

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Zemědělská fakulta

Katedra cestovního ruchu



Studijní program: 6208 T Ekonomika a management

Studijní obor: obchodně podnikatelský obor

## **Analýza vybraného regionu kraje Vysočina**

### **— volnočasové aktivity**

Vedoucí diplomové práce:

Mgr. Vladimír Dvořák

Autor:

Veronika Krejčí

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno a příjmení: **Veronika Krejčí**

Studijní program: M 6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodně podnikatelský obor

Název tématu: **Analýza vybraného regionu kraje Vysočina – volnočasové aktivity**

**Zásady pro vypracování:**  
(v zásadách pro vypracování uveďte cíl práce a metodický postup)

### **Cíl práce:**

Zmapování současného stavu nabídky cestovního ruchu ve vybraném regionu.  
Na základě získaných výsledků vytvoření nových projektů.

### **Metodický postup:**

1. Studium odborné literatury
2. Situační analýza regionu
3. SWOT analýza
4. Provedení terénního výzkumu
5. Vypracování projektu včetně návrhů jejich řešení

### **Rámcová osnova:**

1. Úvod, 2. Literární přehled, 3. Řešení problematiky, 4. Metodika, 5. Provedení analýzy, 6. Diskuse, 7. Závěr, 8. Resumé, 9. Použitá literatura, 10. Přílohy.



Rozsah grafických prací: dle potřeby

Rozsah průvodní zprávy: 60 – 70 stran

Seznam odborné literatury:

Čertík, M. a kol.: Cestovní ruch-vývoj, organizace a řízení. Praha: OFF, 2000

Kašpar, J. a kol.: Vybrané kapitoly z ekonomiky cestovního ruchu. Praha: VŠE, 1988

Malá, V.: Cestovní ruch (vybrané kapitoly). Praha: VŠE, 1999

Pásková, M.- Zelenka, J.: Cestovní ruch, výkladový slovník. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj Česká republika, 2002

Štěpánek, V. a kol.: Geografie cestovního ruchu. Praha: UK, 2002

Odborné časopisy (C.O.T., Všudybyl)

Vedoucí diplomové práce: Mgr. Vladimír Dvořák

Konzultant:

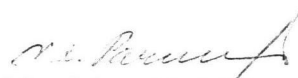
Datum zadání diplomové práce: 2. 3. 2004

Termín odevzdání diplomové práce: 30. 4. 2006

**JIHOČESKÁ UNIVERZITA**  
**V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH**  
*studijní oddělení*  
VANČUROVA 2904 390 01 TÁBOR



doc. Ing. Marie Hesková, CSc.  
Vedoucí katedry



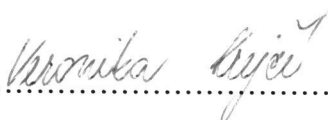
doc. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.  
Děkanka

V Českých Budějovicích dne 12. 3. 2004

### **Prohlášení:**

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma „Analýza vybraného regionu kraje Vysočina – volnočasové aktivity“ vypracovala samostatně na základě vlastních poznatků a za odborného vedení vedoucího diplomové práce Mgr. Vladimíra Dvořáka. Všechny použité knižní publikace, periodika a jiné podkladové materiály jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů.

V Táboře, dne 25.4.2006



Veronika Krejčí

**Poděkování:**

Touto cestou děkuji panu Mgr. Vladimíru Dvořákovi za jeho odbornou spolupráci, cenné připomínky a ochotu při vedení mé diplomové práce. Rovněž děkuji pracovníkům agentury Dobrý den za poskytnutí cenných informací pro mou práci.

# OBSAH

<b>OBSAH.....</b>	<b>6</b>
<b>1 ÚVOD.....</b>	<b>9</b>
1.1 Cíl a metodika.....	10
<b>2 LITERÁRNÍ REŠERŠE.....</b>	<b>12</b>
2.1 Oblast cestovního ruchu.....	12
2.2 Problematika marketingu.....	14
<b>3 KRAJ VYSOČINA .....</b>	<b>15</b>
<b>4 REGION PELHŘIMOVSKO.....</b>	<b>16</b>
4.1 Základní vymezení regionu.....	16
4.2 Fyzicko – geografické vymezení regionu .....	16
4.2.1 Přírodní poměry .....	16
4.2.2 Klimatické poměry .....	16
4.2.3 Hydrologické poměry .....	17
4.2.4 Životní prostředí a trvale udržitelný rozvoj .....	17
4.3 Socio – ekonomické vymezení regionu .....	18
4.3.1 Demografické poměry .....	18
4.3.1.1 Historický demografický vývoj.....	18
4.3.1.2 Současný stav populace regionu.....	18
4.3.2 Hospodářství.....	19
4.3.2.1 Služby .....	19
4.3.2.2 Průmysl .....	19
4.3.2.3 Stavebnictví .....	20
4.3.2.4 Zemědělství.....	20
4.3.3 Trh práce.....	20
4.3.3.1 Vzdělanostní struktura zaměstnaných .....	20
4.3.3.2 Struktura zaměstnanosti.....	20
4.3.3.3 Nezaměstnanost .....	21
4.4 Kulturně – historický vývoj regionu .....	21
<b>5 NABÍDKA DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU .....</b>	<b>22</b>
5.1 Stručná charakteristika regionu z pohledu cestovního ruchu .....	22
5.2 Primární nabídka.....	22

6.3.4	Prezentace v zahraničí .....	47
6.3.5	Tvorba propagačních materiálů .....	47
<b>7</b>	<b>TERÉNNÍ VÝZKUM .....</b>	<b>48</b>
7.1	Účel, cíl a metoda šetření .....	48
7.2	Analýza údajů a interpretace výsledků .....	48
7.3	Shrnutí .....	58
<b>8</b>	<b>POSOUZENÍ SILNÝCH A SLABÝCH STRÁNEK REGIONU V SOUVISLOSTI S JEHO PŘÍLEŽITOSTMI A HROZBAMI .....</b>	<b>59</b>
8.1	Posouzení silných a slabých stránek destinace .....	59
8.2	Posouzení příležitostí a hrozeb .....	62
8.3	Stručný a přehledný výsledek analýzy .....	65
8.4	Sumární výsledek analýzy .....	65
8.4.1	Silné stránky .....	65
8.4.2	Slabé stránky .....	66
8.4.3	Příležitosti .....	67
8.4.4	Ohrožení .....	68
<b>9</b>	<b>NÁVRHY ALTERNATIVNÍCH ŘEŠENÍ ZJIŠTĚNÝCH NEDOSTATKŮ .....</b>	<b>69</b>
9.1	Zintenzivnění propagace: Pelhřimov – město rekordů „na první pohled“ .....	69
9.2	Nová kulturní akce: „Expedice do říše obrů“ .....	71
9.3	Shrnutí .....	73
<b>10</b>	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>75</b>
	<b>SUMMARY .....</b>	<b>77</b>
	<b>POUŽITÉ ZDROJE .....</b>	<b>78</b>
	<b>PŘÍLOHY .....</b>	<b>80</b>

# 1 ÚVOD

Cestovní ruch a cestování mají velmi dlouhou historii a jsou spjaty s počátky naší civilizace. První výpravy vedly po souši i po vodě, později také vzduchem a nakonec i vesmírným prostorem.

K rozvoji cestování a cestovního ruchu přispívají nejen změny v životním stylu, ale také pokrok dopravní infrastruktury a komunikačních spojení, rozvoj automobilismu, změny v politickém a ekonomickém vývoji zemí i světových regionů. Cestovní ruch patří mezi největší a nejdynamičtější se rozvíjející ekonomická odvětví, je specifickou ekonomickou činností, jejíž podstatou je poskytování různých služeb účastníkům cestovního ruchu.

Cestovní ruch je oblastí spotřeby, která je založená na využívání volného času. Je tedy třeba respektovat skutečnost, že každý účastník chce svůj volný čas prožít co možná nejzajímavěji, nejpestřeji. Tomu musí odpovídat i nabídka. Účastník cestovního ruchu nevyhledává pouze služby, ale též zážitky.

Zvyšující se zkušenosti s cestováním vytvářejí z hostů, ve vztahu ke kvalitě a ceně služeb cestovního ruchu, nejen náročné, ale i kritické zákazníky. Klient svou dovolenou prožívá jako komplexní zážitek. Při svém rozhodování o dovolené zpravidla vybírá určitou formu podle svých představ a zálib – odpočinkovou, sportovní, vzdělávací nebo kulturní dovolenou, ale i různé kombinace. Teprve potom se začne zajímat o ubytování, místo, stravování a dodatečné služby, a také o dopravní spojení. Současný účastník obvykle pro strávení své dovolené nehledá konkrétní hotely nebo místa, ale je pro něj rozhodující souhrnná nabídka služeb pro jím požadovanou formu dovolené, proto se orientuje obvykle na nabídku a možnosti celého turistického regionu, protože celý region poskytuje širokou základní nabídku služeb, která mu umožňuje kvalitativně lépe strávit určitou zvolenou formu dovolené. Turistická destinace nemusí nabízet všechno, ale musí nabídnout přesně to, co si vybraný host přeje, a to takovým způsobem, jakým si to představuje a očekává.

Účastník cestovního ruchu začátku 21. století je dokonale informován a je vhodné předpokládat, že je také vybíravý a náročný. Přeje si balíček služeb, který je možno co nejjednodušeji a nejrychleji objednat a který je komfortně a komplexně organizován. Rozhodujícím faktorem konkurenceschopnosti se v současnosti stává využívání elektronických informačních a rezervačních systémů a jejich vhodné využití a uplatnění v nabídce při stále se měnících a rozvíjejících podmínkách uplatnění na trhu.

Rozhodující podnikatelskou základnu v cestovním ruchu vytvářejí hotely, penziony, podniky zajišťující specializovanou nabídku služeb a cestovní kanceláře. Podnikatelské struktury cestovního ruchu tvoří většinou malé nebo střední podniky, které zpravidla na trhu vystupují samostatně. Při vstupu na mezinárodní trh nemůže samostatný podnikatel uspět – současná situace si vyžaduje při vstupu na mezinárodní a globální trh silné konkurenceschopné jednotky.

Základním a rozhodujícím prvkem pro vývoj turistických destinací je to, aby z relativně samostatných podnikatelských subjektů cestovního ruchu a dalších provozovatelů infrastruktury služeb v turistickém regionu, které často proti sobě zaujímají konkurenční postavení, vznikla strategicky říditelná nabídková a konkurenceschopná jednotka s perspektivou vlastního rozvoje. Pro tento účel musí být vytvořeny vztahy a formy spolupráce a systémy kooperace mezi příslušnými partnery, které učiní destinaci říditelnou podle požadavků trhu a umožní jí koordinované a kontrolované uplatnění jejích zdrojů. Zajištění budoucnosti malých a středních podniků tedy představuje management destinace [20].

## 1.1 Cíl a metodika

Cílem diplomové práce je analýza současného stavu nabídky cestovního ruchu ve zvoleném regionu, konkrétně se jedná o kraj Vysočina, a to region Pelhřimovsko. Analýza je realizována na základě studia odborné literatury, provedení situační analýzy, terénního výzkumu a posouzení silných a slabých stránek regionu v souvislosti s jeho příležitostmi a ohroženími. Získané výsledky jsou východiskem pro vytvoření nového projektu.

Prvotní informace týkající se obecné charakteristiky celého kraje i vybraného regionu byly shromážděny z dostupné literatury, z níž nejnovější je publikace Kraj Vysočina [7], a z webových stránek kraje Vysočina [29]. Pro charakteristiku Pelhřimovska byl použit především Strategický plán rozvoje města Pelhřimov [30] a webové stránky města [19] i celého regionu [26]. Aktuální informace týkající se statistických údajů pocházejí ze zdrojů Českého statistického úřadu [28] nebo se jedná o aktuální data z webových stránek kraje Vysočina [29]. Historické podrobnosti o regionu byly získány z webových stránek [22], [23] a [25].

Teoretické informace v oblasti cestovního ruchu a marketingu byly shromážděny z dostupných knižních titulů [1] - [11] a článků uveřejněných na webových stránkách zabývajících se oblastí cestovního ruchu [20], [21], [24] a [27]. Podnětem pro zpracování praktické části diplomové práce byly především publikace Strategický marketing [4] a Marketing destinace cestovního ruchu [6]. Zdrojem zajímavých informací byly regionální periodika [12] - [17], hlavně Pelhřimovské noviny. Důležité informace byly poskytnuty i pracovníky agentury Dobrý den [18], a to zejména informace týkající se rekordů a s tím spojených projektů.

K doplnění statistických údajů bylo provedeno terénní dotazníkové šetření, zaměřené na návštěvníky regionu, které je jedním ze základů pro tvorbu nového projektu, jehož budoucí realizace znamená využití některé z podnikatelských příležitostí a zároveň přispěje k rozvoji daného regionu.



## 2 LITERÁRNÍ REŠERŠE

### 2.1 Oblast cestovního ruchu

Jedním z největších a nejrychleji se rozvíjejících průmyslů světa je podle Kiráľové [6] právě cestovní ruch. Ovlivňuje zaměstnanost, tvorbu hrubého domácího produktu, vytváření devizových rezerv státu, záchranu kulturních, uměleckých a historických památek a zvyšuje všeobecnou vzdělanostní úroveň obyvatelstva.

Foret a Foretová [2] uvádějí, že cestovní ruch pozitivně přispívá k restrukturalizaci hospodářství, neboť vytváří do určité míry náhradu za pracovní místa, která v jiných oborech zanikají.

Malá [8] považuje za důležité chápat cestovní ruch v jednotě jeho dvou stránek. První stránka představuje způsob uspokojování potřeb, tzn. oblast spotřeby; druhá reprezentuje oblast podnikatelských příležitostí v mnoha oborech lidské činnosti, tedy významnou součást ekonomiky společnosti.

Destinaci cestovního ruchu charakterizuje Kiráľová [6] jako přirozený celek, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných destinací.

Destinační identita je definována Kiráľovou [6] jako souhrnné zosobnění destinace odvozené z její filozofie, historie, kultury, strategie, stylu řízení, pověsti a chování zaměstnanců. Cílem destinační identity je koordinace všech vizuálních charakteristik tak, aby byl vytvořen plánovitý, konzistentní a vhodný standard designu v myslích návštěvníků. Destinační image označuje to, jak veřejnost vnímá destinaci. Je to názor, dojem, představa, kterou si veřejnost udělá o destinaci na základě pohledu zvenku a určitých charakteristik a asociací, vlastního postoje, mínění jiných i osobní zkušenosti.

Produkt cestovního ruchu se podle Malé [8] skládá ze všeho, co účastníci cestovního ruchu potřebují, co kupují a co se pro ně produkuje. Pro produkt cestovního ruchu je charakteristické, že je tvořen nikoli pouze jednotlivými službami (zbožím), ale jejich komplexem, ve kterém jsou nabízeny, ale i požadovány, jejich vzájemnou propojeností, i propojeností na atraktivitu cestovního ruchu a výrazným programovým zaměřením.

Výkladový slovník cestovního ruchu [9] vymezuje odborné termíny, s kterými se v oblasti cestovního ruchu lze setkat. Některé z nich jsou použity v této diplomové práci,

proto jsou zde uvedeny, čímž je vyloučen možný posun původního významu daného termínu či jeho úplná záměna:

- **Atraktivita cestovního ruchu** (visitor attraction, tourist attraction) – zajímavá součást přírody a přírodní podmínky, sportovní, kulturní nebo společenský objekt, kulturní, sportovní, společenská nebo jiná událost, přitahující účastníky cestovního ruchu (CR). Někdy je nesprávně místo termínu atraktivita CR používán termín atrakce CR, který má užší význam.
- **Cestovní ruch** (tourism, travel) – komplexní společenský jev jako souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně - správních aktivit a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity.
- **Destinační management** (destination management) – soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci CR v dané destinaci.
- **Dotazníkové šetření** (questionnaire survey) – metoda shromažďování dat o respondentech v rámci primárního výzkumu, založená na využití více či méně sofistikovaných dotazníků. Každý respondent buď odpovídá na stejnou sadu otázek pokládaných ve stejném pořadí a stejným způsobem školenými tazateli, anebo dotazníky vyplňují respondenti samostatně.
- **Festival** (festival) – slavnostní soutěžní i nesoutěžní veřejná umělecká přehlídka, může se konat periodicky, významná atraktivita CR.
- **Návštěvnost** (admissions) – počet lidí, kteří za určitý časový interval (den, týden, měsíc, rok) navštívili atraktivitu CR, respektive dané zařízení, turistickou destinaci.
- **Region cestovního ruchu** (tourist region) – jeden z typů regionu, který může být vymezen jako homogenní region CR (území relativně homogenní z hlediska předpokladů pro realizaci CR – typů atraktivit, dostupností a úrovní infrastruktury CR) nebo heterogenní region CR.

## 2.2 Problematika marketingu

Svobodová, Mynářová a Kačer [10] přikládají zásadní význam získávání všech druhů nových informací. Činnost, která tyto informace zajišťuje v dostatečném množství, kvalitě a čase, je nazývána marketingový výzkum.

Zbořil [11] podotýká, že výzkum trhu je základní a nejobvyklejší aplikací marketingového výzkumu. Při výzkumu trhu se vždy vychází z precizního definování trhu a zpravidla též z identifikace jeho segmentů. Vlastní výzkum pak spočívá v deskripci podstatných rysů dosavadního vývoje a současného stavu trhu a v prognózování jeho budoucího vývoje, a to s přihlédnutím ke všem relevantním faktorům, které vývoj na trhu ovlivňují.

Označení primární výzkum podle Janečkové a Vašítkové [5] znamená, že údaje shromažďované tímto výzkumem jsou získávány přímo v terénu, od subjektů, o které se zajímáme. Vychází z názorů a požadavků návštěvníků.

Marketingový mix je soubor taktických nástrojů, které může poskytovatel určitých služeb využívat pro získání konkurenceschopnosti svého produktu a pro jeho prosazení se na trhu. Jedná se o čtyři skupiny charakteristik, označovaných v marketingové literatuře jako „čtyři P“: produkt, cena (price), místo (place) a propagace (promotion). Foret a Foretová [2] uvádějí, že marketing cestovního ruchu rozšiřuje tuto základní podobu marketingového mixu o další „4P“: people (lidé), packaging (tvoření balíčků), programming (programování, tvorba projektů) a partnership (spolupráce, kooperace).

Destinační management a marketing představuje podle Heskové [3] soubor činností na vybraných úrovních řízení a koordinace, strategické plánování, různé formy spolupráce na úrovni mikroregionů a regionů, využívání podpůrných fondů. Z pohledu destinačního managementu je cestovní ruch společně s dalšími aktivitami součástí jednoho komplexního produktu, tedy produktu, který tvoří a představuje celá destinace.

