCENÍ VÝSLEDKŮ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ

Podle výsledků z dotazníkového šetření vyplývá, že žáci a studenti škol jsou s předešlými školními výlety spíše spokojeni, ale přesto jim chybí takový výlet, na který by nechtěli a nemohli zapomenout, a byl pro ně přínosný.

Nejvhodnějším obdobím výletu je březen až červen, tedy jaro a začátek léta. Toto období s sebou přináší sluníčko a krásné počasí, jež bezpochyby ke školnímu výletu patří. Rodiče žáků a studentů škol navrhli zaměření výletu směřující ke sportovním aktivitám, které jsou v dnešní době počítačů velmi důležité.

Nejpříznivější varianta délky školního výletu je dva dny s přespaním na jednu noc v chatce nebo stanu, se vzdáleností asi 100 km od sídla školy. V celodenním stravování je zahrnuta především večeře, snídaně a oběd.

Nejčastěji zvoleným dopravním prostředkem do cílového místa byl vlak. Tato doprava většinou nepřiveze cestující až na místo určení, ale např. pár kilometrů od cílového místa.

Rodiče žáků škol rozhodli, že cena školního výletu se za jeden den bude pohybovat v rozmezí od 100 Kč do 500 Kč.

7.2 POTVRZENÍ ČI VYVRÁCENÍ HYPOTÉZ

První pracovní hypotéza: „**Velký zájem je o produkt domácího cestovního ruchu v blízkém okolí (blízké okolí znamená do 100 km)**“ se dotazníkovým šetřením potvrdila. Školní výlety se obvykle pořádají v oblasti ne příliš vzdálené od sídla školy.

Druhá hypotéza, která zněla: „**Upřednostňují se školní výlety za poznáním historie**“ byla vyvrácena. V současnosti žáci škol dávají přednost sportovním aktivitám.

Třetí a poslední hypotéza: „**Požadavek na cenu za jeden den školního výletu je stanoven do 500 Kč**“ byla potvrzena. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že cena výletu se bude pohybovat od 100 Kč do 500 Kč.

8 PŘÍPRAVA NOVÉHO PRODUKTU

Na základě dosažených výsledků z terénního šetření a z řízených rozhovorů s řediteli škol a učiteli, bude navrhnout nový produkt cestovního ruchu pro segment žáci druhého stupně základních škol a studenti středních škol z Třebíčska a Jihlavska.

Nově získané informace mohou pomoci doplnit nabídku produktů novým a více zajímavým školním výletem. Respondenti nejčastěji volili sportovní aktivity jakožto hlavní zaměření výletu. Jako hlavní destinaci zvolili město Brno a jeho okolí nebo jižní Čechy. Pro nízkou nabídku sportovních center či programů města Brna a jeho okolí, byly zvoleny jižní Čechy lepší variantou.

Každý člověk chce vzpomínat na dětská a mládežnická léta ve škole s nostalgií a nadšením. Za tímto účelem bude zhotoven inovační produkt bohatý na zážitky a maximálně využívající volný čas. Pro žáky a studenty se jedná o velice emoční zážitek do budoucna a pro školy lepší rozhodování, jak vyjít vstříc vysokým nárokům dnešní mládeže.

8.1 INFORMACE O PRODUKTU

Novým produktem je školní výlet s indiánskou tematikou a s názvem „Indiánské putování“. Ideální termín pro uskutečnění výletu je poslední týden v červnu, kdy se snižují veškeré školní povinnosti dnešního studenta. Chvilí strávenou počítáním dnů do konce školního roku, si zpříjemní nezapomenutelným zážitkem ze školního výletu. Nový produkt cestovního ruchu bude realizován na dva dny. Cenová kalkulace počítá s 33 účastníky školního výletu (z toho 30 žáků či studentů a 3 učitelé). Jeden pedagogický dozor bude mít na starost 10 dětí.

Cílová destinace je vzdálené cca. 9 km od města Slavonice v Jihočeském kraji. Místo, kde se školní výlet uskuteční, je lanový park Landštejn u Starého Města pod Landštejnem, pod vedením společnosti Coody, která dále spravuje lanový park ZOO Jihlava.

Lanový park Landštejn nabízí v panenské přírodě Česká Kanada celou skupinu různých aktivit a programů. Pro návštěvníky lanového parku jsou připraveny vysoké lanové překážky a nízké lanové překážky vhodné pro děti od 5 let. Lektoři lanových aktivit

jsou certifikovaní odborníci a používaný materiál je hodnocen kvalitním produktem. Vysoké lanové překážky jsou určeny pro ty, jež dosáhly výšky alespoň 140 cm.

DOPRAVA

Doprava bude realizována prostřednictvím vlaku. V třebíčském regionu bude mít školní výlet začátek ve městě Třebíč. Osobním vlakem se vyjede směrem do Jihlavy, která je od Třebíče vzdálená 41 km. V Jihlavě se k výpravě přidají žáci a studenti z jihlavského okresu. Dále se bude pokračovat rychlíkem do města Slavonice, které jsou vzdálené 68 km od Jihlavy. Z Třebíče se vyjede v 6 hodin a 19 minut osobním vlakem a z Hlavního nádraží Jihlava v 7 hodin a 25 minut rychlíkem.

Návrat bude realizován obdobně. Zpáteční cesta ze školního výletu se uskuteční v 5 hodin a 5 minut odpoledního času osobním vlakem ze Slavonic směrem na Jihlavu a následně Třebíč.

UBYTOVÁNÍ

Ubytování bude probíhat v Cyklocampu pod Landštejnem, jenž sídlí pár metrů od lanového parku Landštejn. Cyklocamp nabízí několik možností ubytování, ale pro účel školního výletu budou vybrány čtyřlůžkové chatky. Zařízení chatky je základní bez ložního prádla, což bude znamenat, že si žáci budou muset zajistit spací pytle před odjezdem.

STRAVOVÁNÍ

Stravování bude pro účastníky výletu taktéž zajištěno v Cyklocampu pod Landštejnem. Do ceny výletu je zahrnuta cena špekáčků na večerní táborák (na jednu osobu dva buřty) pro první den a snídaně a oběd na den druhý. Žáci si musí s sebou vzít pití a jídlo na cestu a odpoledne na první den. Počáteční zajištěné jídlo bude večere „ve znamení“ špekáčků. Žáci nebo studenti se budou stravovat v bufetu nazývaném BikeBAR, kde se nalézá i jídelna. BikeBAR je součástí areálu Cyklocampu.

8.2 PROGRAM

1. den:

Odjezd z vlakového nádraží v Třebíči osobním vlakem v 6:19 ráno. Příjezd do Jihlavy v 7:22, kde školáci z Třebíčska přeseďnou a žáci a studenti z Jihlavska nasednou na rychlík, který z Hlavního nádraží Jihlava vyjíždí v 7:25. Do města Slavonice bude příjezd v 10 hodin a 27 minut na vlakové nádraží.