### 3 KRAJ VYSOČINA

Na pomezí historických zemí Čech a Moravy leží kraj Vysočina [29]. Název kraje Vysočina je odvozen od názvu Českomoravské vrchoviny, vyvýšené zvlněné krajiny mezi oběma historickými zeměmi České republiky. Ta dosahuje nadmořské výšky přes 800 metrů ve dvou výrazných masivech, Žďárských vrších na severu kraje a Jihlavských vrších na jihozápadě. Hlavní evropské rozvodí táhnoucí se podél bývalé zemské hranice dělí kraj na dvě téměř stejné části. Kraj je umístěn v dopravním i populačním středu země. Na východě sousedí s krajem Jihomoravským, na západě má společnou hranici s krajem Jihočeským a Středočeským a na severovýchodě s krajem Pardubickým. Ekonomika východní části kraje je ovlivněna sousedící brněnskou aglomerací, severozápadní část kraje je již spádovou oblastí hlavního města Prahy.

Vysočina patří mezi chladnější části země s průměrnou roční teplotou 5 - 7 °C. Původní prales byl přeměněn generacemi lidí do podoby zvlněné kulturní stepi, rozčleněné táhlými kopci, údolími a množstvím lesů a hájků. Masivy kulturního lesa pokrývají především nejvyšší část kraje. Každý potok je přehrazen řadou rybníků, které plní funkce od hospodářských přes rekreační až po krajinnotvorné. Nedostatek velkých ložisek rud Vysočinu ochránil před devastací důlní činností.

Výhodou Vysočiny je zachované čisté životní prostředí. Vzhledem k přírodním i dopravním podmínkám zde vznikly především podniky, které neznečišťují životní prostředí a nové investice jsou budovány již s ohledem na přísné normy. Jako největší znečišťovatel ovzduší se tak jednoznačně projevuje dálnice, kontaminace půdy je v porovnání s ostatními kraji zanedbatelná. Lze říci, že kraj Vysočina je zdravým ostrovem mezi třemi aglomeracemi - pražskou, brněnskou a vídeňskou. I díky tomu se jako první z krajů stal členem organizace zdravých měst a regionů a nese titul "zdravý kraj Vysočina".

Přírodní podmínky rozptýlily obyvatele Vysočiny do více než tisíce sídel, které jsou propojeny hustou sítí silnic. Pro Vysočinu jsou charakteristické malé vesnice nepřilíživě vzdálené od místního centra, kterým bývá klidné malé město mezi třemi a deseti tisíci obyvatel. Pouze ve čtyřech městech žije více než dvacet tisíc obyvatel, krajské město Jihlava dosahuje počtu padesáti tisíc. S rostoucí životní úrovní a mobilitou obyvatel lze čekat, že toto uspořádání bude výhodou. Umožňuje využívat pozitiva venkovského bydlení a přitom zaručuje dostupnost městského centra.

## **4 REGION PELHŘIMOVSKO**

### **4.1 Základní vymezení regionu**

Region Pelhřimovsko je součástí kraje Vysočina. V širším pojetí představuje stručné pojmenování pro území bývalého pelhřimovského okresu, který jako územně správní jednotka existoval od roku 1960 – 2000. Současně lze ale pod tímto označením rozumět vlastní město Pelhřimov a jeho bezprostřední okolí jakožto spádovou oblast. Pro potřeby diplomové práce je použito užší vymezení regionu (viz příloha č. 1).

Starobylé město Pelhřimov leží v nejzápadnějším výběžku Českomoravské vrchoviny v nadmořské výšce 550 m. Často bývá označováno také jako „Brána vysočiny“ [22]. I přes svou polohu v jedné z ekologicky nejméně dotčených oblastí České republiky patří k turisticky méně prozkoumaným.

### **4.2 Fyzicko – geografické vymezení regionu**

#### **4.2.1 Přírodní poměry**

Pelhřimovsko [25] se rozkládá ve střední části České republiky, v západní (české) části Českomoravské vrchoviny, v oblasti mezi třemi vrchy Křemešník, Svidník a Stražiště, z nichž nejvyšším bodem je Křemešník s nadmořskou výškou 765 m. Tato oblast je typická svou přírodní a tvarovou rozmanitostí – lesnaté porosty jsou střídány loukami, drobnými políčky se stráněmi. Město Pelhřimov se rozkládá v údolí říčky Bělá, na rozhraní Hořepnické, Vyskytenské, Božejovské pahorkatiny a Křemešnické vrchoviny. Mezi přírodní zajímavosti, které dotvářejí charakter regionu, se řadí i řada památných staletých stromů a rašelinné louky u Proseče – Obořiště. V okolí města převládá pahorkatinný a vrchovinný georeliéf ve střední nadmořské výšce kolem 500 m.

#### **4.2.2 Klimatické poměry**

Region patří do mírně teplé klimatické oblasti [30]. Dlouhodobé průměrné roční teploty vzduchu vystupují na hodnoty v rozmezí 6 – 7 °C. Průměrný roční úhrn atmosférických srážek se pohybuje na srážkoměrných stanicích od 635 do 771 mm.

Stav znečištění ovzduší v území je charakterizován v rámci ČR stupněm 1, tj. nezávadné ovzduší. Zhoršené ovzduší v zimním období vlivem používání uhlí při vytápění je vzhledem k plynofikaci města už minulostí.

### 4.2.3 Hydrologické poměry

Městem Pelhřimov protéká říčka Bělá, která se vlévá do Želivky, jež náleží do povodí Sázavy a tedy k úmoří Severního moře. V těsné blízkosti města leží hlavní evropské rozvodí Černého a Severního moře.

Jedna z nejstarších vodních přehrad na území České republiky, přehrada Sedlice, byla postavena nedaleko obce Sedlice za soutokem Hejlovky s Hejnickým potokem, tedy blízko místa, kde spojením obou toků vzniká Želivka. Nádrž je využívána pro hydroenergetiku a slouží i rekreačním účelům. Další přehrada Trnava byla vybudována na říčce Trnavě asi 1 km jižně od Želiva. Obě přehrady patří mezi technické památky.

V současné době představuje výměra rybníků v bývalém okrese Pelhřimov plochu 1137 ha [30]. Přestože se jedná o minimální podíl na výměře, jsou rybníky spolu s ostatními vodními nádržemi a vodními toky jedním z významných krajinných prvků regionu a celé Českomoravské vrchoviny. Nejznámějším rybníkem v okolí Pelhřimova je rybník Stráž, využívaný k rekreaci a k rybaření.

### 4.2.4 Životní prostředí a trvale udržitelný rozvoj

Město Pelhřimov bylo od poloviny roku 2005 přidruženým členem národní sítě Zdravých měst České republiky [17] a v současnosti je již členem řádným. Pojem zdravé město v této souvislosti znamená, že se město dlouhodobě zabývá zdravím, kvalitou života a udržitelným rozvojem. Zdravé město není pouze iniciativa kolem životního prostředí, ale především kolem zdravého životního stylu obyvatel a zabývá se i odpovědností vůči budoucím generacím.

Už v roce 2005 se Pelhřimov zapojil do dvou kampaní sítě Zdravých měst, jednalo se o Evropský den bez aut v září a Dny zdraví v říjnu. V roce 2006 se chce město navíc zapojit do kampaní Den Země, Den bez tabáku, Dny bez úrazů a 30 dnů pro neziskový sektor. Některé z těchto kampaní již v Pelhřimově dříve probíhaly, ale nyní díky zastřešení Zdravým městem budou lépe koordinovány a propagovány.

## **4.3 Socio – ekonomické vymezení regionu**

### **4.3.1 Demografické poměry**

Charakteristickým znakem regionu je vysoká hustota málo lidnatých sídel a obcí. Počet obyvatel města Pelhřimov je téměř 17 tisíc, to odpovídá charakteru území, kdy tato celá oblast je velmi řídko osídlena. Nízký stupeň industrializace nepřímo také ovlivnil velikost města Pelhřimov.

#### **4.3.1.1 Historický demografický vývoj**

Počet obyvatel regionu se od počátků sčítání obyvatel, tj. od roku 1869, téměř neustále zvyšuje, samozřejmě ve vývoji počtu obyvatel docházelo v jednotlivých obdobích k drobným výkyvům, které byly způsobeny hlavně válečnými událostmi. Za dobu statistického sledování vzrostl počet obyvatel regionu téměř dvojnásobně.

Na konci druhé poloviny 19. století došlo jen k minimálnímu růstu počtu obyvatel. V první polovině 20. století docházelo v regionu k postupnému nárůstu, a to v souvislosti s růstem administrativního významu města Pelhřimov a s rostoucím počtem pracovních příležitostí. Expanze však byla zastavena druhou světovou válkou.

Ve druhé polovině 20. století došlo ve vývoji obyvatelstva regionu k nejdynamičtějšimu růstu. Prudký nárůst počtu obyvatel regionu souvisí zejména se socialistickým plánováním rozvoje území České republiky, kdy byly vymezeny sídla, u kterých byl primárně podporován rozvoj. Maximální počet obyvatel za dobu existence sčítání mělo město Pelhřimov v roce 2001, na jeho území žilo téměř 16,6 tisíc osob [30].

#### **4.3.1.2 Současný stav populace regionu**

V současné době je ve srovnání s údaji z roku 2001 zaznamenán mírný pokles počtu obyvatel v Pelhřimově. Z dlouhodobého pohledu jde o stabilizovanou situaci, lze očekávat, že dojde spíše k růstu počtu obyvatel u přidružených místních částí, a to vlivem procesu suburbanizace [30]. Vlivem vývoje v několika posledních letech došlo k nepříznivému vývoji přirozeného přírůstku, avšak v dlouhodobém vývoji město přirozenou mírou obyvatelstvo získávalo.



### **4.3.2 Hospodářství**

Hospodářství Pelhřimova je ovlivněno skutečností, že jde o městský prostor, což se projevuje v možnostech využití místa a prostoru. Struktura hospodářství je pak do značné míry dána především administrativní funkcí sídla, kdy je ve městě lokalizována řada veřejno - správních institucí.

V současné době Český statistický úřad na území města Pelhřimov registruje téměř 3 200 ekonomických subjektů. Avšak ve většině případů jde o malé podniky, kdy velká část je bez zaměstnance, jedná se tedy o osoby samostatně výdělečně činné. Drtivá většina těchto malých hospodářských subjektů působí v sektoru služeb, většinou jde o činnosti spojené s obchodem a opravou spotřebního zboží.

Téměř všechny ekonomické aktivity jsou soustředěny v samotném vnitřním městě Pelhřimov. Vyšší koncentrace malých ekonomických subjektů ve vnitřním městě je dána atraktivitou tohoto prostoru, kdy jsou zde lokalizovány nejrůznější správní instituce. Z hlediska počtu vytvořených pracovních míst je ale rozhodující počet subjektů soustředěn v průmyslové zóně Lhotka [30] na okraji města.

#### **4.3.2.1 Služby**

Služby jsou největším sektorem ekonomiky Pelhřimovska, a to jak z pohledu počtu subjektů tak i z pohledu počtu vytvořených pracovních míst. Sektor služeb se v současné době podílí více jak 71 % na celkovém počtu ekonomických subjektů lokalizovaných ve městě. Z hlediska počtu vytvořených pracovních míst se pak sektor služeb podílí 46 % na celkovém počtu pracovních míst ve městě [28].

#### **4.3.2.2 Průmysl**

Oblast průmyslové výroby je druhým největším sektorem hospodářství regionu, co se týče počtu ekonomických subjektů. Podle odhadů pak průmyslové podniky vytvořily 43 % celkového počtu pracovních míst ve městě, přesto je oblast průmyslu až druhým největším zaměstnavatelem občanů.

Z pohledu struktury průmyslu podle počtu ekonomických subjektů patří mezi nejvýznamnější průmyslová odvětví kovodělný průmysl, dřevozpracující průmysl a elektrotechnický průmysl. Mezi nejvýznamnější průmyslové podniky města Pelhřimov patří Agrostroj Pelhřimov a. s., ALFATEX MÓDA s. r. o. a Spojené kartáčovny a. s. Každý ze zmíněných subjektů v současnosti zaměstnává více než 500 zaměstnanců [30].



### **4.3.2.3 Stavebnictví**

Sektor stavebnictví je třetím největším sektorem hospodářství regionu [30]. Sektor stavebnictví vytváří více jak 7 % pracovních míst z celkového počtu pracovních míst v hospodářství města.

### **4.3.2.4 Zemědělství**

Zemědělství a lesní hospodářství má v ekonomice regionu pouze okrajové postavení, přestože Pelhřimovsko disponuje rozsáhlými lesy. V tomto odvětví působí necelých 5 % ekonomických subjektů z celkového počtu. V převážné většině případů jde o podniky bez zaměstnanců, v 85 % případů z celkového počtu zemědělských subjektů jde o podniky samostatně hospodařících rolníků [30]. Zemědělské pozemky plní nejen funkci hospodářskou, ale díky malým výměrám také krajinnotvornou.

## **4.3.3 Trh práce**

V současné době je na území města Pelhřimov téměř 9 tisíc ekonomicky aktivních osob, do této skupiny patří jak osoby zaměstnané tak na mateřské dovolené, ve vojenské službě a dále i osoby nezaměstnané. Ve srovnání s rokem 1991 došlo k mírnému snížení počtu ekonomicky aktivních obyvatel. Tyto tendence jsou shodné s vývojem v kraji Vysočina, zde také došlo v posledních letech k poklesu ekonomicky aktivního obyvatelstva [30].

### **4.3.3.1 Vzdělanostní struktura zaměstnaných**

Ve struktuře obyvatel dle vzdělání má převahu složka osob vyučených. Druhou největší vzdělanostní kategorií je skupina osob se středoškolským vzděláním, ukončeným maturitní zkouškou. Poté následuje kategorie vysokoškolsky vzdělaného obyvatelstva [30]. Všeobecně můžeme hodnotit vzdělanostní úroveň obyvatelstva jako relativně dobrou, odpovídající průměru České republiky.

### **4.3.3.2 Struktura zaměstnanosti**

Ve struktuře zaměstnanosti má nejvýznamnější postavení sektor služeb, ve kterém pracuje téměř polovina obyvatel města. Druhá nejvýznamnější skupina osob je zaměstnána v průmyslové výrobě, jde o třetinu obyvatel. Nejméně zaměstnaných osob pracuje v činnostech spojených se zemědělskou výrobou [30].

### 4.3.3.3 Nezaměstnanost

Míra nezaměstnanosti [28] regionu Pelhřimovsko je na úrovni 5 %. Míra nezaměstnanosti ve městě se pohybuje značně pod průměrem kraje Vysočina i pod průměrem celé České republiky. Situace v oblasti nezaměstnanosti je ve městě dlouhodobě stabilizovaná.

## 4.4 Kulturně – historický vývoj regionu

Historie města [23] sahá až do 12. století. Město bylo ve vlastnictví pražských biskupů - tradice považuje za zakladatele města biskupa Pelhřima (latinsky Pelegrina). Odpovídá tomu i městský znak s podobou poutníka v bráně uprostřed dvou věží. Původní osada z 12. století vznikla pravděpodobně na místě dnešního Starého Pelhřimova. Později bylo jméno přeneseno i na osadu kolem kostela sv. Víta. Když v roce 1289 osadu vyplenil Vítek z Hluboké, bylo v bezprostředním sousedství založeno nové město a opevněno hradbou a příkopem. Původní vejčítý půdorys je zachován dodnes.

Město se od poloviny 14. století velmi rychle rozvíjelo. Od svých majitelů, pražských biskupů, získalo řadu privilegií, bylo obchodním centrem svého okolí, ve městě vzkvétala řemesla - soukenictví, plátenictví, tkalcovství, perníkářství. V období husitské revoluce byl Pelhřimov pod správou husitských hejtmanů. Od roku 1437 přešlo město do držení Mikuláše Trčky z Lípy. Pelhřimov tehdy vynikal řadou ozdobných měšťanských domů, byl obehnan pevnými hradbami s vysokými bránami. Dvě z nich jsou zachovány.

V polovině 16. století se majiteli stávají Říčanští z Říčan, kteří si v horní části náměstí zřídili zámek. Po dlouholetých sporech s vrchností se město v roce 1572 vykoupilo z poddanství a v roce 1596 byl Pelhřimov majestátem Rudolfa II. povýšen na město královské. Klidný vývoj města byl ukončen třicetiletou válkou. Do města vtrhla několikrát vojska, město bylo poškozeno i několika požáry. V roce 1766 podlehla požárům většina domů. Protože domy byly po požáru postaveny zcela nově, má historické městské jádro barokní řád.

Z hlediska novodobého vývoje města mělo význam 19. století, a to díky rozvoji průmyslu, především kartáčnického, pletářského a škrobárenského. Svůj podíl na tom také mělo i otevření železniční trati v roce 1888.

## **5 NABÍDKA DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU**

### **5.1 Stručná charakteristika regionu z pohledu cestovního ruchu**

Mezi základní charakteristiky města Pelhřimov patří jeho bohatá historie a množství kulturních památek. Historii města i jeho památky prezentuje ve svých stálých expozicích i výstavách Muzeum Vysočiny Pelhřimov. Cestovní ruch je v prvé řadě vázán na historické jádro - městskou památkovou rezervaci. Turistický potenciál Pelhřimova je dále umocňován množstvím významných kulturních a sportovních akcí. Pelhřimov a jeho okolí nabízí také vhodné přírodní podmínky pro rozvoj cestovního ruchu především v oblasti pěší turistiky a cykloturistiky.

Město je charakteristické netradičními akcemi a expozicemi. S tím souvisí také pojem Pelhřimov – město rekordů. Právě rekordy a kuriozity jsou významným lákadlem, které na Pelhřimovsko přivádí tisíce návštěvníků, ať již jde o mezinárodní festival Pelhřimov – město rekordů, Muzeum rekordů a kuriozit apod. Mezi další netradiční expozice, kterou mohou návštěvníci shlédnout patří v roce 2003 otevřené Muzeum strašidel, které se okamžitě stalo významným turistickým produktem a cílem pro školní zájezdy, dětské tábory a rodinné výlety.

Kulturní zařízení města Pelhřimov (KZmP), agentura Dobrý den, s.r.o. a Městský úřad Pelhřimov společně vytvořily v roce 2003 Koncepti cestovního ruchu města Pelhřimov. Koncepti je důležité vnímat jako významný programový materiál, který vytýčil společné aktivity pro rozvoj cestovního ruchu pro období let 2003 – 2006. Na tuto koncepci úzce navazuje Strategie rozvoje města Pelhřimov [30].

## **5.2 Primární nabídka**

### **5.2.1 Přírodní atraktivity**

#### **Městské sady**

Městské sady [30] tvoří významný krajinný prvek části Pelhřimova a lemují břehy říčky Bělé. Byly založeny po roce 1880 a rozkládají se na ploše 18 ha. Městské sady v Pelhřimově jsou přirozeným místem procházek jeho obyvatel a návštěvníků, kde tráví svůj volný čas a věnují se pěší turistice, při které mají možnost pozorovat rozmanitost

přírody v celé její kráse. Přírodní charakter parku s pestrou skladbou dřevin, zajímavá historie vzniku městských sadů a jejich vysoká návštěvnost byly podnětem pro vybudování okruhu naučné stezky informující o zajímavostech parku samotného i přírody Pelhřimovska vůbec.

### **Památné stromy**

Ve městě Pelhřimov se nachází skupina dvou památných stromů [30]. Lípy malolisté, s obvody kmenů 230 a 280 cm, jsou k vidění u křížku v ulici B. Němcové. Pelhřimovskými stromy připravenými na vyhlášení památnými jsou: javor klen, který se nalézá naproti nemocnici, javor mléč a dvě lípy srdčité v městských sadech, jilm horský, který lze vidět za hotelem Rekrea, a javorová alej v pelhřimovské zahrádkářské kolonii.

### **Přírodní rezervace Křemešník**

Přibližně 10 km od Pelhřimova vzdálená přírodní rezervace [30] představuje přírodě blízký smíšený les a je důležitým regionálním biocentrem. Rezervace se rozprostírá kolem vrchu Křemešník, jehož výška je 765 m nad mořem, a ukrývá v sobě studánky: Zázračná studánka, dle pověsti má léčivé účinky, bývá nazývána „zlatá“ a voda se zde objevuje periodicky od února do svátku Nejsvětější Trojice. Stříbrná studánka se nachází v blízkosti přírodní památky Ivaniny rybníčky a má též mimořádně kvalitní pitnou vodu.

## **5.2.2 Kulturně – historické atraktivity**

### **5.2.2.1 Historické centrum města Pelhřimov**

Pelhřimov byl prohlášen městskou památkovou rezervací, která je tvořena prstencem renesančních, barokních, secesních měšťanských domů a hradeb, společně s Rynářskou, Jihlavskou a Solní branou tvoří jádro města [22].

### **Náměstí**

Velké čtvercové náměstí, mimo jiné jedno z největších v České republice, nedoznalo ve svých rozměrech od doby svého středověkého založení žádných podstatných změn.

Na náměstí jsou zastoupeny všechny významné stavební slohy, gotikou počínaje a funkcionalismem 1. republiky konče. Původní gotická zástavba, která byla zničena při požárech v 16. století, byla nahrazena domy ve slohu renesančním. Po velkém požáru města roku 1766 byla většina fasád domů přestavěna ve slohu barokním. 19. a 20. století poznamenalo charakter náměstí několika stavbami v secesním slohu a ve slohu prvorepublikového funkcionalismu. Původní historické domy se dochovaly jen na západní a severní straně náměstí, tam, kde je podloubí.

### **Dolní (Jihlavská) brána**

Brána byla vystavěna v 16. století jako pevná součást městského opevnění. Je pětipatrová, vysoká 36 m. Střecha má starší středověký čtyřboký stanový tvar - z hřebenu vystupuje osmiboká lucerna s cibulí, bání a praporkem s hvězdou. Uvnitř brány je v současnosti umístěna expozice Muzea rekordů a kuriozit.

### **Radnice**

První zmínka o radnici v Pelhřimově je z roku 1491. Od roku 1850 sídlí v domě čp. 1. Dům míval původně štít, který však byl roku 1841 snesen a navzdory pozdějším snahám dodnes neobnoven. Z okna v patře byl 28. října 1918 oznámen vznik samostatné Československé republiky.

### **Purkrabský dům**

Krásným příkladem vlivu italského renesančního stavitelství je dům čp. 17, postavený v 16. století. Na domě bylo koncem 20. let dvacátého století obnoveno původní renesanční psaníčkové sgrafito. Historie domu, která je spojena s tím, že v něm sídlil královský purkrabí, je v tomto století obohacena o činnost Chrámového družstva, které zajišťovalo po celém území České republiky výrobu kostelních zařízení, nábytku a soch. Dnes se v budově nachází Galerie M a ve sklepení domu unikátní Muzeum strašidel.

### **Šrejnarovský dům**

Roku 1614 si dal postavit zámožný obchodník se sukem Kryštof Šrejnar z Jindřichova Hradce v proluce pod zámkem trojkřídlý jednopatrový dům s mansardovou střechou. Při požáru v roce 1646 vyhořel, důkladně byl přestavěn až počátkem 18. století. Z původní freskové výzdoby se zachoval fragment na nárožním arkýři. Od poloviny

osmdesátých let 20. století je zde umístěna národopisná expozice Muzea Vysočiny Pelhřimov.

### **Horní (Rynárecká) brána**

Podobně jako Dolní byla i Horní brána postavena v 16. století. Mívala předbrání, tvořené menší branou, k níž přiléhala další brána, zvaná lidově Kolíbka, která byla ještě v 18. století opatřena padacím můstkem. Hodiny byly na bránu instalovány již koncem 17. století. Ciferník směrem z náměstí zdobí dvě plechové postavy kozlů, které při bití hodin trkají.

### **Kašna se sochou sv. Jakuba**

Dnešní podoba kašny je z roku 1828. Kašna má kruhový tvar se šesti pilířky po obvodu. Uprostřed stojí osmiboký sloup zakončený zdobenou římsou, na níž je posazena čtyřboká hlavice se čtyřmi lvími hlavami, chrlícími vodu. Na vrcholu hlavice je umístěna socha sv. Jakuba v poutnickém šatu zdobeném lasturami a s kloboukem spuštěným na záda. V ruce má poutnickou hůl zakončenou křížkem. Sv. Jakub je patronem Španělska a kromě jiného i patronem poutníků. Umístění jeho sochy na kašně je symbolické, protože Pelhřimov má ve znaku poutníka.

### **Zámek pánů z Říčán**

Počátky zámku jsou obestřeny mnoha nejasnostmi. Byl snad původně věžovitou gotickou stavbou asi z 15. století. Zbytky se dochovaly v tzv. Gotické síni v přízemí zámku a dokládají, že tento objekt byl zakomponován do městského opevnění. Na tuto nejstarší část byla přistavěna další v letech 1550 - 1551, kdy Pelhřimov vlastnil Adam Říčanský z Říčán. Roku 1682 velký požár zámku způsobil, že byly zahájeny rozsáhlé přestavby v barokním slohu. Do přestavby byla zahrnuta i Solní brána, přistavěno schodiště a k zámku připojena stavba městské šatlavy. Obrovský požár města roku 1766 zničil i budovu zámku. Po opravách, které začaly následujícího roku, si zámek uchoval svůj vzhled s menšími úpravami dodnes. Uprostřed průčelí jsou umístěny sochy Lásky a Spravedlnosti. V dnešní době jsou zde expozice Muzea Vysočiny.

## **Děkanská zahrada**

Roku 1603 byla založena Děkanská zahrada, která se nachází ve středu města. V roce 1907 byla obnovena děkanem F.B. Vaňkem, který roku 1933 nechal vystavět v zahradě altán se šindelovou střechou.

## **Vyhlídková věž**

Nádherný výhled na město i okolní krajinu se nabízí z ochozu věže z výšky třiceti metrů. V horní části věže je zpřístupněna komůrka hlásného s historickými fotografiemi města Pelhřimova. Cestou na ochoz se prochází kolem pelhřimovských zvonů.

### **5.2.2.2 Muzea**

#### **Muzeum Vysočiny Pelhřimov**

Stálé expozice v zámku Říčanských jsou věnovány historii muzea a významným osobnostem. Umělecké sbírky tvoří gotické a barokní plastiky, porcelán, sklo, nábytek a lidové podmalby ve skle. Chronologická historie regionu od počátku osídlení v 10. - 12. století, vznik města, cechy, řemesla a počátky průmyslu jsou umístěny v pozdně renesančním Šrejnarovském domě. Výstavní síň v přízemí zámku Říčanských nabízí výstavy výtvarného umění, výstavy ze sbírkových fondů muzea i didaktické a interaktivní výstavy nejružnějšího zaměření.

Muzeum Vysočiny Pelhřimov připravilo pro leden 2006 výstavu [19] v kontextu jeho činnosti zcela mimořádnou a výjimečnou. Ještě nikdy nedostala veřejnost příležitost prohlédnout si poměrně rozsáhlou a cennou sbírkou mincí, kterou se navíc podařilo rozšířit velmi neobvyklým způsobem, když byla pod schody v Solní bráně objevena schránka s několika sty mincemi. Vystaveny byly nejzajímavější exponáty, převážně nominály, které v různých historických údobích platily v zemích Koruny české. Podstatnou část tvoří právě exponáty pocházející z nálezů ve schodišti ze Solní brány do zámku Říčanských. Jedná se o mince ze sbírky pelhřimovského muzea, které byly s největší pravděpodobností uschovány v době německé okupace. Mince z nálezů byly doplněny mincemi, které mělo muzeum ve své sbírce již dříve a mezi nimiž se nacházejí některé numizmatické unikáty. Veřejnost tak měla jedinečnou a pravděpodobně neopakovatelnou možnost seznámit se s dosud neprezentovanou částí sbírek Muzea Vysočiny v Pelhřimově.

### **Muzeum rekordů a kuriozit**

Ve střední Evropě zcela ojedinělé muzeum ročně navštíví 15 – 20 tisíc lidí [30]. Muzeum mapuje unikátní výkony českých a světových rekordmanů, mnozí z nich jsou zapsáni v Guinnessově knize rekordů.

### **Muzeum strašidel**

Muzeum se nachází ve sklepeních purkrabského sgrafitového domu na Masarykově náměstí. Ihned po otevření, v roce 2003, se stalo významným turistickým lákadlem. K vidění jsou repliky regionálních nadpřirozených bytostí [30].

### **Síň Lipských aneb První české MÚZYum**

Pelhřimov vzdal hold svým slavným rodákům vytvořením Síně Lipských [30], která byla umístěna do přízemí Šrejnarovského domu na pelhřimovském Masarykově náměstí. Do povědomí lidí se z rodu Lipských dostali zejména režisér Oldřich Lipský a jeho bratr, herec Lubomír. Expozice je rozčleněna do tří částí. První část mapuje život a dílo Lipských, jsou zde informace o jejich divadelní činnosti a jejich působení v Pelhřimově. V druhé části, která je věnována filmové tvorbě, je možno shlédnout sestřih nejznámějších filmových scén bratrů Lipských. Jsou zde ke shlédnutí snímky z natáčení či filmové plakáty. Třetí část se nazývá podle filmu vytvořeného Oldřichem Lipským „Velká filmová loupež“. Návštěvník může obdobně jako ve zmíněném filmu vstoupit do děje nejznámějších filmů bratrů Lipských.

#### **5.2.2.3 Církevní památky**

##### **Kostel sv. Bartoloměje**

Kostel zasvěcený Panně Marii [30] byl založen počátkem 14. století, a poté několikrát přestavován. Renesanční sgrafitová omítka pochází ze 16. století. Při poslední rekonstrukci byly objeveny a zrestaurovány malby v kaplích mezi opěrnými oblouky. Šedesát metrů vysoká kostelní věž bývala až do třicátých let 20. století sídlem hlásného. Interiér kostela je převážně barokní.

##### **Kostel sv. Víta**

Nejstarší chrámová stavba v Pelhřimově [22], založená ve 13. století, je trojdílná. V kostele, který byl v 17. století renesančně přestavěn, se nalézají nejbohatší sbírka



náhrobních kamenů na Pelhřimovsku. Jedná se o kamenné desky, které původně kryly hroby nejvýznamnějších osob farnosti. Při opravách v roce 1911 bylo z dlažby svatovítského kostela vyzdviženo 21 náhrobních kamenů. Ležely převážně v hlavní lodi, po celé délce vítězného oblouku a v kněžišti. Mnohé z nich byly již značně vyšlapané a téměř nečitelné. Aby nedocházelo k dalšímu poškození, byly zasazeny do zdiva postranních lodí. K uvedeným 21 kamenům přibyly v roce 1939 další tři. Hřbitovní branka v sousedství kostela získala přestavbami vzhled barokní věže s bání a hodinami.

### **Kostel sv. Kříže (Kalvárie)**

Původně barokní kaple byla v roce 1750 přestavěna na kostel, zároveň s tím bylo přistavěno strmé schodiště. Do novogotického slohu byl kostel přestavěn v letech 1883 – 1886 a k církevním účelům sloužil až do roku 1945. V současné době není kostel volně přístupný návštěvníkům [22].

### **Kaple Panny Marie Sedmibolestné**

Barokní poutní kaple [30] postavená v letech 1710 – 1714 je nejčistší barokní stavbou ve městě. Součástí výzdoby jsou malby v kopuli zobrazující zemské patrony, umělecké dřevorezby a kovaná mříž. Ke kapli jsou připojeny ambity. V sousedství kaple Panny Marie byla v roce 1759 přistavěna kaple sv. Floriána, která sloužila k obytným účelům. V současné době není kaple volně přístupná návštěvníkům.

### **Křemešník**

Poutní místo se rozkládá nedaleko Pelhřimova a je bohaté na církevní památky [30]:

- Kostel Nejsvětější Trojice – původní dřevěná kaple byla roku 1752 přestavěna na barokní kostel, z té doby také pochází pozoruhodný trojboký oltář. V něm jsou uloženy ostatky svatých mučedníků.
- Kaple sv. Jana Křtitele – byla postavena roku 1689 nad „zázračným pramenem“ a na počátku křížové cesty. Zdobí ji reliéf od F. Bílka a sochy sv. Josefa a sv. Anny.

### 5.2.3 Kulturně – společenské a sportovní akce

Významným prvkem z pohledu cestovního ruchu na území města Pelhřimova je množství významných kulturních a společenských akcí.

Mezi nejvýznamnější a nejznámější patří mezinárodní festival rekordů a kuriozit „Pelhřimov – město rekordů“, který se koná v červnu. Největší akcí svého druhu na světě je červnový závod v raftingu „O pohár města Humpolce“, který se koná za účasti stovky čtyřčlenných profesionálních i amatérských posádek na řece Trnavě, kde se nachází nejnáročnější umělý vodácký kanál v Evropě. Na Trnavu přijíždějí i osobnosti z oblasti kultury a politiky. V září se zde setkávají rodiny z celé republiky ve sportovním klání „Trnávka pro všechny“ a také šestičlenné posádky ze zahraničí, které si s domácími měří síly v Evropském poháru [7].

Konkrétní kulturně – společenské a sportovní akce, které se konají v Pelhřimově a okolí jsou prezentovány v tabulce 1.

Tabulka 1: Vybrané kulturně – společenské a sportovní akce v Pelhřimově a okolí

<b>Termín konání (měsíc)</b>	<b>Název akce</b>	<b>Místo konání</b>
Leden	Zimní pochod přes tři vrchy po Evropském rozvodí	Trasa: Javořice - Čeřínek - Křemešník
Duben	Mezinárodní turnaj v košíkové dívce	Sportovní hala
Květen	Dny záchranářů a festival hasičských dechových hudeb Pelhřimov	Masarykovo náměstí
Květen	Rockový festival Poutníkfest	Pivovarský dvůr
Červen	Mistrovství republiky ve sportovní gymnastice	Sportovní hala
Červen	Pelhřimov – město rekordů	Pelhřimov
Červen	Region tančí	KD Máj
Červenec	Přes tři vrchy vysočiny – cyklistický maraton	Křemešník – Čeřínek - Javořice
Červenec – srpen	Promenádní koncerty	Masarykovo náměstí
Červenec – srpen	Rocková tea	KD Máj
Září	Dny evropského kulturního dědictví	Historické jádro města
Září	Týden duševního zdraví	Vybrané objekty města
Září	Hospodářská výstava	Masarykovo náměstí
Září/říjen	Evropský týden mládeže	ICM Pelhřimov
Říjen	Budoshow	Sportovní hala
Listopad	Festival cestování	KD Máj
Listopad	Mezinárodní rockový festival Rocksession	KD Máj
Prosinec	Mezinárodní závody v bojových uměních	Sportovní hala
Prosinec	Zlatá neděle na radnici	Masarykovo náměstí

Zdroj: Strategický plán rozvoje města Pelhřimov

## 5.3 Sekundární nabídka

### 5.3.1 Suprastruktura cestovního ruchu

#### 5.3.1.1 Ubytování

Mezi základní turistickou suprastrukturu, která determinuje množství návštěvníků, patří ubytovací kapacity.

Z hlediska kategorizace ubytovacích zařízení je zde nabídka vyrovnaná [30]. Ve městě se nachází jak hotely a penziony, tak i ubytování v soukromí a turistické ubytovny (viz příloha č. 3). Největší celoroční ubytovací kapacitu má Hotel Rekrea, následuje turistická ubytovna Jena. Ve městě Pelhřimov ani v jeho blízkém okolí se nenachází žádný kemp či tábořiště. Přibližně 10 km od Pelhřimova se nalézá chatová osada Kladiny. Ubytovací zařízení s kapacitou větší než 10 lůžek jsou v tabulce 2.

Tabulka 2: Přehled ubytovacích zařízení v Pelhřimově a okolí s více než 10 lůžky

Název zařízení	Lokalita	Kapacita lůžek	Stravování v objektu (ano/ne)	Cena za 1 osobu a noc (v Kč)
Fit Farma	Vlásenická 1900	10	ne	520
Hotel Křemešník	Křemešník 4	45	ano	375
Hotel Rekrea	Slovan. bratrství 1664	110	ano	750
Hotel Slávie	Masarykovo nám. 29	22	ano	550
Motel Bernard	Starý Pelhřimov	30	ano	420
Motel Farma Poříčí	Služátky 25	31	ano	700
Motel Velký Rybník	Velký Rybník 17	19	ano	450
Penzion Lucerna	Solní 853	40	ano	680
Sporthotel	Nádražní 1536	45	ano	350
Turistická ubytovna Jena	Pražská 1541	60	ne	150

Zdroj: Vlastní šetření, Turistické informační centrum

#### 5.3.1.2 Stravování

Stravovací služby poskytují v regionu Pelhřimovsko restaurace různých specializací a také většina z ubytovacích zařízení. Největší počet stravovacích zařízení je situován v centru Pelhřimova. Návštěvníci mají možnost výběru z restaurací, pizzerií, rychlého občerstvení a cukráren. Seznam stravovacích zařízení je obsažen v příloze č. 3.

## **5.3.2 Infrastruktura cestovního ruchu**

### **5.3.2.1 Informační služby a propagace**

Kvalitní informační služby jsou základem k úspěšné propagaci města. Dobře propracovaná informační kampaň má za cíl do města návštěvníka přilákat a následně mu nabídnout co nejširší nabídku produktů tak, aby návštěvník v dané oblasti mohl strávit co nejdelší dobu.

#### **Turistické informační centrum Pelhřimov (TIC)**

TIC [30] sídlí na Masarykově náměstí v centru města. Zřizovatelem je město Pelhřimov a provozovatelem je organizace Kulturní zařízení města Pelhřimov. TIC Pelhřimov je členem Asociace turistických center ČR. TIC poskytuje široké spektrum služeb pro návštěvníky a turisty. Hlavní náplň činnosti informačního centra je poskytovat:

- informace o historii a současnosti Pelhřimova,
- informace o kultuře a sportovních akcích,
- důležitá telefonní čísla,
- adresář firem, organizací, institucí, spolků,
- vlakové a autobusové spoje,
- ubytování nejen ve městě,
- zajištění průvodcovských služeb,
- informace o turistických cílech v Pelhřimově a okolí,
- prodej upomínkových a propagačních předmětů,
- předprodej vstupenek,
- veřejně přístupné internetové stanice,
- propagační materiály města a okolí,
- databáze kontaktů dle různého zaměření.