Školní výlet má indiánskou tematiku, nýbrž už ve vlaku začnou probíhat různé vzdělávací hry jak z indiánského prostředí, tak i ze všeobecného hlediska. Každý žák dostane za úkol vymyslet své indianské jméno, jenž ho bude doprovázet celý výlet.

Po příjezdu bude následovat pěší túra ze Slavonic do lanového parku Landštejn. Po cestě budou studenti a žáci poznávat zajímavosti české přírody, její rostlinstvo a živočišstvo, o kterých se dozví poutavé informace. Kolem 13. hodiny účastníci výletu dorazí do lanového parku, kde se ubytují. Výlet posléze bude pokračovat návštěvou bizoní farmy, vzdálené pár kilometrů od lanového centra. Tato exotická zvířata jsou majetkem firmy Landštejn, s. r. o. nabízející produkty rostlinné i živočišné výroby. Na farmě bude předem domluvený člověk, který děti s tematikou chovu seznámí a popíše jim další zajímavosti kolem těchto zvířat. Podle společnosti Landštejn, s. r. o. navštěvuje bizoní farmu mnoho turistů a žáků škol.

Po příchodu do lanového parku je naplánovaná dvouhodina lukostřelby, jejíž ukončení by mělo být nejdéle v 19:00 hodin. Lukostřelba se zařazuje do sportovní činnosti, jejímž cílem je střílet do terče s přesností a z různých vzdáleností. Mezitím by měla začít již probíhat i příprava na večerní táborový oheň.

K posezení u ohně si žáci na obličej namalují indiánské znaky a dále se bude pokračovat v různých vzdělávacích hrách. Chvilí po setmění bude na programu noční hra. Děti budou po dvojicích či samostatně plnit různé úkoly. Jednalo by se o stezku odvahy, jež se bude nést ve znamení indiánského prostředí. Budou připravena různá stanoviště, na nichž budou odpovídat na kontrolní otázky z oblasti přírody či budou muset plnit jednoduché úkoly. Po příchodu do cíle dostane každý malý dárek.

2. den:

Další den začne v osm hodin ráno a to snídání v jídelně BikeBARu. Po snídání se žáci rozdělí na dvě skupiny (každá skupina bude po 15-ti osobách), přičemž první půjde na paintball a druhá skupina si vyzkouší aktivity v lanovém parku. Paintball je sport, jehož cílem je vyřadit protivníka zasažením kuličkou s barvou, jenž je vystřelená z paintballové zbraně. Lanové aktivity tvoří vysoké lanové překážky a nízké lanové překážky. Žáci budou mít možnost si vyzkoušet oboje lanové překážky. Na jedenáctou hodinu dopoledne bude naplánován oběd v jídelně BikeBARu. Po obědě se skupiny žáků vymění (tedy první skupina půjde do lanového parku a druhá na paintball). Ukončení aktivit bude muset proběhnout odpoledne kolem třetí hodiny, aby se žáci stihli vystěhovat z chatek.

Následně budou muset žáci vyrazit směr město Slavonice na vlakové nádraží, odkud odjíždí osobní vlak v 17:05 hodin směr Kostelec u Jihlavy. Po cestě se musí přestoupit na osobní vlak v Kostelci u Jihlavy jedoucí z Horní Cerekve do Jihlavy. Po cestě z lanového parku do Slavonic budou dále poznávat krásy přírody, její živočišstvo a rostlinstvo, avšak po nástupu do vlaku bude následovat odpočinek, jenž většina žáků využije a přivítá. Příjezd do Jihlavy je naplánován na 19 hodin 23 minut a do Třebíče ve 20 hodin 34 minut.

8.3 PŘEDBĚŽNÁ KALKULACE CENY (včetně DPH)

Kalkulace počítá se 30 osobami - žáky či studenty. Jedině v dopravě se kalkulace provádí na 33 lidí (+ pedagogický dozor). Pedagogický dozor má veškerý program, včetně ubytování a stravování zdarma. Podle přání lze navýšit počet dohlížejících osob, avšak cenu výletu to zásadně neovlivní. Výsledná částka je stanovena na jednotlivce.

Náklady

Tabulka 4: Doprava z města Třebíč

Cena za jednu cestu/33 osob	2 442,- Kč
Cena celkem za dopravu (tam i zpět)/33 osob	$2\,442 \cdot 2 = 4\,884,-$ Kč
Cena celkem za dopravu/1 osoba	$4\,884/33 = \mathbf{148,-}$ Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Vzdálenost vlakem z města Třebíč do města Slavonice činí 109 km. Cena za jeden kilometr se rovná 23,- Kč.

Tabulka 5: Doprava z města Jihlava

Cena za jednu cestu/33 osob	1 617,- Kč
Cena celkem za dopravu (tam i zpět)/33 osob	$1\,617 \cdot 2 = 3\,234,-$ Kč
Cena celkem za dopravu/1 osoba	$3\,234/33 = \mathbf{98,-}$ Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Město Jihlava je vzdálené od města Slavonice 68 km. Cena za jeden kilometr taktéž dosahuje 23,- Kč.

Tabulka 6: Ubytování

Cena za čtyřlůžkovou chatku/noc	160,- Kč
Cena za čtyřlůžkovou chatku/noc/30 osob	1 200,- Kč
Cena za chatku/noc/1 osoba	40,- Kč

Zdroj: Vlastní zpracování dle Cyklocampu pod Landštejnem

Tabulka 7: Stravování

Večeře u táboráků (buřty + chléb)/30 osob	460,- Kč
Večeře u táboráků (buřty + chléb)/1 osoba	16,- Kč
Snídaně bez slevy/30 osob	1 500,- Kč
skupinová sleva 20 %	300,- Kč
Snídaně se slevou/30 osob	1 200,- Kč
Snídaně/1 osoba	40,- Kč
Oběd beze slevy/30 osob	1 950,- Kč
skupinová sleva 20 %	390,- Kč
Oběd se slevou/30 osob	1 560,- Kč
Oběd/1 osoba	52,- Kč
Cena celkem za stravování/1 osoba	108,- Kč

Zdroj: Vlastní zpracování dle Cyklocampu pod Landštejnem

Tabulka 8: Sportovní aktivity

Paintball beze slevy/30 osob – v ceně je 50 kuliček	4 500,- Kč
sleva 20 % (skupinová + sleva pro ubytované v Cyklocampu)	900,- Kč
Paintball se slevou/30 osob	3 600,- Kč
Paintball se slevou/1 osoba – v ceně je 50 kuliček	120,- Kč
Lanový park komplet/30 osob	6 000,- Kč
sleva 20 % (skupinová + sleva pro ubytované v Cyklocampu)	1 200,- Kč
Lanový park komplet se slevou/30 osob	4 600,- Kč
Lanový park komplet se slevou/1 osoba	160,- Kč
Lukostřelba/30 osob	900,- Kč
sleva 20 % (skupinová + sleva pro ubytované v Cyklocampu)	180,- Kč
Lukostřelba se slevou/30 osob	720,- Kč
Lukostřelba/1 osoba	24,- Kč
Cena celkem za sportovní č./1 osoba	304,- Kč

Zdroj: Vlastní zpracování dle Lanového parku Landštejn

Lanový park komplet se skládá z vysokých lanových aktivit a nízkých lanových činností.