#### **Informační centrum mládeže Pelhřimov (ICM)**

Zřizovatelem a provozovatelem ICM [30] je Občanské sdružení Hodina H. ICM doplňuje činnost TIC a součástí jeho činnosti je poskytování informací o regionu, k tomuto účelu jsou zde k dispozici informační materiály, internet apod. ICM je regionální partner Eurodesku (Evropská informační síť pro mládež), což je významné z pohledu propagace města v mezinárodním měřítku.

V současné době je pro návštěvníky v TIC a v ICM k dispozici množství informačních brožur, publikací a knih. Do nedávné doby zde však chyběly ucelené informace - komplexní turistický průvodce, kde by návštěvník našel souhrnné informace o turistických zajímavostech, kultuře, dopravě (jízdni řády), kontakty na poskytovatele služeb, autoopravny, policii, zdravotnictví, poštu, banky aj.

Kraj Vysočina vyhlásil v roce 2005 Výzvu k předkládání akcí do grantového schématu „Podpora regionálních a místních služeb cestovního ruchu v kraji Vysočina 2005“. Město Pelhřimov ve spolupráci se Sdružením mikroregionu Pelhřimov a Kulturními zařízeními města Pelhřimov na základě této výzvy zpracovali projektovou žádost Rozvoj cestovního ruchu na Pelhřimovsku. Obsahem projektu je kvalitní koordinace, sladění informačních aktivit v oblasti cestovního ruchu a vytvoření nových informačně prezentačních produktů cestovního ruchu, kterými jsou listové a elektronické propagační materiály či suvenýry. Díky zahájení projektu bylo možno vydat propagační materiál [26], jehož obsahem je stručný přehled historie, kalendář pravidelných společenských akcí, možnost ubytování a přehled poskytovaných služeb v obcích. Dále pak tipy na výlety, včetně turistických a cyklistických tras, mapa regionu s vyznačenými trasami a ohraničením regionu. Materiál je určen nejen turistům, ale i obyvatelům regionu a široké veřejnosti.

Na základě uvedeného projektu se plánuje rozšíření stávající nedostatečné nabídky kompletních produktů „šitých na míru“ jednotlivým skupinám návštěvníků. Příprava těchto produktů je předpokladem úspěchu v narůstající globální konkurenci v cestovním ruchu. Produkty by měly obsahovat podrobné informace o konkrétních službách.

V současnosti je také možno zakoupit novou knihu Pelhřimov – město poutníkovo [13], kterou vydalo Kulturní zařízení města Pelhřimova. Jedná se o reprezentativní publikaci, charakterizující současný Pelhřimov.

Propagace města z hlediska cestovního ruchu je zajišťována, kromě nových propagačních materiálů, především prostřednictvím webových stránek. Provázanost mezi jednotlivými aktéry cestovního ruchu v oblasti propagace (informační centra, podnikatelské subjekty, provozovatelé muzeí a expozic) je v současné době stále na nižší úrovni.

### 5.3.2.2 Kulturně – společenská a sportovně – rekreační zařízení

Téměř samozřejmostí je existence městského divadla a kina, která nabízejí program bohatý na různorodá představení během celého roku.

Výstavy výtvarných děl a různorodých sbírek nabízejí Galerie M, Galerie Jana Zábrany, galerie Muzea Vysočiny, kostel sv. Víta. Koncerty různých žánrů probíhají celoročně v kostele sv. Víta, freskovém sále Muzea Vysočiny a v městském divadle.

Pelhřimovský víceúčelový sportovní areál nabízí k vyžití bazén, dětské brouzdaliště, skluzavku, hřiště pro volejbal a plážový volejbal. Dále je vybaven gymnastickým sálem, posilovnou, kuželnou. Návštěvníci mohou využívat také zimní stadion, travnaté a pískové hřiště nebo atletickou dráhu. V Pelhřimově jsou turistům také k dispozici tenisové kurty, hala pro stolní tenis, hřiště pro minigolf a střelnice.

Pelhřimovsko nabízí možnost sportovního vyžití také v zimě, a to zejména lyžařům. Upravené sjezdovky [19] se nacházejí na Křemešníku, Antonce, v Proseči pod Křemešníkem a v Božejově. Délka sjezdovek je v rozpětí 240 – 350 m.

Tabulka 3 zachycuje celkový počet sportovních a kulturních zařízení v Pelhřimově.

Tabulka 3: Počet sportovních a kulturních zařízení v Pelhřimově v roce 2006

<b>Sportovní zařízení</b>	<b>Počet</b>
Koupaliště a bazény	2
Hřiště (s provozovatelem nebo správcem)	9
Tělocvičny (včetně školních)	9
Stadiony otevřené	2
Zimní stadiony (kryté i otevřené)	1
Ostatní zařízení pro tělovýchovu (s provozovatelem nebo správcem)	10
<b>Kulturní zařízení</b>	<b>Počet</b>
Veřejná knihovna (včetně poboček)	2
Stálá kina	1
Divadla	1
Muzea	4
Galerie a výstavní síně	2
Ostatní kulturní zařízení	16
Středisko pro volný čas dětí a mládeže	1

Zdroj: [www.czso.cz](http://www.czso.cz)

### 5.3.2.3 Doprovodná infrastruktura

#### Cyklistické trasy

Přírodní a kulturní atraktivity, které se nacházejí v bezprostřední blízkosti města, a přijatelné terénní podmínky tvoří významný potenciál pro rozvoj cyklistické dopravy [30]. Městem Pelhřimov prochází značená cykloturistická trasa č.5129: Pelhřimov – Křemešník – Nový Rychnov – Třešť, která se napojuje na dálkovou cyklotrasu č.16, tzv. Českomoravskou stezku. Součástí značení této trasy je v návaznosti na „pelhřimovské rekordy a kuriozity“ největší značka cyklotras na světě. Další připravované cyklotrasy procházející regionem nabízí tabulka 4.

Tabulka 4: Připravované cyklotrasy procházející Pelhřimovem

Číslo cyklotrasy	Průběh cyklotrasy
1223	Pelhřimov – Radětín – Krasíkovice – Kojčice – Klečná – Smrdov
1224	Kojčice – Svěpravice – Popelištná – Červená Řečice
1219	Pacov – Nová Cerekev – Pelhřimov

Zdroj: Strategický plán rozvoje města Pelhřimov

#### Pěší turistické trasy

V současné době vede městem Pelhřimov a jeho okolím několik turistických tras, uvedených v tabulce 5.

Tabulka 5: Pěší trasy procházející Pelhřimovem

Barva	Číslo trasy	Průběh pěší trasy
Červená	0144	Červená Řečice - Želiv - přehrada Sedlice - Krasíkovice - Pelhřimov
Červená	0156	Pelhřimov - Nivy - Křemešník - Nový Rychnov
Modrá	1258	Pelřimov - Hejlavský rybník - Nová Cerekev - Nový dvůr - Pacov
Modrá	1293	Pelhřimov - Starý Pelhřimov - Čakovice - Bácovice - Červená Řečice
Zelená	3372	Pelhřimov - Peklo - pod Hodějovicemi - Svěpravice - Mokřiny - Želiv
Žlutá	6358	Starý Pelhřimov - Pelhřimov - V Podolcích - Chvojnov – Mladé Bříšně

Zdroj: Strategický plán rozvoje města Pelhřimov



## Naučné a tématické stezky

Ve městě Pelhřimov je vybudována **Stezka po stavebních slozích** [19]. Stezka je zaměřena na seznámení se stavebními slohy, které zprostředkovávají historické stavební památky městské památkové rezervace. Za jejich dlouhého vývoje prošla řada z nich různými stavebními úpravami a změnami, řada dalších si zachovala svůj původní vzhled. Výchozím bodem stezky je TIC na pelhřimovském náměstí. Zde mohou návštěvníci získat mapu naučné stezky a průvodní materiál. Dům, ve kterém informační středisko sídlí, je současně i prvním zastavením stezky. Odtud vycházejí 2 trasy stezky - jedna vede historickým jádrem města, druhá seznamuje návštěvníky se stavebními památkami a slohy v předměstských částech Pelhřimova. Na stezce je celkem 43 zastavení. Všechna jsou označena modrou tabulí s popisem. Návštěvníci se po trase stezky pohybují pomocí mapy a směrovek.

Na sklonku roku 2003 Městský úřad Pelhřimov a Středisko ekologické výchovy Mravenec připravily projekt **Naučná stezka Městské sady** [19]. Přírodní charakter parku s pestrou skladbou dřevin, zajímavá historie vzniku městských sadů a jejich vysoká návštěvnost vedly k myšlence vybudovat okruh naučné stezky informující o zajímavostech parku samotného i přírody Pelhřimovska vůbec. Naučná stezka je vhodným prostředkem, jak nenásilně, poutavě a přirozeně v přírodním prostředí široké veřejnosti přiblížit rozmanitost a hodnotu krásné a zachovalé přírody na Vysočině. Naučná stezka Městské sady se skládá z dvanácti informačních tabulí, rozmístěných v okruhu téměř 3 km.

**Procházka Českou knihou rekordů** [18] je přibližně 1,8 km dlouhý okruh centrem Pelhřimova vycházející z Muzea rekordů a kuriozit a končící v Domě dobrých dnů, kde je umístěna unikátní expozice staveb ze zápalek. Zvukové tabule sdělují dle výběru to nejzajímavější z České knihy rekordů.

Další trasy se nacházejí v území přírodní rezervace Křemešník [30]:

**Křížová cesta** byla založena v roce 1689, vychází od periodické studánky k vrcholu Křemešníku a má 14 zastavení, která tvoří 13 kapliček zdobených malbami a křížkem. Čtrnáctým zastavením je Boží hrob se sochou Krista. Autorem návrhu cesty je malíř a sochař F. Bílek a sochu zhotovil A. Bílek. Trasa **naučné stezky Křemešník** vede okolo temene stejnojmenného vrchu, který se vypíná v jižní části Českomoravské vrchoviny asi 10 km východně od Pelhřimova. Z větší části kopíruje hranici přírodní rezervace Křemešník. Stezka je zaměřena na seznámení s přírodní rezervací, ale upozorňuje návštěvníky i na kulturní památky a přibližuje jim historii a význam těchto památek.

Přibližně 3 km dlouhá stezka je určena především pěším návštěvníkům. Výchozí místo je na parkovišti u horského hotelu Křemešník, kde je umístěna informační tabule s mapou stezky a směrovkou, která návštěvníky navede k prvnímu zastavení, jež je umístěno asi 200 m jihovýchodně od parkoviště. Na trase je 8 zastavení osazených originálně zpracovanými informačními panely. Návštěvníci jsou po stezce vedeni značením obvyklým pro naučné stezky. Na trase jsou osazeny i lavice a dřevěné stoly, které vybízejí návštěvníky k odpočinku.

### **5.3.3 Všeobecná infrastruktura a dostupnost**

Město Pelhřimov leží na křižovatce dvou silnic I. třídy:

- Silnice I/19: Plzeň – Rožmitál pod Třemšínem – Tábor – Pelhřimov – Jihlava - Brno, která představuje významnou dopravní spojnicí ve směru západ - východ. Silnice dále plní funkci hlavního přivaděče.
- Silnice I/34: České Budějovice – Jindřichův Hradec – Pelhřimov – Humpolec – Havlíčkův Brod – Svitavy je součástí mezinárodní silniční sítě jako E – 551 (České Budějovice – Humpolec).

V roce 2003 proběhlo otevření I. etapy dopravního okruhu města, čímž došlo významným způsobem k odklonu dopravy z centra města. V závěru roku 2003 rozhodli zastupitelé města Pelhřimov o další (západní) podobě dopravního okruhu. Ten povede od stávajícího dopravního okruhu u Starého Pelhřimova za rybníkem Stráž, přičemž k napojení na silnici, vedoucí na Jindřichův Hradec, dojde před Myslotínem [30].

#### **5.3.3.1 Letecká doprava**

Město Pelhřimov ani okolní region není cílem mezinárodních a vnitrostátních linek letecké dopravy. Co se týče blízkosti ostatních letišť, nejbližší veřejné mezinárodní letiště s pravidelným letovým provozem je Letiště Praha – Ruzyně, popř. Letiště Brno - Tuřany.

#### **5.3.3.2 Železniční doprava**

Městem prochází železniční trať s motorovou trakcí č.224 Horní Cerekev – Pelhřimov – Tábor [30]. Tato trať má z pohledu osobní dopravy spíše regionální význam.

Trat' spojuje město Pelhřimov s významnějšími tratěmi s elektrickým provozem č. 225 Jihlava – Veselí n. Lužnicí a č.220 České Budějovice – Veselí nad Lužnicí - Tábor – Benešov u Prahy. Konkrétní počet železničních linek nabízí tabulka 6.

Tabulka 6: Počet místních osobních a spěšných železničních linek ve městě Pelhřimov

Den	Počet osobních vlaků	Počet spěšných vlaků
Všední den	15	2
Sobota	11	2
Neděle	11	2

Zdroj: Strategický plán rozvoje města Pelhřimov

### 5.3.3.3 Autobusová doprava

Základní dopravní obslužnost ve spádovém území města Pelhřimov zajišťuje převážně firma ICOM Transport Jihlava a. s. [30]. Ostatní společnosti jsou zastoupeny v menší míře. Autobusová doprava zahrnuje pravidelnou linkovou dopravu příměstskou a meziměstskou, včetně dálkových linek a mezinárodních spojů. ICOM Transport a. s. zároveň ve městě Pelhřimov provozuje 3 linky městské hromadné dopravy. Horší situace je v oblasti pokrytí místních částí hromadnou dopravou, především jde o víkendové spoje do Pelhřimova. Počet linek v Pelhřimově ukazuje tabulka 7.

Tabulka 7: Počet místních meziměstských a dálkových linek ve městě Pelhřimov

Den	Místní meziměstská linka	Dálková linka	Mezinárodní linka
Všední den	91	33	2
Sobota	1	11	1
Neděle	3	45	3

Zdroj: Strategický plán rozvoje města Pelhřimov

## 6 PELHŘIMOV – MĚSTO REKORDŮ

### 6.1 Agentura Dobrý den

V roce 1986 založil Miroslav Marek [18], v současné době prezident agentury, při pelhřimovském Okresním domě pionýrů a mládeže klub středoškoláků, jehož členové nejprve vytvářeli zábavu sami pro sebe, ale později se začali připravovat také na práci vedoucích letních táborů, zájmových kroužků či organizátorů různých akcí. Převládala legrace, recese a touha poznat nepoznané i neobvyklé, seznámit se s novými přáteli, zažít dobrodružství a dokázat si, že člověk vydrží mnohem více než si myslí. Členem klubu byl i Josef Vaněk, který je v současnosti programovým ředitelem agentury. Všichni spolu hráli spoustu her, jezdili na víkendové akce i výlety po naší republice a do zahraničí.

Souběžně chystalo několik zainteresovaných osob včetně Luboše Rafaje, současného obchodního ředitele agentury, pod záštitou kulturního domu Máj a později i Domu dětí a mládeže každý měsíc oblíbené klubové večery pod názvem Houpačka. Později všichni tři jmenovaní vytvořili společnost s ručením omezeným.

Na počátku roku 1989 dostal klub při Domu dětí a mládeže název Dobrý den, kterým vyjadřuje své poslání, a to: „Chceme, aby všechny dny, které prožijete s námi a na našich akcích, byly dobré.“ Na podzim se klub osamostatnil. Vzniklo také logo (viz příloha č. 2), které má svou filozofii: kus utrženého papíru s nápisem Dobrý den je spínacím špendlíkem připnut k cihlové zdi. Na první pohled nemožné, a přesto to tak je.

Prvním pelhřimovským rekordem bylo upletení šály dlouhé 25,8 m na dětském táboře v Chaloupkách u Nového Rychnova. Rekord přinesl i první kontakt s publicistou Ladislavem Kochánkem, autorem knihy 1000 českých NEJ ... a pozdějším spolupracovníkem agentury Dobrý den.

V září 1990 vznikl v Pelhřimově první světový rekord: 12 členů klubu Dobrý den za pomoci rozsáhlého doprovodného štábu klubu zdolalo 12kilometrovou vzdálenost z Křemešníku do Pelhřimova kotrmelcovým způsobem pohybu. Řetězec lidí se během 8,15 hodiny ani jednou nerozpojil, bylo vykonáno 10 684 kotrmelců a 12 zúčastněných přišlo v průběhu pokusu v průměru o 5 kg své váhy. V roce 1991 byl klub Dobrý den na základě tohoto pokusu pozván na festival rekordů do belgického Pepinsteru. Ve stejném roce probíhal v Pelhřimově první, zprvu velmi komorní, festival Pelhřimov - město rekordů. Zpočátku jsou rekordmany pouze členové klubu.

V roce 1994 otevírá klub Dobrý den, po dvouletém úsilí o získání prostorů, Muzeum rekordů a kuriozit, v roce 1995 začíná nekonečná práce na České databance rekordů.

Na dosud amatérské sdružení začal velmi intenzivně působit tlak lidí pokoušejících se o rekord, byl to podnět pro opuštění zaměstnání a pokus se profesionalizovat, a tak vznikla agentura Dobrý den, s. r. o. Pelhřimov.

V současnosti agentura Dobrý den zastřešuje oblast rekordů a kuriozit v České republice, eviduje české i světové rekordy, a to v nejširším možném záběru. Na průběh většiny rekordních pokusů pořádaných na území celé České republiky a z části také na Slovensku dohlížejí členové týmu rozhodčích agentury, kteří jsou sami držitelé několika rekordů. Česká databanka rekordů, kterou agentura Dobrý den již několik let systematicky vede, čítá v současné době několik tisíc údajů o rekordech ze všech oborů lidské činnosti. Více než deset tisíc snímků zachycujících ojedinělé okamžiky rekordních pokusů a objektů je obsaženo v databance fotografií. Na základě těchto dvou databank vznikla Česká kniha rekordů, jejímž autorem a vydavatelem je také agentura Dobrý den. Jednou z širokého spektra činností uváděné agentury je sestavování českých dodatků pro knihu Guinnessovy světové rekordy a pro jejího českého vydavatele – nakladatelství Olympia, tyto dodatky vycházejí již od roku 1996. Při vytváření originálních programů spolupracuje s rekordmany a tvůrci kuriozit, během roku pořádá desítky akcí spojených s prezentací stávajících i nových rekordů. Českou republiku reprezentuje na zahraničních festivalech rekordů v Belgii, Francii, Rakousku, Německu, Polsku.

Agentura se významně podílí na rozvoji cestovního ruchu v Pelhřimově, pro který ve spolupráci s dalšími subjekty zpracovala koncepci rozvoje cestovního ruchu. Neustále vytváří produkty cestovního ruchu, na jejichž základě je region propagován jako „Pelhřimov – město rekordů“ (viz příloha č. 2).