Výsledná cena školního výletu (jeden žák či student)

Tabulka 9: Žáci a studenti z regionu Třebíčsko

$148 + 40 + 108 + 304 =$	600,- Kč
Konečná cena	600,- Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 10: Žáci a studenti z regionu Jihlavsko

$98 + 40 + 108 + 304 =$	550,- Kč
Konečná cena	550,- Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Konečná cena školního výletu „Putování s Indiány“ činí pro žáky druhého stupně základních škol a studenty středních škol na Třebíčsku 600 Kč a pro žáky a studenty škol na Jihlavsku 550 Kč.

Díky hromadným slevám vyšla výsledná cena o mnoho levněji než bez skupinových slev. Tato cena se vešla do rozpočtu, jenž byl stanoven z dotazníkového šetření a z rozhovorů s řediteli škol a učiteli.

Novost produktu tkví zejména ve zjišťování preferencí žáků škol a následném navržení produktu, jenž by odpovídal jejich výslovnému přání. Nadále je produkt jedinečný v jeho určité tématice, jímž se školní výlet stal zajímavějším a více naučným pro žáky škol.

Inovativní produkt pro žáky škol bude vrácen zpět základním a středním školám, ve kterých probíhalo terénní šetření.

Díky školnímu výletu „Indiánské putování“ si žáci škol osvojí znalosti z prostředí přírody, zejména poznávání živočišné a rostlinné sféry. Významně mohou aplikovat

svoje znalosti z přírodopisu, zeměpisu a dalších předmětů. Důraz bude kladen na mezi-předmětové vztahy. Po cestě z vlakového nádraží do lanového centra a zpět mají možnost zahlédnout velký počet rostlin, obratlovců i bezobratlých živočichů a dozvědět se o nich něco zajímavého a naučného. Následná návštěva bizoní farmy zaujme příjmem nových a pozoruhodných informací. Taktéž se mohou zdokonalit v držení své pozornosti a ve sportovních aktivitách.

9 ZÁVĚR

Tématem bakalářské práce byla inovace produktu cestovního ruchu pro žáky škol na Třebíčsku a Jihlavsku. Hlavním cílem bylo zjištění preferencí mezi žáky pro organizaci školních výletů, podle kterých se měl navrhnout produkt cestovního ruchu splňující požadavky na trávení volného času a současně aby sloužil jako vzdělávací akce.

Před praktickou částí práce probíhalo studium odborné literatury. Následně byla vytvořena situační analýza regionů, ze kterých pocházejí žáci a studenti škol, přesněji regionu Třebíčska a regionu Jihlavska. Situační analýza byla sestavena především z důvodu vymezení zkoumaného území a přinesla informace o tom, co regiony nabízejí a poskytují.

Další částí práce byla realizace terénního šetření, které probíhalo dvěma způsoby. Prvním způsobem bylo sestavení dotazníku a uskutečnění následného dotazníkového šetření. Druhým pak řízené rozhovory s učiteli a řediteli základních a středních škol. Na základě terénního průzkumu bylo zjištěno, že nejvíce preferencí mají školní výlety se sportovním zaměřením. Sport je velice důležitý faktor, poněvadž se v dnešní době počítačových her děti příliš pohybu nevěnují. Alespoň školní výlety by měly mít charakter pohybových aktivit. Uskutečněné terénní šetření dále poukázalo na to, že většina respondentů dává přednost dvoudenním školním výletům organizované v blízkém okolí (do 100 km). Z terénního šetření vyplynulo, že jako nejvhodnější dopravní prostředek se jeví vlak, jako nejvhodnější ubytování je ubytování v chatkách a nejvhodnější stravování je snídaně, oběd a večeře.

Poslední částí bylo vytvoření finančně dostupného produktu cestovního ruchu. Terénní průzkum naznačil částku školního výletu, která se pohybovala od 100 Kč do 500 Kč za jeden den výletu. Především díky skupinovým slevám se konečná cena školního výletu vešla do stanoveného limitu bez překročení horní hranice.

Školní výlety, pořádané pro žáky a studenty z regionů Třebíčska a Jihlavska se spíše soustřeďují na trávení školního výletu v těchto dvou okresech. Byl navrhnout školní výlet, který mění zaseté tradice a posouvá ho do zatím neprobádaných končin. Vedení škol je obvykle zvyklé jezdit s výlety na známá místa a studentům většinou nezbyvá nic jiného, než se podíídit. Návrh nového produktu pro žáky škol je jiný v tom, že

se zjišťovaly preference u dětí prostřednictvím jejich rodičů a tedy je produkt jejich výslovným přáním.

Děti a mládež jsou významným segmentem pro odvětví cestovního ruchu. Pokud se jim bude v dané destinaci či místě líbit, doporučí ho známým a budou se tam také rádi vracet. Díky současné široké nabídce služeb v cestovním ruchu, je možné produkty pro žáky škol neustále obnovovat a inovovat.

10 SUMMARY

The theme of my thesis was an innovation of a tourist product for students in the area of Třebíč and Jihlava. The main objective was to determine the preferences of students for organizing school trips, according to which should a product be designed, meeting the requirements of tourism for leisure time and to serve as an educational object as well.

Before I started the practical part of the work I conducted study of literature. Subsequently I created situational analysis of the regions from which pupils and students came from, specifically the region of Třebíč and Jihlava. Situational analysis was put together primarily for the reason of defining the study area; and provided information about what both regions offer and provide.

Another part of this work was to carry out a field research, which was realized in two ways. The first approach contained preparation and realization of questionnaire survey. The second were interviews with teachers of elementary and secondary schools. Based on the field survey I found out that most preferences lay on sport focusing trips. Sport is a very important factor, because in this era of computer games, children do not have much off of an active life. At least school trips should have the character of physical activities. Undertaken field research also showed that most respondents prefer a two-day school trips that are held in a close surrounding (up to 100 km). The field research showed that the most suitable appropriate way of meals are breakfast, lunch and dinner.

There was an urge to create a financially available touristic product. Field survey indicated the price of school trips, which ranged from 100 CZK to 500 CZK per day of the without exceeding the upper limit.

School trips organized for students from regions of Třebíč and Jihlava rather focus on spending school trip in these two districts. Was designed a school trip, which changes traditional ways and pushes it into yet unexplored territory. The school management is used to visit well-known places for trips and most students have no option but to submit. The proposal of a new product for pupils is different in detecting the preferences of children by their parents and therefore is a product of their wishes.

The segment of “children and youth” is a new huge potential for the sector of tourism. If children like the given destination, they will recommend it to their friends and they will be happy to come back. Thanks to the current range of services in tourism, it is possible to constantly renew and innovate products for pupils and students.