## **6.2 Produkty cestovního ruchu z oblasti rekordů a kuriozit**

### **6.2.1 Mezinárodní festival Pelhřimov – město rekordů**

Prvním a nejvýznamnějším produktem v oblasti rekordů a kuriozit je mezinárodní festival Pelhřimov – město rekordů [18], jehož první ročník proběhl v roce 1991. Koná se každoročně druhý víkend v červnu. Jedná se o setkání rekordmanů s příznivci netradiční zábavy, širokou veřejností a se zástupci mediálních prostředků. Festival nabízí kulturní

program bohatý na neobvyklé situace, postřehy a samozřejmě na rekordní výkony (viz příloha č. 4), které jsou ukládány do České databanky rekordů a posléze uváděny v České knize rekordů, případně i v českých dodatcích knihy Guinnessovy světové rekordy. U příležitosti tohoto festivalu se vyhlašují výroční rekordmanské ceny Rekordman roku a Kuriozita roku. 16. ročník největšího festivalu svého druhu v Evropě se koná 9. – 10. června 2006 a záštitu nad ním převzal ministr pro místní rozvoj Mgr. Radko Martínek.

## 6.2.2 Muzeum rekordů a kuriozit

Dalším krokem k rozvoji cestovního ruchu na území Pelhřimovska bylo otevření ve střední Evropě ojedinělého Muzea rekordů a kuriozit [18], a to 30. června 1994 v Dolní (Jihlavské) bráně pelhřimovského náměstí. V současné době jsou v pěti zrekonstruovaných patrech brány nashromážděny unikátní exponáty, které se jinde na světě nevyskytují. Přehlédnout nelze třímetrový zubní kartáček, největší lžici z jednoho kusu dřeva dlouhou přes dva a půl metru. Dále jsou tu k vidění košile a kalhoty zhotovené z knoflíků, oblečení vyrobené ze spínacích špendlíků, šaty z poštovních známek nebo největší pyžamo na světě dlouhé devět metrů. Za obdiv také stojí obraz pelhřimovského Masarykova náměstí o rozměrech 120 x 200 cm, vyrobený kompletně celý z osmi druhů těstovin, a nespočet dalších unikátů. V muzeu jsou ovšem zmapovány i jedinečné výkony českých i světových rekordmanů, z nichž jsou mnozí zapsáni v České knize rekordů a někteří také v knize Guinnessovy světové rekordy. Fotografická expozice zde umístěná zachycuje neopakovatelné momenty z průběhu minulých ročníků festivalu Pelhřimov – město rekordů a mnoho rekordních pokusů uskutečňovaných na území celé České republiky. Kuriózní oblasti lidského konání prezentuje expozice více než padesáti nejružnějších trojrozměrných obřích a miniaturních předmětů doplněná výkladem průvodce muzea. Každý nový exponát je představován veřejnosti prostřednictvím celostátních médií. Návštěvníci vyšší než 205 cm, nebo naopak menší než 135 cm, popřípadě s obvodem pasu nad 145 cm mají do Muzea rekordů a kuriozit vstup zdarma, stejně jako v prvním prázdninovém týdnu děti, které přinesou ukázat své vysvědčení se samými jedničkami. Muzeum je otevřeno každý den od 9 do 17 hodin. Malým pokračováním muzea je centrum volného času Minimax v budově pelhřimovského kina, kde se nachází několik obřích exponátů.

### 6.2.3 Česká databanka rekordů

Tato ojedinělá databanka [18] shromažďuje veškeré dostupné informace o rekordních událostech ze všech oblastí lidského konání. Díky usilovné práci obsahuje několik tisíc údajů o rekordech a databanka fotografií čítá tisíce snímků. Aktualizace databanky představuje náročnou práci z hlediska zjišťování údajů, jejich registrováním, zapisováním a zpětným ověřováním. Pro registraci rekordu je nutné, aby pokus o něj probíhal za účasti rozhodčího agentury Dobrý den, nebo pod dohledem notáře. Při splnění uvedené podmínky je úspěšný rekordní pokus agenturou Dobrý den zaregistrován do České databanky rekordů a oficiálně potvrzen certifikátem o vytvoření rekordu. Následně je navržen k zápisu do České knihy rekordů a vložen po dohodě s agenturou na její oficiální webové stránky. V případě aspirace výkonu na světový rekord a po dohodě s pořadatelem pokusu je zaslán k posouzení do londýnské redakce knihy Guinnessovy světové rekordy.

### 6.2.4 Soutok vod planety Země

Od ledna 2005, kdy byl v expozici pelhřimovského Muzea rekordů a kuriozit zahájen tento projekt [18], přiteklo pomocí obřího trychtýře do pelhřimovské říčky Bělá již 298 vzorků ze 41 zemí. Kanadou, USA, Mexikem a Peru na západní straně mapy světa počínaje, Čínou, Indií a Japonskem na východní straně konče. Od Norska, Švédska a Finska na severu, po Jihoafrickou republiku na jihu. V archivu agentury Dobrý den se potkaly vody bájného města Inků Machu Picchu s vodami neméně bájně hory Ararat, ledovec z nejvyšší norské hory Galdhoppigen se smísil se sněhem Kilimandžára a své místo v něm našly i legendární řeky Eufrat, Tigris a Ganga. Ledové kroupy, které ničily úrodu v Kojčicích se rozpustily v mořské vodě nabrané 50 metrů pod hladinou na severním pobřeží indonéského ostrova Bali a poté smíchaly s vodou z albánských minerálních pramenů a desítkami dalších vzorků. Soutok vod i nadále pokračuje a přispět do něho může kdokoli, kdo do expozice muzea přiveze nebo pošle 0,5 litru vody z jakéhokoliv místa naší planety. Láhev musí být označena místem a datem odběru, je třeba uvést zdroj vody a sdělit jméno nebo název organizace. Voda je vlivána společně s ostatními vodami obřím trychtýřem do nádrže, ve které tak vznikne „Voda planety Země“. Základní soutok byl proveden 15. května 2004 na náměstí v Třešti, pokračování proběhlo na mezinárodním veletrhu cestovního ruchu GO a Regiontour 2005, dále v rámci programu Pražského internacionálního maratonu a také při 15. ročníku



mezinárodního festivalu Pelhřimov - město rekordů v červnu 2005. Zatím poslední soutok proběhl v průběhu veletrhu cestovního ruchu Holiday World 2006 na výstavišti v Praze – Holešovicích.

### **6.2.5 Zlaté české ručičky a unikáty ze zápalek**

Nová expozice Muzea rekordů a kuriozit se nachází v Domě dobrých dnů [18], na Nábřeží rekordů a kuriozit v Pelhřimově. Jedná se o soubor plastik, obrazů i trojrozměrných předmětů vytvořených v průběhu 40 let jedním člověkem. Veškeré exponáty jsou zhotoveny výhradně z různobarevných zápalek, s použitím několika druhů lepidel a impregnačních roztoků, jedinou výjimku tvoří kovové mechaniky zápalkových hudebních nástrojů, čočky dalekohledu a skla zrcadel se zápalkovými rámy. O náročnosti díla a zručnosti i trpělivosti tvůrce svědčí následující čísla: celkový počet použitých zápalek je 571 871 kusů, spotřeba zápalkových hlaviček činí 248 344 kusů, čas využitý na výrobu všech děl představuje 63 310 hodin, to je 7 let, 2 měsíce, 22 dní a 22 hodin čistého času.

Druhou část expozice tvoří kuriozity jako například loutka malující obrazy, parní stroj ze skla, sochy vyřezané motorovou pilou a další. Dům dobrých dnů je otevřen denně od 9 do 17 hodin.

### **6.2.6 Procházka Českou knihou rekordů**

Stezka [18] vedoucí centem Pelhřimova začíná v Muzeu rekordů a kuriozit a končí v Domě dobrých dnů. Na přibližně 1,8 km dlouhém okruhu je možné si prohlédnout obří poštovní schránku, téměř sedmimetrový spínací špendlík či největší nerezový trychtýř, seznámit se s řadou rekordmanů a na třech zvukových tabulích si dle vlastního výběru zadat a poslechnout informace o více než 300 rekordech z České knihy rekordů, a to nejen v českém, ale i v anglickém a německém jazyce. Každé zastavení představuje jeden tématický okruh rekordů s údaji, fotografiemi a zajímavostmi z oboru.

### **6.2.7 Zlatá neděle na radnici**

Pelhřimovská tradiční akce [18] nabízí návštěvníkům rekordy spojené s vánocemi. V neděli 18. prosince 2005 při ní byla upletena nejdelší vánoční ozdoba ze slámy, která měří 41 m, a zapálena nejdelší vánoční prskavka v České republice, ta měří 2,5 m. Na pelhřimovském náměstí se kromě jiného vařil grog v největší nerezové konvici



na světě, ale také se pekla vánočka: ta tradiční i obří. Vánoční atmosféru dotvářel živý betlém s živým velbloudem.

## 6.2.8 Velikonoční program

Agentura Dobrý den každoročně pořádá v období velikonoce program spojený s rekordy a kuriozitami. Součástí velikonočního programu v roce 2006 [14] bylo představení nového exponátu na stezce Procházka Českou knihou rekordů, kterým je ukázka části největší sbírky odrátovaných kraslic od největšího počtu autorů. Sbírkou 310 odrátovaných kraslic byla vytvořena 153 autory v průběhu 8 měsíců. V rámci programu byla také prezentována dřevěná kraslice rekordní velikosti a unikátní kraslice ze zápalek.

V průběhu programu vznikl na pelhřimovském Masarykově náměstí nový rekordní výkon. 940 dětí z pelhřimovských základních škol, oblečených do barevných triček, vytvořilo přibližně dvacetimetrovou mozaiku velikonoční kraslice [19].

## 6.3 Propagace

### 6.3.1 Využití médií

Aktivity na poli rekordním vzbuzují velký mediální zájem. Jedním z nejvýznamnějších počínů v oblasti spolupráce s médii bylo natočení více než sta dílů seriálu ČT 1 Rekordy a kuriozity, které se uskutečnilo na náměstí a v ulicích města Pelhřimov. Stejnomený hodinový pořad, který byl vysílán na rádiu Frekvence 1, měl přes 80 pokračování. Dva a půl roku byla součástí Nedělního Blesku celostránková pravidelná rubrika věnovaná podivuhodnému světu českých rekordů.

Od června 2002 existuje na Českém rozhlasu Region každodenní pořad s názvem Region rekordů a kuriozit [18]. Rozsáhlé články a zpravodajství přinášejí pravidelně Blesk, Mladá fronta Dnes, Deníky Bohemia, Český rozhlas Radiožurnál, rádia Impuls, Vysočina a Faktor. Rekordních pokusů se pravidelně účastní nejen Česká televize, ale také TV Nova a TV Prima. Na festivalu Pelhřimov – město rekordů a v Muzeu rekordů a kuriozit natáčely reportáže pro své pořady také televizní štáby z Ruska, Koreje, Německa, Maďarska, Chorvatska, Polska, Anglie i USA.

Neopomenutelným prostředkem propagace současné doby je samozřejmě internet. Agentura Dobrý den nechala vytvořit webové stránky, na kterých prezentuje nejen sebe,

ale především veškeré informace a počiny týkající se oblasti rekordů a kuriozit. Aktuality a zajímavé odkazy lze nalézt také na webových stránkách města Pelhřimov.

Pelhřimov, jeho expozici a stezku rekordů lze nalézt také na webových stránkách agentury Czech Tourism, konkrétně v katalogu nových turistických cílů a produktů, který se jmenuje „133 premiér v České republice“ [24].

### **6.3.2 Spolupráce se známými osobnostmi**

Křest České knihy rekordů [12] proběhl v rámci programu 13. pelhřimovského festivalu rekordů. Kmotry nové publikace byli v rámci svých rekordních pokusů či vystoupení během jediného dne Jiří Korn, Václav Faltus, Jaroslav Svěcený, Ivan Mládek, Železný Zekon, a další. Např. Jiří Korn poslal při kulečnickové hře pool během jedné hodiny do děr 434 koulí. Překonal tak stávající rekord jistého Angličana, který zvládl 285 koulí. Zároveň probíhala autogramiáda knihy, na které se sešlo 122 držitelů rekordů otištěných v České knize rekordů. Tím vznikl rekord v počtu podepisujících se rekordmanů na festivalu.

Na jaře roku 2004 poctili Pelhřimov svou návštěvou prezident České republiky Václav Klaus s manželkou Lívií. A protože byl pan prezident ve městě rekordů, rekordu se nevyhnul. Do nově vznikající pamětní knihy rekordů se podepsal obří tužkou [16].

### **6.3.3 Účast na veletrzích**

Každoročně se agentura Dobrý den účastní veletrhů GO a Regiontour [27] na brněnském výstavišti, kde prezentuje Pelhřimov – město rekordů. Součástí mezinárodního veletrhu turistických možností v regionech Regiontour je také soutěž Grand Prix Regiontour, zaměřená na výběr nejlepších turistických nabídek v České republice. Záměrem organizátorů je využít maximální koncentrace odborníků z oboru cestovního ruchu, kteří se v Brně scházejí, k představení významných turistických produktů a nabídek s úmyslem vybrat ty nejlepší.

Agentura Dobrý den do této soutěže také přihlašuje produkty cestovního ruchu. A jsou úspěšné. Ocenění Grand Prix Regiontour 2004 získal produkt Pelhřimov – město rekordů jako nejlepší turistická nabídka kraje Vysočina. Vzhledem k tomu, že agentura Dobrý den rozšířila v roce 2005 pojem „Pelhřimov - město rekordů“ o vybudování městské turistické stezky s názvem Procházka Českou knihou rekordů, spojující Muzeum rekordů a kuriozit s novou expozicí Zlaté české ručičky, byla i tato stezka rekordů

do soutěže přihlášená. A s úspěchem. Novinka v nabídce turistických možností v Pelhřimově byla mezi přihlášenými vybrána a získala nominaci na titul Grand Prix Regiontour 2006. O přitažlivosti expozice Pelhřimov - město rekordů svědčí i osobní návštěva ministra pro místní rozvoj Mgr. Radko Martíňka na stánku agentury Dobrý den [19] a jeho zájem o téma českých rekordů, demonstrované zde řadou exponátů.

Účast na veletrhu je významnou součástí propagace turistických možností na Pelhřimovsku. I proto se každoročně pracovníci Muzea rekordů a kuriozit, které bývá hlavním motivem turistů pro návštěvu Pelhřimova, účastní na veletrhu řady doprovodných akcí: agentura Dobrý den kromě vlastní velké expozice vystavovala i na prestižní akci GO Kamera, kde jí patřil i jeden z večerních programů. Agentura se zapojila do soutěže Grand Prix Regiontour 2006, zúčastnila se informačního workshopu Meeting Point a v rámci přehlídky produktů domácího cestovního ruchu „133 premiér 2006“ pořádané agenturou CzechTourism představila na hlavním pódiu svůj vlastní fotoshow-program. Muzeum rekordů a kuriozit rovněž figurovalo v pracovním setkání zástupců škol a regionů, nazvaném Škola v pohybu, kde bylo možné nabídnout školám, aby na školní výlety, exkurze a poznávací akce přijeli právě do města rekordů.

Tím nejdůležitějším zůstávala samozřejmě vlastní prezentace. Stánek Pelhřimov - město rekordů [19] nabídl pohled do expozice Zlaté české ručičky. K vidění zde byly rekordní exponáty: unikáty Tomáše Kordy zhotovené ze statisíců zápalek, soubor papírových modelů světových velkoměst odpovídající skutečnosti, jehož autorem je Jiří Župka. V neposlední řadě proběhly na stánku Pelhřimov - město rekordů několik rekordních pokusů a také zde byla otevřena 1. česká půjčovna teleskopických chůd.

Agentura Dobrý den představila své turistické atraktivity také na veletrhu cestovního ruchu Holiday World 2006 [21], největší události v oblasti cestovního ruchu ve střední Evropě konané v Praze. Po celou dobu konání veletrhu si návštěvníci mohli prohlédnout část kolekce Zlaté české ručičky, největší a nejmenší exponáty Muzea rekordů a kuriozit, fotogalerii nejzajímavějších rekordních momentů uplynulých tří let a výstavu malířky Marie Brožové, autorky největšího pastelkami malovaného obrazu na světě. Dalším zúčastněným byl Raka Milič, který vytváří siluety portrétů osob vystříháním z černého papíru. Na programu byly i pokusy o překonání některých rekordů.

### 6.3.4 Prezentace v zahraničí

V průběhu roku se agentura Dobrý den účastní různých rekordmanských srazů a podobných akcí v Belgii a Francii, v listopadu 2005 se zúčastnila festivalu rekordů v německém Dachau.

V prosinci 2005 přilákala ve druhém největším městě Slovenska – Košicích velké množství návštěvníků výstava „Pelhřimov – město rekordů aneb Česká Nej... na Slovensku“ [15]. V rámci veletrhu strojírenských technologií představilo pelhřimovské Muzeum rekordů a kuriozit i největší kávovou lžici, dlouhou 253 cm, kterou před více než deseti lety věnoval tehdy vznikajícímu pelhřimovskému muzeu Slovák Ján Hlubinský. Obrovský zájem vzbudila také rozsáhlá fotogalerie, mapující nejzajímavější okamžiky festivalu Pelhřimov – město rekordů, unikáty ze zápalek i obří a miniaturní předměty zapsané v České knize rekordů.

### 6.3.5 Tvorba propagačních materiálů

Agentura Dobrý den vytvořila v průběhu let různé druhy materiálů propagujících produkt Pelhřimov – město rekordů. Letáky a plakáty počínaje, přes pohlednice, brožury a festivalové noviny až po knihy a CD konče.

Na základě České databanky rekordů a databanky fotografií vznikla Česká kniha rekordů. Publikace přináší na 128 barevných stranách stovky zajímavých informací o rekordech z různých oblastí lidského konání, které jsou uspořádány do několika kapitol. Agentura Dobrý den plánuje její vydávání na každé dva roky. V současnosti připravuje druhý díl této publikace, který se na českém trhu objeví na podzim roku 2006.

CD Muzeum rekordů a kuriozit umožňuje prohlídku téměř celé expozice muzea, ale také obřích předmětů, které do muzea díky své velikosti nelze umístit. Další část prezentace je věnována České knize rekordů. CD také nabízí seznámení s agenturou Dobrý den a s činnostmi, které provozuje. V neposlední řadě CD obsahuje pozvánku k návštěvě dalších turistických atrakcí v Pelhřimově.

CD Pelhřimov - město rekordů 2005 [18] obsahuje kompletní fotografickou dokumentaci festivalu vytvořenou třemi profesionálními fotografy. CD také obsahuje program, který umožňuje prohlížet několik stovek unikátních fotografií ze všech rekordních pokusů, programů, stanovišť a výstav konaných u příležitosti festivalu.

## **7 TERÉNNÍ VÝZKUM**

### **7.1 Účel, cíl a metoda šetření**

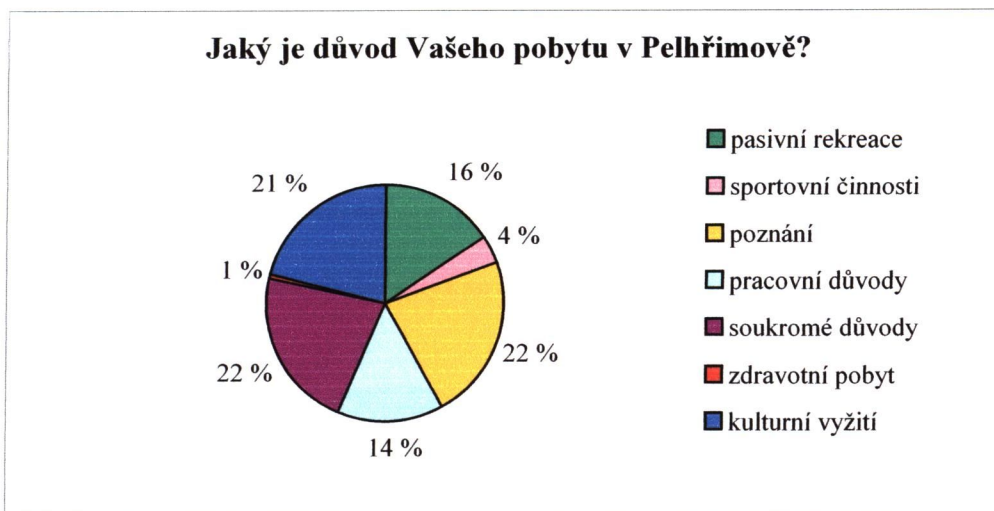
Šetření, kterého se zúčastnilo celkem 300 respondentů, se uskutečnilo v období od června do září 2006 v Pelhřimově. Účelem výzkumu bylo zjistit povědomí návštěvníků o Pelhřimově a jeho spojitosti s rekordy a kuriozitami, znalost vybraných atraktivit a jejich návštěvnost a také zdroje informací, které byly podnětem k návštěvě. Cílem šetření bylo nalezení příležitostí, popřípadě odhalení slabin Pelhřimova v oblasti cestovního ruchu v souvislosti s rekordy a kuriozitami.

Informace shromažďované a zkoumané v procesu výzkumu mají primární charakter, tzn. že byly získány prostřednictvím vlastního výzkumu. Byla využita metoda šetření [1], která se zakládá na získávání potřebných informací dotazováním zkoumaných subjektů. Dotazování probíhalo osobně, tj. rozhovorem tazatele s respondentem. Pro přesné a úplné zaznamenání zjišťovaných údajů byl zhotoven dotazník (viz příloha č. 5), tedy formalizovaný formulář používaný pro tento účel. V dotazníku bylo použito různých typů otázek. Většina otázek je uzavřených, a to konkrétně výběrových, kdy byl respondentovi nabídnut výběr jedné z několika možných odpovědí. Bylo nezbytné použít také otevřené otázky, na které dotazovaní odpovídali volně podle vlastního uvážení.

### **7.2 Analýza údajů a interpretace výsledků**

Účelem první otázky dotazníku bylo zjistit důvod pobytu respondentů v Pelhřimově. Nejvíce, konkrétně 68, návštěvníků přijelo do Pelhřimova za poznáním. Soukromé důvody byly příčinou návštěvy Pelhřimova téměř shodného počtu návštěvníků, celkem 66 osob, podobně jako kulturní vyžití u 63 návštěvníků. 47 respondentů uvedlo za důvod návštěvy pasivní rekreaci a dalších 43 respondentů uvedlo důvody pracovní. Sportovní činnosti přilákaly do Pelhřimova pouze 11 návštěvníků. Zdravotní pobyt byl nejméně uváděný důvod, k návštěvě přiměl 2 respondenty. Procentní zastoupení je uvedeno v následujícím grafu 1.

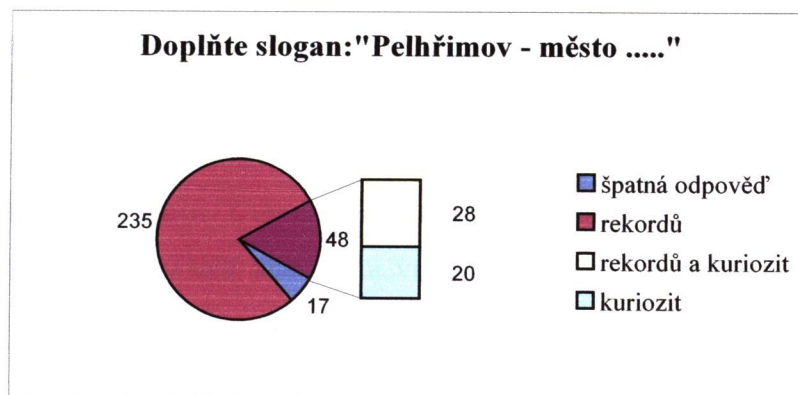
Graf 1: Důvod pobytu v Pelhřimově



Zdroj: Vlastní šetření

V dalším bodu bylo úkolem doplnit slogan „Pelhřimov – město rekordů“, čímž respondenti prokazovali povědomí o spojitosti Pelhřimova s oblastí rekordů a kuriozit. Je nutné zdůraznit, že nebylo třeba doplnit doslovné znění sloganu, postačovalo vyjádřit souvislost s rekordy, neboť účelem nebylo testování přesných znalostí. Spojitost s oblastí rekordů a kuriozit vyjádřilo celkem 283 respondentů, tj. 94 %, z toho 235 respondentů, tj. 83 %, uvedlo přesné znění sloganu. Zbylých 16 % dotazovaných formulovalo špatné odpovědi. Podrobnější údaje nabízí graf 2.

Graf 2: Slogan "Pelhřimov - město rekordů"

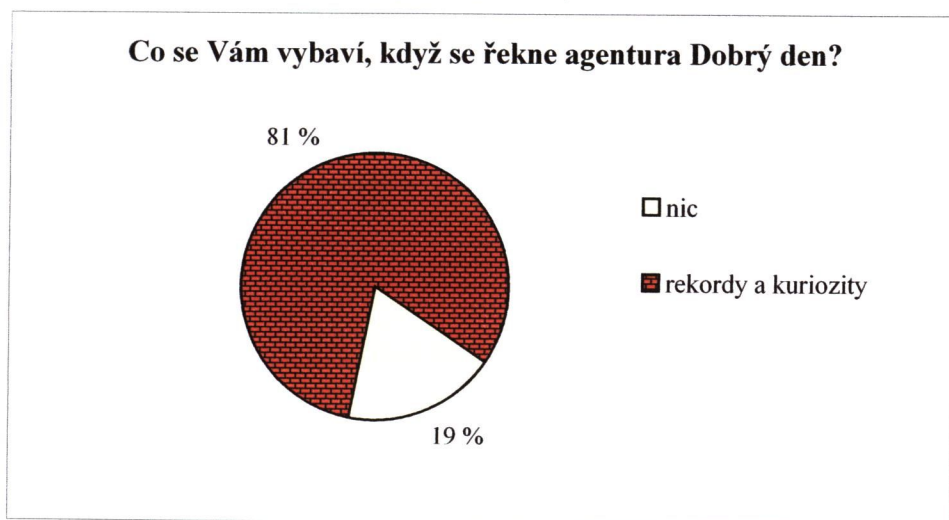


Zdroj: Vlastní šetření



Podobného zaměření byla další otázka, která měla odhalit, zda respondenti znají agenturu Dobrý den a vědí, že zastřešuje oblast rekordů a kuriozit. 244 respondentů uvedlo spojitost agentury s rekordy a kuriozitami. Jak je naznačeno v dále uvedeném grafu 3, pouze 56 dotazovaných agenturu nezná.

Graf 3: Povědomí o činnosti agentury Dobrý den

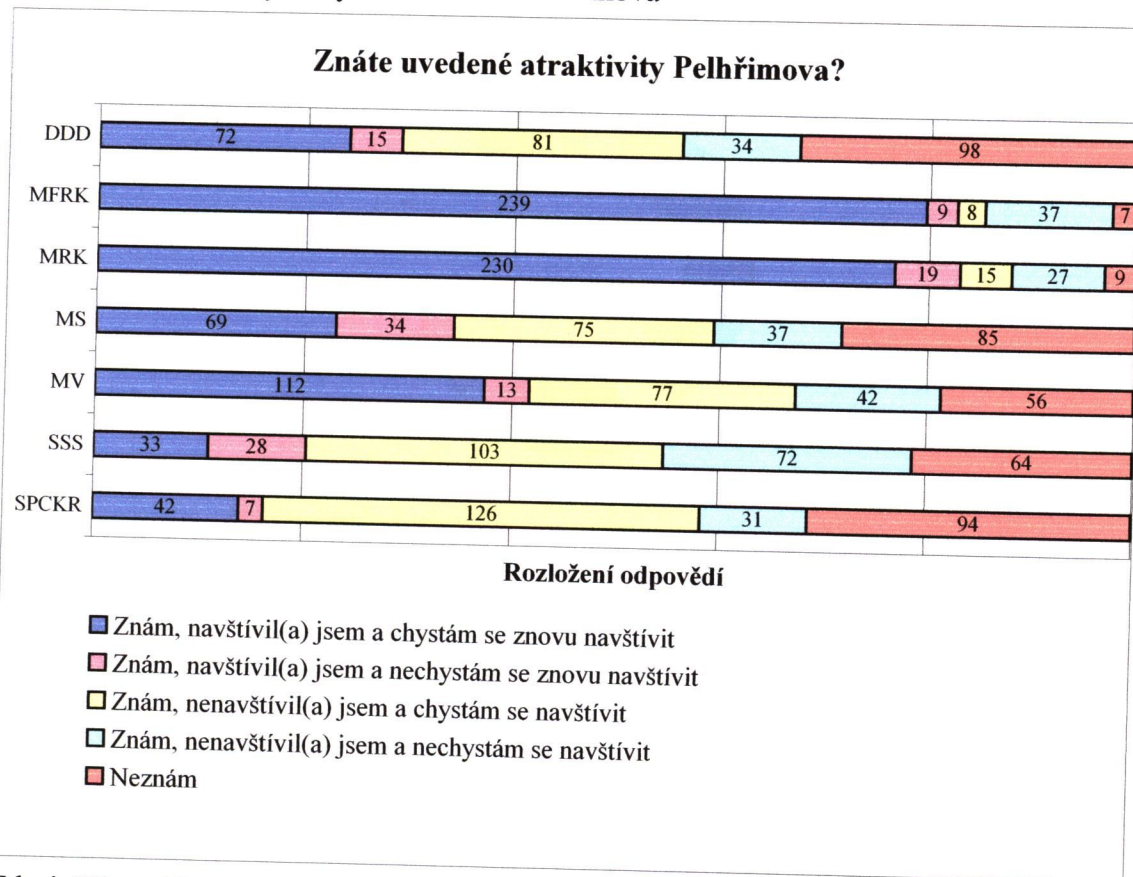


Zdroj: Vlastní šetření

Popularitu vybraných atraktivit znázorňuje graf 4. K neznámějším patří zejména Mezinárodní festival rekordů a kuriozit a Muzeum rekordů a kuriozit. První jmenovanou zná 293 respondentů, tj. 98 %, a druhou 291 respondentů, tedy 97 % všech účastníků šetření. Tuto situaci lze přisoudit několikaleté existenci těchto atraktivit a s tím spojené propagaci Pelhřimova, která oslovuje návštěvníky především uvedenými atraktivitami. Tyto dvě atraktivitě společně patří k nejnavštěvovanějším. Mezinárodní festival rekordů a kuriozit navštívilo 248 dotazovaných, tzn. 85 % těch, kteří festival znají, z toho 96 % se ho chystá znovu navštívit. Do Muzea rekordů a kuriozit zavítalo 249 respondentů, tj. 86 % těch, kteří ho znají. Z uvedeného počtu 249 respondentů má 92 % v úmyslu muzeum opět navštívit. Další známou a velmi navštěvovanou atraktivitou je Muzeum Vysočiny, které existuje již také mnoho let. 244 dotazovaných, tedy 81 % všech respondentů, muzeum zná a současně 125 z nich uvádí, že ho navštívili. 90 % návštěvníků, celkem 112 osob, hodlá návštěvu zopakovat. Stezku po stavebních slozích zná 79 % všech účastníků dotazníkového šetření, konkrétně 236 osob. Přesto si trasu stezky prošlo pouze 61 dotazovaných, je to způsobeno zřejmě její poměrnou novotou a

malou propagací zmiňované atraktivity. 103 z těch, co stezku již znají, ale zatím její okruh nenavštívili, se k návštěvě chystá. Povědomí o Muzeu strašidel má celkem 72 % všech respondentů, téměř každý druhý z tohoto počtu do muzea již zavítal. 67 % z těch, kteří muzeum ještě nenavštívili, tak hodlá učinit. Méně známé jsou prozatím poslední dvě ze zkoumaných atraktivit, a to Dům dobrých dnů, který zná 67 % všech dotazovaných, a stezka „Procházka Českou knihou rekordů“, kterou zná 69 % respondentů. Důležitým faktem, který má velký vliv na návštěvnost zmiňovaných atraktivit, je skutečnost, že byly dokončeny v roce 2005, to je ve srovnání s předešlými atraktivitami příliš krátké období pro přilákání velkého počtu návštěvníků. Dům dobrých dnů navštívilo 72 dotazovaných a okruh stezky „Procházka Českou knihou rekordů“ absolvovalo 42 respondentů. Rozložení odpovědí uvádí následující graf.

Graf 4: Popularita vybraných atraktivit Pelhřimova



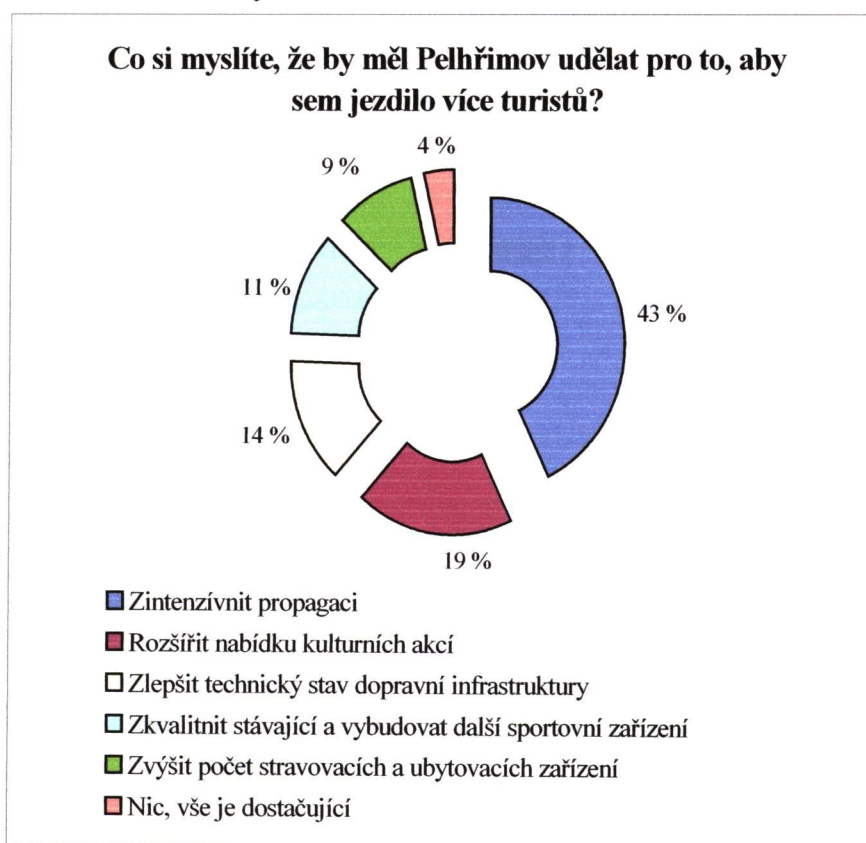
Zdroj: Vlastní šetření

Pozn.: DDD = Dům dobrých dnů, MFRK = Mezinárodní festival rekordů a kuriozit, MRK = Muzeum rekordů a kuriozit, MS = Muzeum strašidel, MV = Muzeum Vysočiny, SSS = Stezka po stavebních slozích, SPCKR = Stezka "Procházka Českou knihou rekordů".



Možnosti zvýšení návštěvnosti Pelhřimova, které vyplývají z odpovědí na otevřenou otázku, jsou zachyceny v grafu 5. Nejvíce respondentů, celkem 43 %, si myslí, že by měl Pelhřimov zintenzívnit propagaci. Dalších 19 % respondentů navrhuje rozšířit nabídku kulturních akcí. Následuje zlepšení technického stavu dopravní infrastruktury, které navrhuje 14 % dotazovaných. 11 % respondentů by přivítalo zkvalitnění stávajících, popřípadě vybudování nových sportovních zařízení. 9 % dotazovaných si myslí, že by turisty přilákal větší počet stravovacích a ubytovacích zařízení v Pelhřimově. Pouze 4 % respondentů, konkrétně 11 osob, považuje současný stav za dostačující.

Graf 5: Možnosti zvýšení návštěvnosti Pelhřimova



Zdroj: Vlastní šetření

Odpovědi na další otevřenou otázku měly odhalit, co respondenty v Pelhřimově nebo jeho okolí nejvíce zaujalo v souvislosti s rekordy a kuriozitami. Pro návštěvníky je nejatraktivnější Muzeum rekordů a kuriozit, navštívilo ho celkem 29 % respondentů, přesně 86 osob. Druhým nejzajímavějším se jeví Mezinárodní festival rekordů a kuriozit,

který zaujal 24 % dotazovaných, tj. 73 osob. Konkrétní exponáty označilo za zajímavé celkem 19 % respondentů, tedy konkrétně 56 účastníků šetření. Dům dobrých dnů oslovil 31 dotazovaných, to představuje 10 %. Následovala stezka „Procházka Českou knihou rekordů“, kterou jmenovalo 9 % osob. Průvodce v expozicích vyvolal zájem u 6 % dotazovaných. Celkem 3 % respondentů v souvislosti s rekordy a kuriozitami nic nezaujalo. Konkrétní údaje prezentuje graf 6.

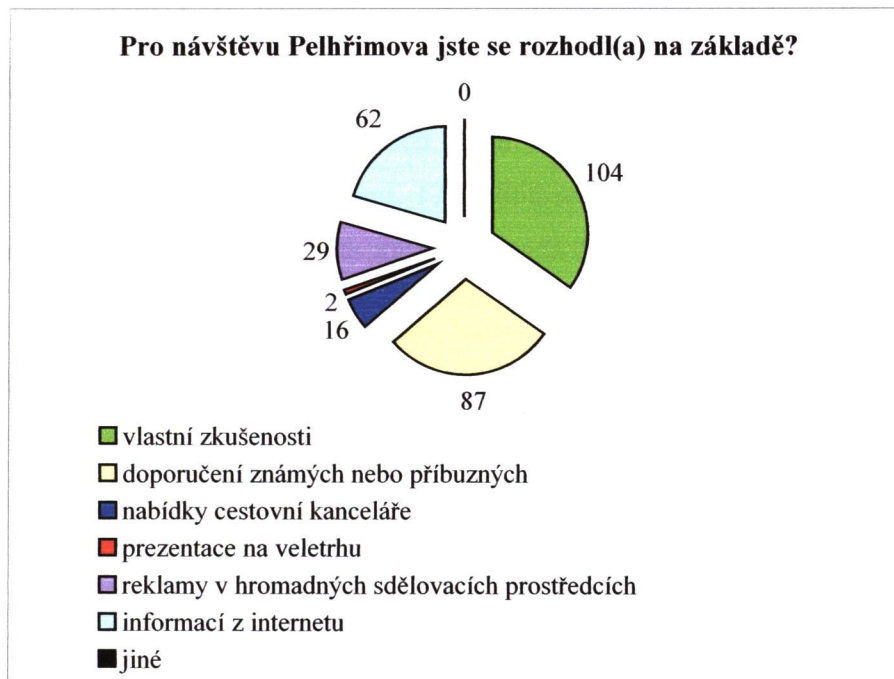
Graf 6: Zajímavosti Pelhřimovska



Zdroj: Vlastní šetření

Graf 7 uvádí, na základě kterých podnětů navštívili dotazovaní Pelhřimov. 35 % respondentů, přesně 104, přijelo na základě vlastní zkušenosti. 29 % dotazovaných uvedlo jako podnět k návštěvě doporučení známých nebo příbuzných. Na základě informací nalezených na internetu se rozhodlo k návštěvě celkem 21 % dotazovaných. Dalších 10 % respondentů oslovila reklama v hromadných sdělovacích prostředcích. Nabídka cestovních kanceláří zaujala 5 % respondentů. Prezentace destinace na veletrzích byla podnětem k návštěvě Pelhřimova u 1 % účastníků dotazníkového šetření. Žádný z respondentů neuvedl jiný podnět.