11 ZDROJE

11.1 SEZNAM ODBORNÝCH PUBLIKACÍ

- [1] ČÁBALOVÁ, D. *Pedagogika*. Praha: Grada Publishing, a. s., 2011. 272 s. ISBN 978-80-247-2993-0.
- [2] DAVID, P.; SOUKUP, V. a kolektiv. *Průvodce po Čechách, Moravě, Slezsku: Pojihlaví a Pooslaví*. Praha: S & D, 2001. 144 s. ISBN 80-86050-63-7.
- [3] DAVID, P.; SOUKUP, V. a kolektiv. *Průvodce po Čechách, Moravě, Slezsku: Telčsko a Dačicko*. Praha: S & D, 1997. 140 s. ISBN 80-86050-09-2.
- [4] DAVID, P.; SOUPUK, V. a kolektiv. *Velká turistická encyklopedie: Vysočina*. 1. vydání. Praha: Emomedia Group, k. s., 2009. 360 s. ISBN 978-80-242-2580-7.
- [5] DOBROVOLNÁ, V.; DAVID, P.; SOUKUP, V. *Jihlavsko a Třebíčsko – průvodce č. 50*. Praha: S & D, 2006. 216 s. ISBN 80-86899-99-3.
- [6] FRANCOVÁ, E. *Cestovní ruch*. 1. vydání. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2005. 119 s. ISBN 80-244-0719-1.
- [7] GEOLDNER, C. R.; RITCHIE, J. R. B. *Tourism: principles, practises, philosophies*. Hoboken: John Willey a Sons, 2009. 624 s. ISBN 978-0-470-08459-5.
- [8] HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch: Pro vyšší odborné a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2011. 216 s. ISBN 978-80-7373-107-6.
- [9] HLADKÁ, J. *Technika cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, a. s., 1997. 161 s. ISBN 80-7169-476-2.
- [10] HORNER, J.; SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování, stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, a. s., 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9.
- [11] CHRÁSKA, M. *Metody pedagogického výzkumu – Základy kvantitativního výzkumu*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, a. s., 2007. 265 s. ISBN 80-247-1369-1.
- [12] JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing, a. s., 2009. 288 s. ISBN 978-80-247-3247-3.
- [13] KEOGH, B. *Temperament ve třídě*. Praha: Grada Publishing, a. s., 2007. 171 s. ISBN 978-80-247-1504-9.

- [14] KIRÁL'OVÁ, A. *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress, s. r. o., 2003. 173 s. ISBN 80-86119-56-4.
- [15] KOTLER, P. *Marketing od A do Z: Osmdesát pojmů, které by měl znát každý manažer*. Praha: Management Press, 2003. 203 s. ISBN 80-7261-082-1.
- [16] LYSÁK, J. *Pooslaví a Pojihlaví*. 2. vydání. Třebíč: Arka JiMfa, spol. s r. o., 1997. 240 s. ISBN 80-7221-002-5.
- [17] ORIEŠKA, J. *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea Servis, 2010. 405 s. ISBN 978-80-85970-68-5.
- [18] PALATKOVÁ, M. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: Jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, a. s., 2006. 224 s. ISBN 80-247-1014-5.
- [19] PÁVKOVÁ, J. a kol. *Pedagogika volného času*. Praha: Portál, s. r. o., 2002. 228 s. ISBN 80-1718-711-6.
- [20] RYGLOVÁ, K. *Cestovní ruch*. 2. vydání. Brno: International Business School, 2005. 67 s. ISBN 80-86575-92-6.
- [21] SKALKOVÁ, J. *Obecná didaktika*. Praha: Grada Publishing, a. s., 2007. 328 s. ISBN 978-80-247-1821-7.
- [22] SLÁDKOVÁ, L. *Volnočasové pohybové aktivity mládeže a dětí*. České Budějovice 2010. bakalářská práce (Bc.). Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. Pedagogická fakulta. 92 s.
- [23] ŠTVERÁK, V. *Obecná a srovnávací pedagogika*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, 1999. 282 s. ISBN 978-80-246-0003-1.
- [24] VOŠICKÝ, Z. *Toulky nad Třebíčskem*. Světlá nad Sázavou: Aero vydavatelství, 2009. ISBN 978-80-254-5552-4.

11.2 SEZNAM POUŽITÝCH INTERNETOVÝCH ZDROJŮ

- [25] Kraj Vysočina. *Vítejte na Vysočině* [online]. [cit. 2012-03-08]. Dostupné z WWW: http://www.kr-vysocina.cz/vismo5/dokumenty2.asp?id_org=450008&id=4000086&p1=1205.

- [26] Český statistický úřad. *Třebíč_charakteristika* [online]. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z WWW: http://www.czso.cz/xj/redakce.nsf/i/trebic_charakteristika.
- [27] Hospodářská komora České republiky. *Okres Třebíč - HKCR* [online]. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z WWW: <http://www.komora.cz/inmp/knihovna-informaci-pro-podnikani/regionalni-informace/kraje-cr/kraj-vysocina-j/okres-trebic.aspx>.
- [28] Sčítání lidu, domů a bytů 2011. [online]. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z WWW: http://www.scitani.cz/sldb2011/redakce.nsf/i/o_scitani.
- [29] Český statistický úřad v Jihlavě. *Aktuální informace* [online]. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z WWW: <http://www.jihlava.czso.cz/>.
- [30] Český statistický úřad v Jihlavě. *Registr ekonomických subjektů v kraji Vysočina k 31.12.2011* [online]. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z WWW: http://www.jihlava.czso.cz/xj/redakce.nsf/i/registr_ekonomickyh_subjektu_v_kraji_vysocina_k_31_12_2011.
- [31] Portál kulturního a přírodního dědictví kraje Vysočina. [online]. [cit. 2012-03-11]. Dostupné z WWW: <http://www.dedictvivysociny.cz/tiskoviny>.
- [32] Třebíč. [online]. [cit. 2012-03-11]. Dostupné z WWW: <http://mesto-trebic.cz/>.
- [33] Portál kulturního a přírodního dědictví kraje Vysočina. *Kultura* [online]. [cit. 2012-03-11]. Dostupné z WWW: <http://www.dedictvivysociny.cz/kultura/>.
- [34] Informační centrum pro mládež Třebíč. *Sportovní vyžití - sportovní akce, sportovní areály, sp. kluby a org.* [online]. [cit. 2012-03-13]. Dostupné z WWW: <http://www.icmtrebic.cz/1-sportovni-vyziti-sportovni-akce-sportovni-arealy-sp-kluby-a-org.html>.
- [35] Poznáváme Vysočinu nástroji GIS. [online]. [cit. 2012-03-13]. Dostupné z WWW: <http://gynome.nmm.cz/gisvysociny>.
- [36] Třebíč - turistický informační portál města. [online]. [cit. 2012-03-20]. Dostupné z WWW: <http://www.visittrebic.eu/>.
- [37] Městské kulturní středisko Třebíč. *Ubytování v okolí Třebíče* [online]. [cit. 2012-03-20]. Dostupné z WWW: <http://www.mkstrebic.cz/ubytovani-v-okoli-trevice.html>.