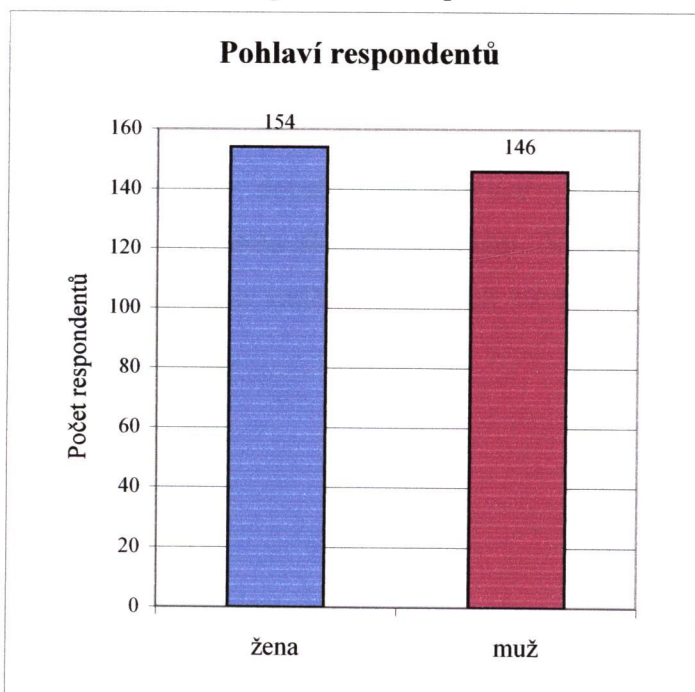
Graf 7: Podněty pro návštěvu Pelhřimova



Zdroj: Vlastní šetření

V posledním bodu dotazníku vyplňovali respondenti základní údaje o své osobě. Struktura dotazovaných dle pohlaví, která je zachycena v grafu 8, je vyrovnaná. Dotazovaných žen bylo 154, tedy 51 %, a mužů 146, tedy zbývajících 49 %.

Graf 8: Struktura respondentů dle pohlaví

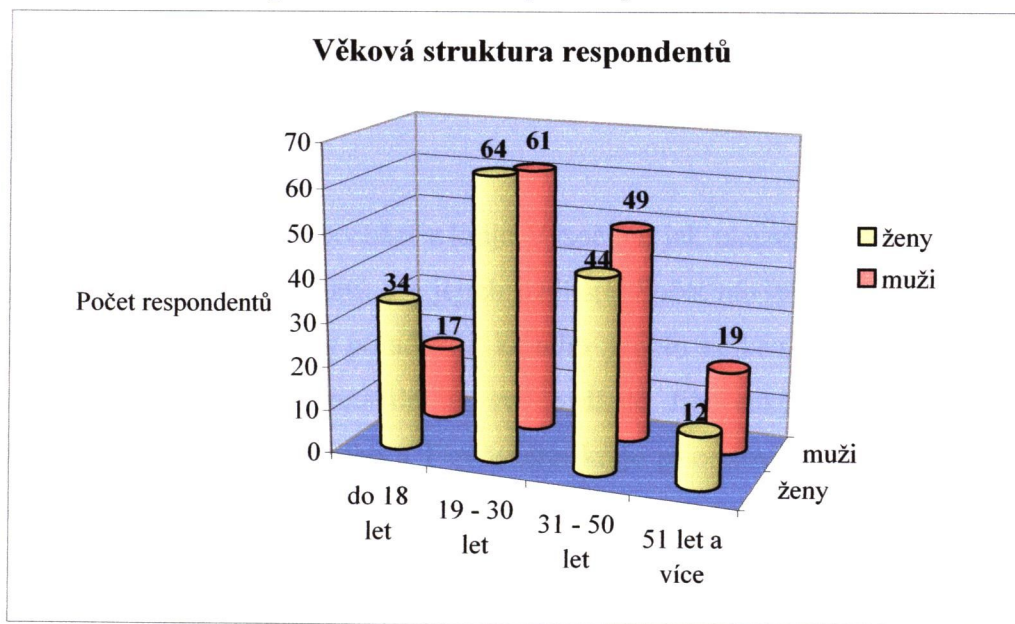


Zdroj: Vlastní šetření



Graf 9 znázorňuje strukturu žen a mužů dle věkových skupin. Nejpočetnější skupina dotazovaných, celkem 42 %, je ve věku 19 až 30 let, zároveň je nejvyrovnanější, co se týká struktury dle pohlaví. 31 % respondentů reprezentuje věkovou skupinu 31 až 50 let, zde převládá počet odpovídajících mužů. Tyto dvě nejpočetnější skupiny zahrnují především mladé lidi a rodiny s dětmi. 17 % dotazovaných tvoří skupinu do 18 let, kde odpovídalo více žen. Pouze 10 % respondentů spadá do věkové skupiny 51 let a více.

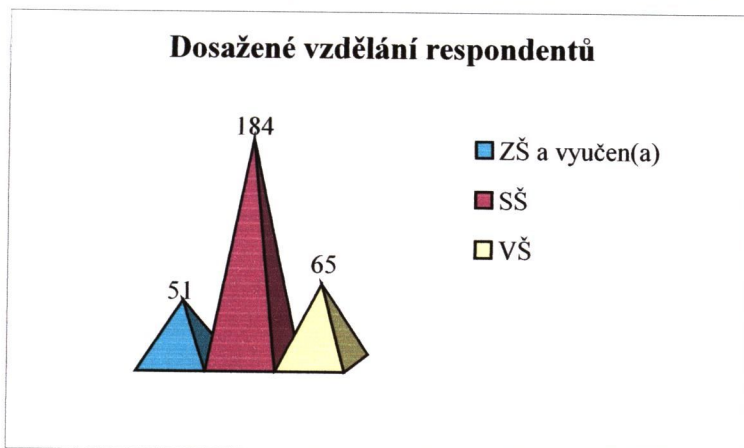
Graf 9: Struktura respondentů dle věkových skupin



Zdroj: Vlastní šetření

Struktura respondentů dle dosaženého vzdělání je prezentována v grafu 10. Většina, 61 % respondentů, má středoškolské vzdělání. Ve 22 % případů dotazovaní uvedli, že dosáhli vysokoškolského vzdělání. Zbýlých 17 % respondentů je základního vzdělání, popřípadě vyučeno.

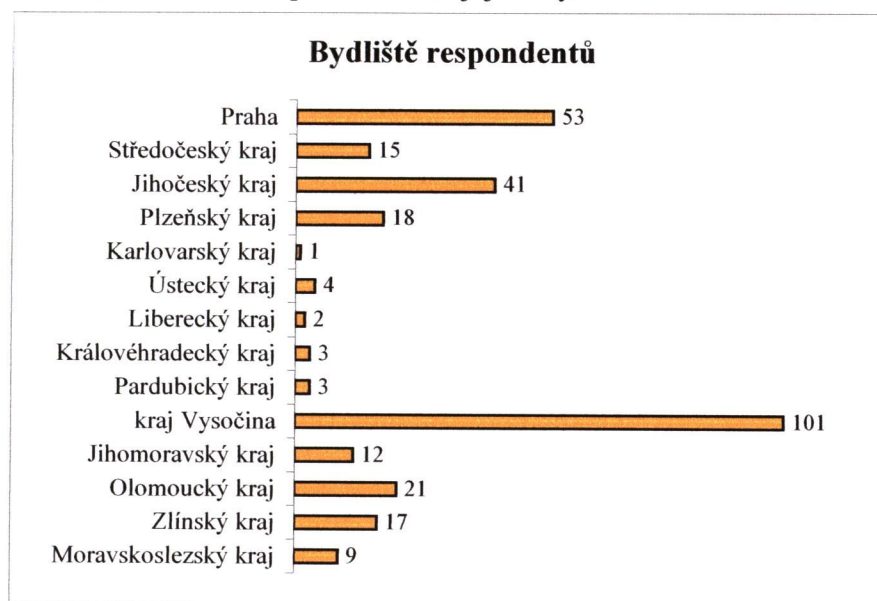
Graf 10: Struktura respondentů dle dosaženého vzdělání



Zdroj: Vlastní šetření

Nejvíce návštěvníků pochází z kraje Vysočina, jak ukazuje graf 11, ve kterém je zachycena struktura respondentů dle jejich bydliště. Počet návštěvníků z kraje Vysočina činí 34 %. Druhým krajem v pořadí, ze kterého přijelo celkem 18 % návštěvníků, je Praha. 14 % respondentů označilo za své bydliště Jihočeský kraj. Následoval kraj Olomoucký se 7 %, ze Zlínského a Plzeňského kraje přicestovalo po 6 % návštěvníků. Středočeský kraj je bydlištěm 5 % návštěvníků. Z Jihomoravského kraje pochází 4 % návštěvníků a z Moravskoslezského kraje 3 %. Do Pelhřimova zavítalo pouze několik návštěvníků z kraje Ústeckého, Královéhradeckého a Pardubického. Nejméně návštěvníků je z Libereckého a Karlovarského kraje. Přesný počet návštěvníků nabízí zmíněný graf 11.

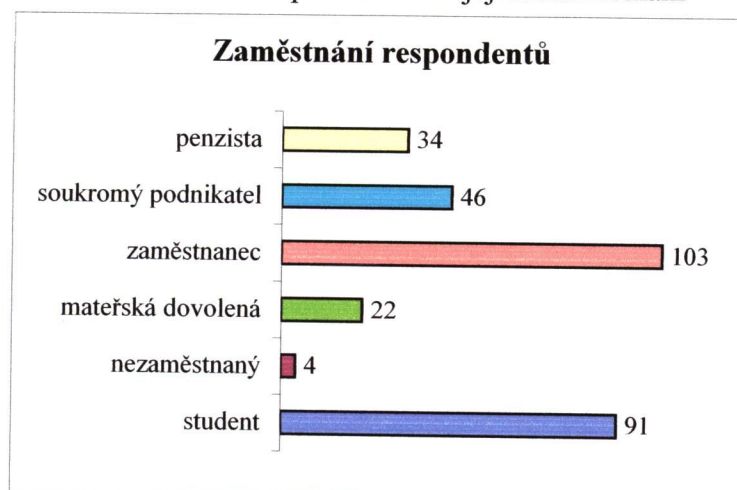
Graf 11: Struktura respondentů dle jejich bydliště



Zdroj: Vlastní šetření

Posledním zjišťovaným údajem bylo zaměstnání respondentů. Nejčastěji dotazovaní uváděli dvě možnosti, 34 % respondentů je zaměstnaných ve státním nebo soukromém sektoru a 30 % dotazovaných jsou studenti. Soukromí podnikatelé tvořili 15 % respondentů. Dalších 11 % účastníků šetření se označilo za penzisty. Na mateřské dovolené je v současné době 7 % dotazovaných. Zbylé 1 % respondentů uvedlo, že jsou v současnosti nezaměstnaní. Graf 12 zobrazuje zastoupení jednotlivých odpovědí.

Graf 12: Struktura respondentů dle jejich zaměstnání



Zdroj: Vlastní šetření

## 7.3 Shrnutí

Návštěvníci přijíždějí do Pelhřimova nejčastěji za poznáním a kulturním vyžitím, popř. ze soukromých důvodů a při této příležitosti stráví část volného času prohlídkou místních atraktivit. Převážná většina dotazovaných zná slogan „Pelhřimov – město rekordů“, nebo je alespoň schopna vyjádřit spojitost destinace s oblastí rekordů a kuriozit, tzn. že si je vědoma jejího ojedinělého charakteru. Zároveň si jmenovaná většina uvědomuje, že oblast rekordů a kuriozit v České republice zastřešuje agentura Dobrý den, která sídlí v Pelhřimově a na základě jejíž činnosti vznikl a stále se rozvíjí projekt Pelhřimov – město rekordů. Atraktivita odvíjející se od uvedeného projektu patří v Pelhřimově k neznámějším a nejnavštěvovanějším. Současně návštěvníci uvítají rozšíření stávající nabídky kulturních akcí a ze své pozice usuzují, že je třeba intenzivnější propagace destinace a podtržení významu zdejších atraktivit v nabídce destinačního managementu.

Nejvíce návštěvníků přijíždí do Pelhřimova na základě vlastní zkušenosti nebo doporučení známých a příbuzných. Velká část se rozhodne k návštěvě destinace za přispění informací získaných prostřednictvím internetu. Návštěvníky při výběru pozitivně ovlivňuje také reklama v hromadných sdělovacích prostředcích.

Pelhřimov navštěvují ženy i muži zejména středoškolsky vzdělaní, a to nejčastěji ve věku 19 až 30 let, popř. 31 až 50 let, tedy mladí lidé a rodiny s dětmi. Jsou to konkrétně především studenti, či lidé zaměstnaní ve státním nebo soukromém sektoru, s bydlištěm hlavně v kraji Vysočina, tzn. v okolí vybrané destinace. Velká část návštěvníků pochází z Prahy a Jihočeského kraje.



## **8 POSOUZENÍ SILNÝCH A SLABÝCH STRÁNEK REGIONU V SOUVISLOSTI S JEHO PŘÍLEŽITOSTMI A HROZBAMI**

Marketingové cíle a volbu strategií pro jejich dosažení lze stanovit na základě jasně vytipovaných silných a slabých stránek včetně jejich rozboru ve vzájemné souvislosti s přednostmi a ohroženími [4]. Silné stránky představují konkurenční výhody destinace na trhu cestovního ruchu. Předpokladem úspěchu nabídky destinace na trhu cestovního ruchu je právě analýza [6] jedinečných schopností ve formě silných stránek a jejich následné využití. Slabé stránky destinace cestovního ruchu představují nevýhody oproti konkurenci na trhu. Důležité je slabé stránky co nejdříve odhalit, snížit jejich vliv na minimum, případně je úplně odstranit. Je možné se koncentrovat na existující slabiny s takovým důrazem, že se změní v přednosti, ale není žádoucí se soustředit na odstraňování slabých stránek za každou cenu, mohlo by dojít k oslabení silné stránky i pozice na trhu cestovního ruchu. Příležitosti a ohrožení ovlivňují úspěšnost nabídky destinace na trhu, a to v případě příležitostí pozitivně a v případě hrozeb negativně. Příležitosti destinace na trhu cestovního ruchu představují nejen výhody vyplývající ze silných stránek, ale i výhody vyplývající z vnějšího prostředí destinace, pokud je možné je využít. Ohrožení destinace na trhu cestovního ruchu obvykle vyplývá z jejich slabých stránek a z nevýhod v rámci vnějšího prostředí. Průběžně je nutné rozvíjet přednosti destinace a snažit se eliminovat slabé stránky, což je předpokladem minimalizace ohrožení a maximalizace využití potenciálních příležitostí.

Podklady poskytnuté agenturou Dobrý den a informace získané ze Strategického plánu rozvoje města Pelhřimov jsou východiskem pro praktické posouzení silných a slabých stránek a nalezení příležitostí a ohrožení destinace.

### **8.1 Posouzení silných a slabých stránek destinace**

Podstatou analýzy je vytipování a vymezení faktorů, které představují silné a slabé stránky, každý vybraný faktor je považován za sledovaný a zároveň je ohodnocen z hlediska vlivu na destinaci. Sledované faktory následují v tabulce 8 v pořadí bez výrazného třídění. Stupnice hodnocení je pouze třístupňová: faktor je klasifikován jako dobrý, špatný nebo průměrný. Důležitost faktorů [4] není stejná, proto jsou posuzovány i z hlediska závažnosti pro destinaci.



Tabulka 8: Posouzení jednotlivých faktorů

Hodnocený faktor	Výkonnost (posouzení stavu)			Závažnost		
	dobrá	průměrná	špatná	vysoká	průměrná	nízká
A. Dopravní dostupnost	•			•		
B. Zázemí místní hromadné dopravy	•			•		
C. Technický stav místních komunikací			•	•		
D. Městská hromadná doprava	•			•		
E. Počet parkovacích ploch v centru města			•	•		
F. Cyklistická doprava		•		•		
G. Pokrytí mobilními operátory	•					•
H. Zájem kapitálově silných investorů			•		•	
CH. Počet malých a středních podniků	•			•		
I. Podíl pracovních míst a podniků působících ve službách	•			•		
J. Provázanost podnikatelského sektoru s organizacemi CR			•	•		
K. Hospodářská situace významných zaměstnavatelů	•			•		
L. Kupní síla obyvatelstva		•		•		
M. Míra nezaměstnanosti	•			•		
N. Profesní struktura obyvatelstva			•			•
O. Úroveň kriminality	•			•		
P. Kulturní a sportovní zázemí	•			•		
Q. Základna organizací pro sportovní a kulturní aktivity	•				•	
R. Kulturní a historická tradice	•			•		
S. Bezbariérový přístup do kulturních zařízení			•	•		
T. Nabídka kulturních a sportovních akcí		•		•		
U. Kongresová turistika		•		•		
V. Množství turistických balíčků			•	•		
W. Standard turistické suprastruktury		•		•		
X. Doprovodná infrastruktura			•	•		
Y. Historické památky	•			•		
Z Přírodní bohatství	•			•		
Ž. Životní prostředí	•			•		

Zdroj: Zpracováno dle Horáková, H.: Strategický marketing. Praha: Grada Publishing, spol. s. r. o., 2001, str. 44

Pro hodnocení výkonnosti a závažnosti ve vzájemných souvislostech je využita tabulka 9, kde je situace zachycena komplexně.