- [38] Třebíč. [online]. [cit. 2012-03-20]. Dostupné z WWW: <http://www.trebic.cz/turista/ms-902/p1=902>.
- [39] Moravské Budějovice. [online]. [cit. 2012-03-20]. Dostupné z WWW: <http://www.mbudejovice.cz/>.
- [40] Jaroměřice nad Rokytinou. [online]. [cit. 2012-03-20]. Dostupné z WWW: <http://www.jaromericenr.cz/>.
- [41] Náměšť nad Oslavou. [online]. [cit. 2012-03-20]. Dostupné z WWW: <http://www.namestnosl.cz/>.
- [42] Jemnice. [online]. [cit. 2012-03-20]. Dostupné z: <http://www.mesto-jemnice.cz/>.
- [43] Hrotovice. [online]. [cit. 2012-03-20]. Dostupné z WWW: <http://www.mesta.obce.cz/hrotovice/>.
- [44] Český statistický úřad. *Jihlava_charakteristika* [online]. [cit. 2012-03-22]. Dostupné z WWW: http://www.jihlava.czso.cz/xj/redakce.nsf/i/jihlava_charakteristika.
- [45] Turistické informační centrum v Jihlavě. *Jihlava_charakteristika* [online]. [cit. 2012-03-22]. Dostupné z WWW: <http://tic.jihlava.cz/>.
- [46] Oficiální stránky města Polná. [online]. [cit. 2012-03-22]. Dostupné z WWW: <http://www.mesto-polna.cz/>.
- [47] Oficiální web města Brtnice. [online]. [cit. 2012-03-22]. Dostupné z WWW: <http://www.brtnice.cz/>.
- [48] Město Třešť. *Oficiální stránky města* [online]. [cit. 2012-03-22]. Dostupné z WWW: <http://www.trest.cz>.
- [49] Oficiální stránky města Telče. [online]. [cit. 2012-03-22]. Dostupné z WWW: <http://www.telc-etc.cz/telc/>.
- [50] Jihlava. [online]. [cit. 2012-03-22]. Dostupné z WWW: <http://www.jihlava.cz/>.
- [51] Mezinárodní festival dokumentárních filmů Jihlava. [online]. [cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: <http://www.dokument-festival.cz/>.
- [52] COODY OUTDOOR - lanový park Landštejn Česká Kanada. [online]. [cit. 2012-04-01]. Dostupné z WWW: <http://www.coody.cz/>.
- [53] Cyklocamp. [online]. [cit. 2012-04-01]. Dostupné z WWW: <http://www.cyklocamp.cz/>.

- [54] Grand Hotel - kongresový hotel a kvalitní ubytování v Třebíči. [online]. [cit. 2012-03-24]. Dostupné z WWW: <http://www.grand-hotel.cz/cs/>.
- [55] Hotel Sádek. [online]. [cit. 2012-03-24]. Dostupné z WWW: <http://www.vinohrady-sadek.cz/hotel-sadek.html>.
- [56] Hotel, ubytování, Třebíč Vysočina. *Sport Hotel Hrotovice* [online]. [cit. 2012-03-24]. Dostupné z WWW: <http://www.hotel-hrotovice.cz/>.
- [57] Penzion Bažantice - Třebíč. [online]. [cit. 2012-03-24]. Dostupné z WWW: <http://www.penzionbazantnice.cz/>.
- [58] Autocamp Wilsonka na Dalešické přehradě. [online]. [cit. 2012-03-24]. Dostupné z WWW: <http://www.wilsonka.cz/>.
- [59] Ubytování Třebíč, autokemp Třebíč. *Kemp Poušov* [online]. [cit. 2012-03-24]. Dostupné z WWW: <http://www.kempousov.cz/>.
- [60] Café bar HOLIDAY restaurace - pizzerie Třebíč. [online]. [cit. 2012-03-24]. Dostupné z WWW: <http://www.cafebarholiday.cz/>.
- [61] PHIASCO: cocktail bar - café - restaurant. [online]. [cit. 2012-03-24]. Dostupné z WWW: <http://www.phiasco.cz/>.
- [62] Restaurace Na statku. [online]. [cit. 2012-03-24]. Dostupné z WWW: <http://www.restauracenastatku.eu/>.
- [63] Restaurace U Srnců. [online]. [cit. 2012-03-24]. Dostupné z WWW: <http://www.srnecjemnice.cz/>.
- [64] Hotel Gustav Mahler - ubytování Jihlava Vysočina. [online]. [cit. 2012-03-24]. Dostupné z WWW: <http://www.hotelgmahler.cz/hotel-gustav-mahler>.
- [65] Komplex Mlýnhotel. [online]. [cit. 2012-03-24]. Dostupné z WWW: <http://www.mlynhotel.cz/>.
- [66] Chornitzerův dům - Penzion Telč. [online]. [cit. 2012-03-24]. Dostupné z WWW: <http://www.chornitzeruvdum.cz/>.
- [67] Penzion Anděl, Dolní Smrčné, Vysočina. [online]. [cit. 2012-03-24]. Dostupné z WWW: <http://www.penzionandel.unas.cz/cs/>.
- [68] Turistické informační centrum v Jihlavě. *Autocamping Pávov* [online]. [cit. 2012-03-24]. Dostupné z WWW: http://www.tic.jihlava.cz/vismo/o_utvar.asp?id_org=100399&id_u=7384&p1=1027.

- [69] Restaurace Svět Třešť. [online]. [cit. 2012-03-24]. Dostupné z WWW: <http://www.restaurace-svet.cz/>.
- [70] Restaurace Tři Knížata. [online]. [cit. 2012-03-24]. Dostupné z WWW: <http://www.tri-knizata.cz/>.
- [71] Restaurace U Berana, Velký Beranov. [online]. [cit. 2012-03-24]. Dostupné z WWW: <http://www.uberana.cz/>.
- [72] Kavárna Haas. [online]. [cit. 2012-03-24]. Dostupné z WWW: <http://www.kavarna.itelc.net/>.

11.3 SEZNAM OSTATNÍCH ZDROJŮ

Propagační materiály Turistického informačního centra Jihlava:

- [73] Region Jihlavsko. Vydal Krajský úřad kraje Vysočina v Jihlavě v květnu roku 2011.
- [74] Turistický průvodce: Jihlava a okolí. Vydalo statutární město Jihlava v roce 2011.
- [75] Zámky kraje Vysočina. Vydal Krajský úřad kraje Vysočina v Jihlavě v květnu roku 2011.
- [76] Přírodní parky kraje Vysočina. Vydal Krajský úřad kraje Vysočina v Jihlavě v květnu roku 2011.
- [77] Zvláště chráněná území kraje Vysočina. Vydal Krajský úřad kraje Vysočina v Jihlavě v květnu roku 2011.

Propagační materiály Turistického informačního centra Třebíč:

- [78] Region Třebíčsko. Vydal Krajský úřad kraje Vysočina v Jihlavě v květnu roku 2011.
- [79] Mikroregion Horácko. Vydalo reklamní studio eMD.cz v Rychnově nad Kněžnou v roce 2005.
- [80] Náměšť nad Oslavou a okolí. Vydalo Městské kulturní středisko v Náměšti nad Oslavou v roce 1998.

12 SEZNAM TABULEK, OBRÁZKŮ A GRAFŮ

SEZNAM TABULEK

TABULKA 1: DRUHY CESTOVNÍ RUCHU	PŘÍLOHA 1
TABULKA 2: FORMY CESTOVNÍHO RUCHU	PŘÍLOHA 1
TABULKA 3: VZTAH SOUČÁSTÍ MANAGEMENTU A MARKETINGU DESTINACE	PŘÍLOHA 3
TABULKA 4: DOPRAVA Z MĚSTA TŘEBÍČ	80
TABULKA 5: DOPRAVA Z MĚSTA JIHLAVA	80
TABULKA 6: UBYTOVÁNÍ.....	81
TABULKA 7: STRAVOVÁNÍ.....	81
TABULKA 8: SPORTOVNÍ AKTIVITY	82
TABULKA 9: ŽÁCI A STUDENTI Z REGIONU TŘEBÍČSKO	83
TABULKA 10: ŽÁCI A STUDENTI Z REGIONU JIHLAVSKO	83

SEZNAM OBRÁZKŮ

OBRÁZEK 1: ČESKÁ REPUBLIKA.....	28
OBRÁZEK 2: KRAJ VYSOČINA	28
OBRÁZEK 3: REGION TŘEBÍČSKO.....	32
OBRÁZEK 4: REGION JIHLAVSKO	46
OBRÁZEK 5: NABÍDKA DESTINACE CESTOVNÍHO RUCHU.....	PŘÍLOHA 2

SEZNAM GRAFŮ

GRAF 1: ROZDĚLENÍ RESPONDENTŮ.....	59
GRAF 2: ÚČAST DĚTÍ NA ŠKOLNÍCH VÝLETECH	60
GRAF 3: SPOKOJENOST DĚTÍ SE ŠKOLNÍMI VÝLETY	61
GRAF 4: BUDOUCÍ ZÁJEM O ŠKOLNÍ VÝLETY	61
GRAF 5: VHODNÉ OBDOBÍ PRO ŠKOLNÍ VÝLET	62
GRAF 6: KULTURA	63
GRAF 7: SPORTOVNÍ AKTIVITY.....	63
GRAF 8: POZNÁVÁNÍ HISTORIE.....	64
GRAF 9: VZDĚLÁVÁNÍ.....	64

GRAF 10: DÉLKA ŠKOLNÍHO VÝLETU	65
GRAF 11: VZDÁLENOST ŠKOLNÍHO VÝLETU OD SÍDLA ŠKOLY	66
GRAF 12: VÝDAJE NA JEDEN DEN ŠKOLNÍHO VÝLETU	66
GRAF 13: DOPRAVA DO CÍLOVÉHO MÍSTA	67
GRAF 14: ZVOLENÉ UBYTOVÁNÍ	68
GRAF 15: CELODENNÍ STRAVOVÁNÍ.....	68
GRAF 16: V JAKÉM MĚSTĚ (OBCI) SE NACHÁZÍ ŠKOLA DĚTÍ RESPONDENTŮ.....	69
GRAF 17: POČET ČLENŮ RODINY	70
GRAF 18: EKONOMICKÝ STAV RODIN.....	71
GRAF 19: VĚKOVÁ STRUKTURA RESPONDENTŮ	71
GRAF 20: POHLAVÍ RESPONDENTŮ.....	71

13 PŘÍLOHY

- Příloha 1: Typologie cestovního ruchu
- Příloha 2: Nabídka destinace cestovního ruchu
- Příloha 3: Vztah součástí managementu a marketingu destinace
- Příloha 4: Dotazník
- Příloha 5: Fotodokumentace k novému produktu cestovního ruchu

PŘÍLOHA 1: Typologie cestovního ruchu

Tabulka 1: Druhy cestovního ruchu

Druhy cestovního ruchu	
rekreační	lázeňský
sportovní	zdravotní
dobrodružný	obchodní
myslivecký a rybářský	kongresový
náboženský (poutní)	stimulační

Zdroj: Hesková a kolektiv (2011: 21)

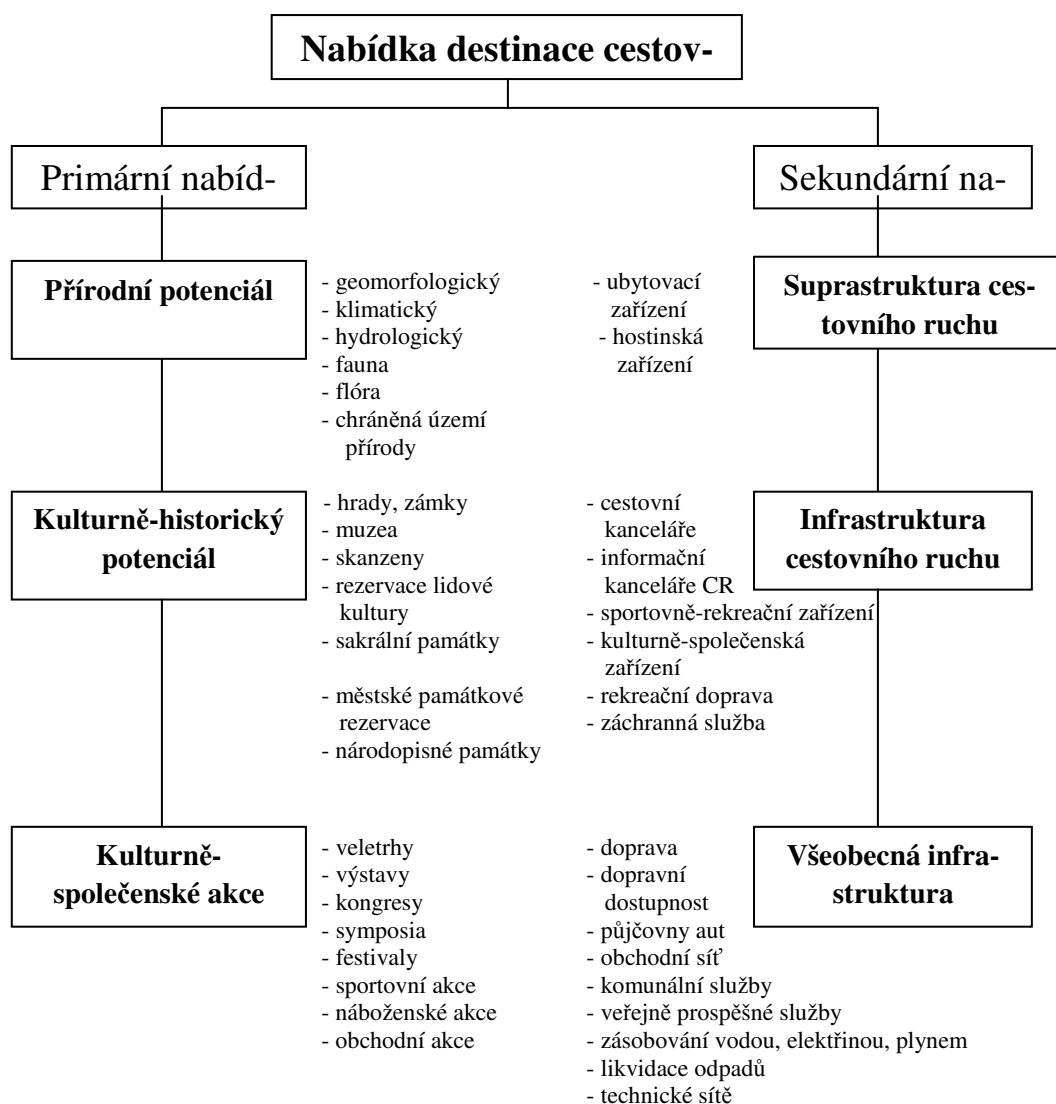
Tabulka 2: Formy cestovního ruchu

Formy cestovního ruchu	
1. z geografického hlediska <ul style="list-style-type: none"> • domácí CR • zahraniční CR • mezinárodní CR • vnitřní CR • národní CR • regionální CR 	2. podle počtu účastníků <ul style="list-style-type: none"> • individuální CR • skupinový CR • masový CR • ekologický CR
3. podle způsobu organizování <ul style="list-style-type: none"> • individuální cesty • organizovaný zájezd/pobyt • klubový CR 	4. podle věku účastníků <ul style="list-style-type: none"> • cestovní ruch dětí • mládežnický CR • rodinný CR • seniorský CR
5. podle délky účasti <ul style="list-style-type: none"> • výletní CR • krátkodobý CR • víkendový CR • dlouhodobý CR 	6. podle převažujícího místa pobytu <ul style="list-style-type: none"> • městský CR • příměstský CR • venkovský CR • agroturistika (ekoagroturistika) • horský, vysokohorský CR • přímořský CR
7. podle ročního období <ul style="list-style-type: none"> • sezónní (zimní, letní) CR • mimosezónní CR • celoroční CR 	8. podle použitého dopravního prostředku <ul style="list-style-type: none"> • motorizovaný CR • železniční CR • letecký CR • lodní CR
9. z hlediska dynamiky <ul style="list-style-type: none"> • pobytový (statický) CR • putovní (dynamický) CR 	10. ze sociologického hlediska <ul style="list-style-type: none"> • návštěvy příbuzných a známých • sociální CR • komerční CR • etnický CR

Zdroj: Hesková a kolektiv (2011: 21 - 22)

PŘÍLOHA 2: Nabídka destinace cestovního ruchu

Obrázek 5: Nabídka destinace cestovního ruchu



Zdroj: Királ'ová (2003: 88)

PŘÍLOHA 3: Vztah součástí managementu a marketingu destinace

Tabulka 3: Vztah součástí managementu a marketingu destinace

Management destinace	Marketing destinace
Klíčové produkty (konkurenční výhody)	Produkt jako první „P“ marketingového mixu
Distribuční cesty	Distribuční cesty jako součást marketingového mixu
Politika značky	Strategie značky (strategické marketing)
Management kvality	Spojnice mezi produktem a cenou (poměr cen/kvalita)
Systém řízení znalostí	Marketingový výzkum a transformační marketing
Společnost destinačního managementu (DMC)	Institucionální prvek marketingového řízení destinace

Zdroj: Palatková (2006: 76)

PŘÍLOHA 4: Dotazník

Dobrý den! Jsem studentkou Ekonomické fakulty na Jihočeské univerzitě v Českých Budějovicích. Tento dotazník, který budou vyplňovat rodiče žáků základních a studentů středních škol, slouží ke zpracování bakalářské práce na téma Inovace produktu cestovního ruchu pro žáky škol na Třebíčsku a Jihlavsku. Tento dotazník bude použit na plánování školního výletu. Dotazník je anonymní a do 5 minut vyhotovený. Pokud nebude uvedeno jinak, zakroužkujte, prosím, pouze JEDNU příslušnou odpověď, popřípadě odpověď doplňte.

Jana Veselá

e-mail: janca.vesela@centrum.cz

1. Jste? (možno vybrat více odpovědí)

- a) rodič žáka (žáků) na druhém stupni (od 6. do 9. třídy) základní školy
- b) rodič studenta (studentů) střední školy
- c) žádná z odpovědí → pokračovat otázkou č. 16

2. Jezdí Vaše děti na školní výlety?

- a) ano
- b) ne → pokračovat otázkou č. 13

3. Jsou s výlety spokojeni?

(1 – jsou spokojení; 5 – nejsou spokojení)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

4. Chcete, aby Vaše děti v dalších letech na školní výlety jezdili?

- a) ano
- b) ne → pokračovat otázkou č. 13

5. Jaké období by bylo pro výlet nejvhodnější?

- a) září - listopad
- b) prosinec – únor
- c) březen – červen

6. Jaké zaměření výletu byste upřednostňovali pro Vaše děti? U každé z uvedených aktivit, zatrhněte, prosím, jednu z možností dle zájmu dětí.

Kultura (<i>divadlo, kino, kluby, koncerty, festivaly</i>)	velký zájem	běžný zájem	menší zájem	nezájem
Sportovní aktivity (<i>aquaparky, lyžování, cykloturistika, pěší turistika, lanová centra</i>)	velký zájem	běžný zájem	menší zájem	nezájem
Poznávání historie (<i>zámky, hrady, kostely, poznávání městské historie</i>)	velký zájem	běžný zájem	menší zájem	nezájem
Vzdělávání (<i>knihovny, školy kurzy</i>)	velký zájem	běžný zájem	menší zájem	nezájem

7. Jak by měl být dlouhý školní výlet?

- jednodenní – bez přespání
- dvoudenní – přespání s jednou nocí
- 3 – 4 denní
- 5 a více denní

8. Do jaké vzdálenosti od sídla školy by měl být výlet organizován?

- do 100 km
- 100 – 200 km
- nad 200 km

9. Kolik byste byli ochotni zaplatit za JEDEN DEN školního výletu? (včetně stravování, dopravy, příp. ubytování)

- méně než 100 Kč
- 100 – 499 Kč
- 500 – 1000 Kč
- více než 1000 Kč

10. Jaký způsob dopravy byste do cílového místa volili?

- vlak
- autobus
- kolo
- jiný dopravní prostředek

.....

11. Jaký druh ubytování by měl být zvolen?

- a) chatka, stan
- b) turistická ubytovna
- c) penzion
- d) hotel
- e) jiný

.....
.....

- f) žádný

12. Jak by mělo vypadat celodenní stravování? (možno vybrat více odpovědí)

- a) snídaně
- b) oběd
- c) večeře
- d) svačina
- e) jídlo s sebou z domu

13. V jakém městě (městech) nebo obci (obcích) sídlí škola (školy), kterou navštěvuje Vaše dítě (Vaše děti)?

.....
.....

14. Kolik má Vaše rodina členů?

.....
.....

15. Jaký je ekonomický stav Vaší rodiny?

- a) nadprůměrný
- b) průměrný
- c) podprůměrný

16. Váš věk?

- a) do 30 let
- b) 31 – 40 let
- c) 41 – 50 let
- d) nad 50 let

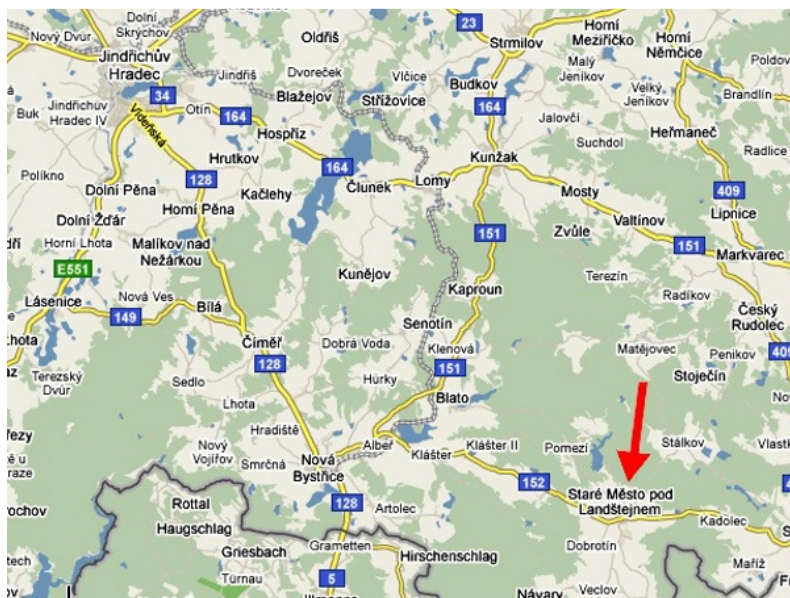
17. Vaše pohlaví?

- a) žena
- b) muž

DĚKUJI VÁM ZA VÁŠ ČAS A VYPLNĚNÍ DOTAZNÍKU!

PŘÍLOHA 5: Fotodokumentace k novému produktu cestovního ruchu

Staré město pod Landštejnem

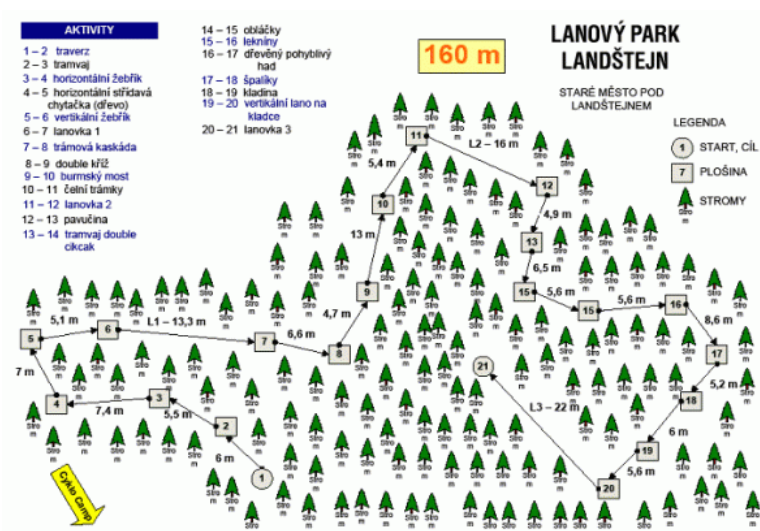


Zdroj: <http://www.knihovna-staremestopl.cz/kontakt.html>, 28. 3. 2012



Zdroj: http://www.staremestopl.cz/vismo/dokumenty2.asp?id_org=15459&id=1010&p1=1017, 28. 3. 2012

Uspořádání aktivit lanového parku Landštejn



Zdroj: www.outdoor-center.cz/strediska-pro-outdoorove-programy.html, 28. 3. 2012

Lanový park Landštejn



Zdroj: <http://sport.mraveniste.cz/lanovy-park-landstejn/>, 28. 3. 2012



Zdroj: <http://sport.mraveniste.cz/lanovy-park-landstejn/>, 28. 3. 2012

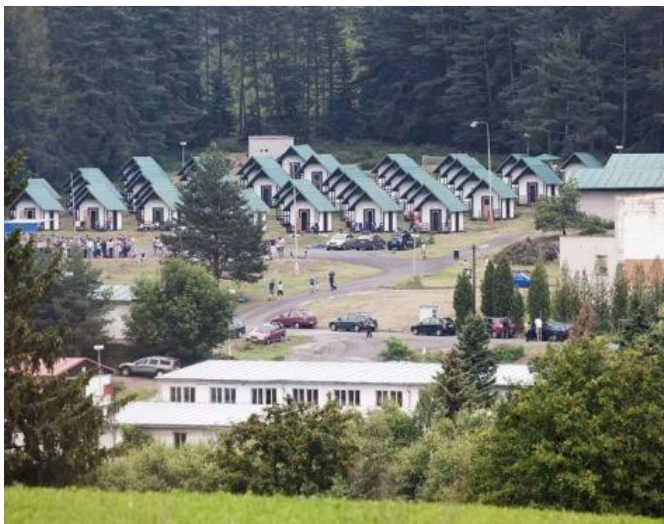


Zdroj: <http://www.portaljindrichuvhradec.cz/sport-1/>, 28. 3. 2012

Ubytování v Cyklocampu - chatky



Zdroj: <http://cyklocamp-pod-landstejnem.hotel.cz/photos/>, 28. 3. 2012



Zdroj: <http://www.cyklocamp-pod-landstejnem-stare-mesto-pod-landstejnem.penzion-ubytovani.net/fotka-09.htm>, 28. 3. 2012

Stravování v Bikebaru



Zdroj: <http://www.turistik.cz/cz/kraje/jihocesky-kraj/okres-jindrichuv-hradec/stare-mesto-pod-landstejnem/cyklocamp-pod-landstejnem/#photos>, 28. 3. 2012

Bizoní farma



*Zdroj: www.staremestopl.cz/vismo/galerie2.asp?id_org=15459&id_galerie=1043&p1=1123,
28. 3. 2012*