Tabulka 9: Hodnocení výkonnosti a závažnosti ve vzájemných souvislostech

		Výkonnost		
		dobrá	průměrná	špatná
Závažnost	vysoká	A, B, D, CH, I, K, M, O, P, R, Y, Z, Ž ①	F, L, T, U, W ②	C, E, J, S, V, X ③
	průměrná	Q ④	⑤	H ⑥
	nízká	G ⑦	⑧	N ⑨

Zdroj: Zpracováno dle Horáková, H.: Strategický marketing. Praha: Grada Publishing, spol. s. r. o., 2001, str. 45

Nejdůležitější faktory pro udržení současné pozice destinace na trhu cestovního ruchu se nacházejí v poli ①. Výkonnost faktorů v tomto poli je dobrá a závažnost vysoká, pokud chce destinace prosperovat a udržet si své stávající postavení, je nezbytné se soustředit zejména na tyto faktory, které její pozici na trhu cestovního ruchu ovlivňují přímo i nepřímo. Faktory v poli ② a zejména v poli ③ potřebují vzhledem k vysoké důležitosti výkonnostně posílit. Pole ④ a ⑦ obsahují faktory průměrné a nízké závažnosti, ale projevuje se zde síla destinace. Zde je nutné zvážit riziko zbytečně vynakládaného úsilí. Pole ⑤ a ⑧ neobsahují žádné faktory. Pokud se výkonnost nepřilíš důležitých faktorů v polích ⑥ a ⑨ nezvýší, neovlivní to současnou pozici destinace na trhu cestovního ruchu, přesto by tyto faktory neměly být opomíjeny.

## 8.2 Posouzení příležitostí a hrozeb

Aplikace následujících tabulek 10, 11, 12 a 13 slouží pro praktické posouzení příležitostí a hrozeb destinace.

Tabulka 10: Vytipované příležitosti a jejich posouzení

Posuzované příležitosti	Pravděpodobnost úspěchu		Přitažlivost	
	vysoká	nizká	vysoká	nizká
1. Zkvalitnění stavu místních komunikací	•		•	
2. Vytvoření koncepce cyklistické dopravy	•		•	
3. Využívání prostředků z grantů kraje, ČR i EU	•		•	
4. Podpora příchodu nových investorů		•		•
5. Zlepšení styku podnikatelů a místní administrativy		•	•	
6. Posilování pocitu sounáležitosti s regionem		•	•	
7. Rozvoj kulturních a sportovních aktivit	•		•	
8. Zhodnocení a využití kulturně-historického potenciálu	•		•	
9. Zkvalitnění technického stavu některých sportovišť	•		•	
10. Zlepšení spolupráce se subjekty v oblasti CR	•		•	
11. Zintenzivnění propagace	•		•	
12. Zkvalitnění a rozšíření turistické suprastruktury		•	•	
13. Tvorba balíčků pro různé cílové skupiny	•		•	
14. Zlepšení kongresové turistiky		•	•	
15. Vytváření a zkvalitňování doprovodné infrastruktury	•		•	

Zdroj: Zpracováno dle Horáková, H.: Strategický marketing. Praha: Grada Publishing, spol. s. r. o., 2001, str. 45

Tabulka 11: Hodnocení přitažlivosti příležitostí a pravděpodobnosti úspěchu

		Pravděpodobnost úspěchu	
		vysoká	nízká
Přitažlivost	vysoká	1, 2, 3, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 15 ①	5, 6, 12, 14 ②
	nízká	③	4 ④

Zdroj: Zpracováno dle Horáková, H.: Strategický marketing. Praha: Grada Publishing, spol. s. r. o., 2001, str. 45

Nejlépe využitelné příležitosti se nacházejí v kvadrantu ①. Pravděpodobnost úspěchu je vysoká, proto je třeba, aby se destinace soustředila na využití zejména těchto příležitostí. Kvadrant ② prezentuje atraktivní příležitosti obtížně realizovatelné, ale pravděpodobnost úspěchu se může zvýšit, proto je dobré nepustit je ze zřetele. Podmínkám kvadrantu ③ neodpovídají žádné příležitosti. Nejméně vhodné příležitosti se nacházejí v kvadrantu ④.

Tabulka 12: Vytipované hrozby a jejich posouzení

Posuzované hrozby	Pravděpodobnost výskytu		Závažnost	
	vysoká	nízká	vysoká	nízká
16. Podcenění problematiky životního prostředí	•		•	
17. Malý zájem kapitálově silných investorů	•			•
18. Pokles kupní síly obyvatel		•	•	
19. Snížení podílu ekonomicky aktivního obyvatelstva		•	•	
20. Klesání zájmu o sport a kulturu ze strany mládeže	•		•	
21. Konkurence heren a barů pro trávení volného času	•		•	
22. Úbytek dobrovolných organizátorů kulturních akcí	•		•	
23. Nedostatek financí na aktivity v cestovním ruchu	•		•	
24. Nedostatečně flexibilní prezentace a propagace	•		•	
25. Nedocnění kulturního a přírodního bohatství		•	•	
26. Ztráta atraktivity regionu		•	•	
27. Daňové zatížení	•		•	
28. Vandalismus	•		•	

Zdroj: Zpracováno dle Horáková, H.: Strategický marketing. Praha: Grada Publishing, spol. s.r.o., 2001, str. 46

Tabulka 13: Hodnocení závažnosti hrozeb a pravděpodobnosti jejich výskytu

		Pravděpodobnost výskytu	
		vysoká	nízká
Závažnost	vysoká	16, 20, 21, 22, 23, 24, 27, 28 ①	18, 19, 25, 26 ②
	nízká	17 ③	④

Zdroj: Zpracováno dle Horáková, H.: Strategický marketing. Praha: Grada Publishing, spol. s. r. o., 2001, str. 46

Kvadrant ① obsahuje nejvýraznější hrozby, na které je nutné reagovat odpovídajícím způsobem. Hrozby v kvadrantu ② a ③ nepředstavují bezprostřední ohrožení destinace, ale nelze je podcenit vzhledem k budoucímu vývoji. Málo závažné hrozby v kvadrantu ④ nebyly identifikovány.

### 8.3 Stručný a přehledný výsledek analýzy

Faktory naplňující podstatu silných a slabých stránek, příležitostí a ohrožení uvádí následující tabulka 14.

Tabulka 14: Stručný výsledek analýzy

<b>Příznivé faktory</b>	<b>Nepříznivé faktory</b>
Silné stránky A, B, D, G, CH, I, K, M, O, P, Q, R, Y, Z, Ž	Slabé stránky C, E, F, H, J, L, N, S, T, U, V, W, X
Příležitosti 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15	Ohrožení 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28

Zdroj: Zpracováno dle Horáková, H.: Strategický marketing.  
Praha: Grada Publishing, spol. s r. o., 2001, str. 46

### 8.4 Sumární výsledek analýzy

#### 8.4.1 Silné stránky

- A Dopravní dostupnost: destinace je situována na významných komunikacích I. třídy a nachází se v dostupnosti dálnice D1.
- B Zázemí místní hromadné dopravy: silné zázemí je dané dostatečnou kapacitou autobusového nádraží a jeho přímou vazbou na vlakové nádraží, destinace je dostupná z větších měst hromadnou dopravou.
- D Městská hromadná doprava: její existence v destinaci.

- G Pokrytí mobilními operátory.
- CH Počet malých a středních podniků s možnostmi růstu: převážná většina malých hospodářských subjektů působí v sektoru služeb.
- I Vysoký podíl pracovních míst a podniků působících ve službách: z hlediska počtu vytvořených pracovních míst se sektor služeb podílí 46 % na celkovém počtu pracovních míst v destinaci.
- K Hospodářská situace významných zaměstnavatelů: je relativně stabilizovaná.
- M Míra nezaměstnanosti: je velmi nízká, pohybuje se značně pod průměrem kraje i celé České republiky.
- O Všeobecně nižší úroveň kriminality.
- P Kulturní a sportovní zázemí: v regionu se nachází dostatečný počet kulturních zařízení, které mají odbornou úroveň.
- Q Základna organizací pro sportovní a kulturní aktivity: základna organizací je kvalitní, soustředí se na rozvoj kultury a cestovního ruchu.
- R Kulturní a historická tradice: region disponuje množstvím kulturně-historických památek, na kulturní a historickou tradici je brán velký zřetel, destinace je známá díky charakteristickému sloganu: „Pelhřimov – město rekordů“.
- Y Historické památky: Pelhřimov byl vyhlášen městskou památkovou rezervací.
- Z Přírodní bohatství: region mezi třemi vrchy nabízí přírodní rozmanitost: pahorkatiny, rašelinné louky, staleté stromy, řeky, rybníky, vodní nádrže, přírodní rezervace Křemešník.
- Ž Životní prostředí: v destinaci je zachovalé životní prostředí: nezávadné ovzduší, dostatek ploch pro zeleň, město Pelhřimov je členem Národní sítě Zdravých měst.

#### **8.4.2 Slabé stránky**

- C Nevyhovující technický stav místních komunikací.
- E Nedostatek parkovacích ploch v centru města.
- F Cyklistická doprava: absence koncepce rozvoje cyklistické dopravy v destinaci, v návaznosti na přírodně-kulturní potenciál existuje malý počet značených cyklotras.
- H Malý zájem kapitálově silných investorů.
- J Neprovázanost podnikatelského sektoru s organizacemi v oblasti podpory a rozvoje cestovního ruchu.

- L Nižší kupní síla obyvatelstva.
- N Nedostatečná profesní struktura obyvatelstva: neodpovídá požadavkům zaměstnavatelů.
- S Chybějící bezbariérové přístupy pro občany se sníženou mobilitou.
- T Nabídka kulturních a sportovních akcí: nedostatek akcí, které úzce navazují na kulturní tradici města a které využívají potenciál skýtající oblast rekordů a kuriozit.
- U Nižší úroveň kongresové turistiky.
- V Množství turistických balíčků: neuspokojivá nabídka pro tuzemské i zahraniční turisty.
- W Nízký standard turistické suprastruktury: většina ubytovacích zařízení nebyla podrobena certifikaci (tj. garantovaná kvalita služeb dle evropských standardů).
- X Doprovodná infrastruktura: v destinaci je nedostačující vybavenost cyklotrasami, cykloservisy, půjčovnami kol.

### **8.4.3 Příležitosti**

- 1 Zkvalitnění stavu místních komunikací.
- 2 Vytvoření koncepce cyklistické dopravy v destinaci: zejména rozvoj cyklotras.
- 3 Maximální využívání prostředků z grantů kraje, ČR i EU: zapojení podnikatelských projektů do podpory z prostředků strukturálních fondů EU.
- 4 Podpora příchodu nových investorů.
- 5 Zlepšení styku podnikatelů a místní administrativy: vyšší využití a rozvoj informačních a komunikačních systémů.
- 6 Posilování pocitu sounáležitosti s regionem: podpora místním podnikatelům.
- 7 Rozvoj kulturních a sportovních aktivit, které propagují region v nadregionálním významu jako mezinárodní festival rekordů a kuriozit, další využití sloganu Pelhřimov – město rekordů pro přilákání turistů.
- 8 Zhodnocení a využití kulturně-historického potenciálu: pokračování a udržení tradičních akcí s důrazem na historickou tradici města, jejich provázanost v rámci vzájemně geograficky dostupných lokalit.
- 9 Zkvalitnění technického stavu některých sportovních zařízení: zejména koupaliště – rybníku Stráž.
- 10 Zlepšení spolupráce se subjekty v oblasti cestovního ruchu: posílení obrazu města



v kruzích odborníků a manažerů cestovního ruchu.

- 11 Zintenzivnění propagace: účast na veletrzích cestovního ruchu, pravidelná spolupráce s médii, zviditelnění komplexní nabídky cestovního ruchu destinace s využitím rekordů a kuriozit.
- 12 Zkvalitnění a rozšíření turistické suprastruktury: certifikace ubytovacích zařízení a aplikace doporučujících standardů do praxe, vybudování chybějících ubytovacích zařízení pro méně náročnou klientelu (kempy, letní tábořiště).
- 13 Tvorba balíčků pro různé cílové skupiny: vytváření nových a netradičních programů pro návštěvníky.
- 14 Využití potenciálu a pro zlepšení kongresové turistiky.
- 15 Vytváření a zkvalitňování doprovodné infrastruktury: budování nových cyklotras a pěších stezek.

#### **8.4.4 Ohrožení**

- 16 Podcenění závažnosti problematiky životního prostředí ve srovnání s jinými aspekty rozvoje.
- 17 Pokles zájmu investorů o podnikání v regionu.
- 18 Pokles kupní síly obyvatel.
- 19 Snižující se podíl ekonomicky aktivního obyvatelstva.
- 20 Klesání zájmu o sport a kulturu ze strany dětí a mládeže.
- 21 Konkurence heren a barů pro trávení volného času.
- 22 Úbytek dobrovolných organizátorů kulturních a sportovních akcí.
- 23 Nedostatek finančních prostředků města, kraje a České republiky na realizaci a spolufinancování aktivit v oblasti cestovního ruchu.
- 24 Nedostatečně flexibilní prezentace a propagace města.
- 25 Nedocení významu kulturního a přírodního bohatství.
- 26 Ztráta atraktivity destinace v důsledku nekompletní turistické vybavenosti.
- 27 Daňové zatížení v České republice: pokles komparativní konkurenceschopnosti regionu.
- 28 Vandalismus.

## 9 NÁVRHY ALTERNATIVNÍCH ŘEŠENÍ ZJIŠTĚNÝCH NEDOSTATKŮ

Na základě provedení terénního výzkumu a posouzení silných a slabých stránek destinace v souvislosti s jejími příležitostmi a hrozbami byly zjištěny některé nedostatky, z nichž dva se v současné době jeví jako poměrně rychle odstranitelné. Zároveň díky existenci podkladů využitelných pro zamýšlený účel představuje jejich odstranění nejméně finančně nákladný způsob zvýšení počtu návštěvníků Pelhřimova. Možnostmi zvýšení návštěvnosti jsou zintenzívnění propagace a rozšíření nabídky kulturních akcí.

### 9.1 Zintenzívnění propagace: Pelhřimov – město rekordů „na první pohled“

Propagace destinace je na velmi dobré úrovni, město a agentura Dobrý den mají webové stránky, na kterých jsou prezentovány jednotlivé atraktivity, existuje vhodný propagační materiál, několikrát za rok se objevují reportáže v pořadech jednotlivých televizí, jsou vysílány pravidelné pořady v rádiích. Jako nedostatečná se jeví propagace „na místě“, tzn. v nejbližším i vzdálenějším okolí destinace, která je důležitým prvkem v celkové propagaci.

Město leží na křižovatce dvou silnic I. třídy, v dostupnosti dálnice D1, od roku 2003 je otevřena I. etapa dopravního okruhu města a chystá se západní podoba dopravního okruhu. Podél těchto komunikací se kromě dopravních ukazatelů nenachází nic, co by upozornilo kolemjedoucí, že míjejí město rekordů, které by určitě stálo za návštěvu. Stejná situace nastává i při průjezdu městem, kde je rozmístěno pouze několik obřích předmětů, které jsou součástí stezky „Procházka Českou knihou rekordů“ a které nezainteresovaná osoba jen stěží zaregistruje. Výjimkou je obří cyklistická značka umístěná na křižovatce ulic Průběžná a Křemešnická, která upozorňuje na průběh cyklotrasy. Počet projíždějících destinací je poměrně vysoký, proto lze předpokládat, že intenzivnější propagace v destinaci by způsobila nárůst návštěvníků z řad náhodně projíždějících i pravidelně projíždějících, kteří jsou sice o existenci místních atraktivit informováni, ale při průjezdu destinací je na atraktivity nic neupozorní a nepřiměje k zastavení ani nenaláká k jejich návštěvě. Přitom podíl návštěvníků získaných tímto způsobem nelze opomenout.

Pro intenzivnější propagaci lze využít obří předměty a značení, které upoutají pozornost projíždějících, především rodin s dětmi. Agentura Dobrý den disponuje velkým množstvím předmětů rekordních velikostí využitelných k tomuto účelu, popř. je možné potřebné předměty nechat vyrobit.

Základním předpokladem je výroba dopravního značení extrémní velikosti, zejména značky Obec a Konec obce a směrové ukazatele. Uvedená označení se umístí, po dohodě s příslušným odborem dopravy, na komunikace procházející městem a jeho okolím. Zároveň se v Pelhřimově a okolí rozmístí obří předměty, které vyzdvihnou ojedinělý charakter destinace. Uvedené předměty a informační tabule se umístí také v blízkosti autobusového a vlakového nádraží, která patří k nejfrekventovanějším místům ve městě. Konkrétní předměty, existující i navržené, a místo jejich prezentace jsou uvedeny v tabulce 15.

Tabulka 15: Rozmístění předmětů rekordní velikosti v Pelhřimově

Předměty rekordní velikosti	Místo prezentace předmětů
Zubní kartáček dlouhý 3 m	Spojené kartáčovny
Čajová konvice na 640 litrů	NEZA
Nákupní vozík 250 x 350 x 250 cm	Penny Market
Poštovní schránka 180 x 132 x 110 cm	Pošta
Lavička dlouhá 10 m	Městské sady
Šálek na kávu na 6 litrů	Hotel Rekrea
Kravata dlouhá 6 m	Alfatex Móda
Vánočka z trvanlivého materiálu dlouhá 5 m	Adélka
Školní aktovka 260 x 250 x 110 cm	Základní škola Na Pražské
Tužka dlouhá 2 m	KOH-I-NOOR
Nákupní taška 260 x 240 x 150 cm	Obchodní dům Perla
Pneumatika o průměru 3 m	Autoopravna Na Sile
Tenisový míček o průměru 1 m	Tenisová hala
Nafukovací záchranný kruh o průměru 3 m	Plavecký bazén
Příbor (vidlička a nůž) dlouhý 3 m	Hotel Slávie
Pivní tácek o průměru 80 cm	Restaurace Pražanka

Zdroj: Vlastní šetření

Nabízí se zde spolupráce s místními firmami, z nichž některé jsou autory zmiňovaných předmětů a jiné jsou ochotné se jimi stát, neboť tímto způsobem přispějí k propagaci nejen destinace, ale i své.

Některé ze jmenovaných předmětů mají zároveň funkci orientačních bodů, protože jejich umístění v blízkosti prostorů, kde jsou poskytovány i služby cestovního ruchu, usnadní návštěvníkům orientaci v destinaci.

Finanční prostředky na zabezpečení projektu lze získat od Ministerstva pro místní rozvoj z Programu podpory CR a z Fondu Vysočiny, popř. od Evropské unie, konkrétně prostřednictvím Společného regionálního operačního programu – opatření 4.1 – Rozvoj služeb pro cestovní ruch.

## **9.2 Nová kulturní akce: „Expedice do říše obrů“**

Nabídka kulturních akcí v destinaci je pestrá, přesto by návštěvníci uvítali její rozšíření. Kulturní a sportovní akce se konají v průběhu celého roku. Agentura Dobrý den pořádá nebo se spolupodílí na organizaci mnoha akcí, přesto těmi nejvýznamnějšími z oblasti rekordů a kuriozit jsou mezinárodní festival „Pelhřimov – město rekordů“ konající se druhý červnový víkend, prosincová Zlatá neděle na radnici a velikonoční program. Z uvedeného vyplývá, že dlouhá časová prodleva mezi akcemi v červnu a prosinci poskytuje prostor pro oslovení návštěvníků novým produktem z oblasti rekordů a kuriozit.

Účelem je vytvoření dalšího produktu spjatého s rekordy a kuriozitami, který rozšíří současnou nabídku takto zaměřených akcí, a s tím související využití potenciálu, který vyplývá z jedinečného charakteru podmínek pro takto specializované akce.

Cílem je přilákání dalších návštěvníků a především oslovení stávajících návštěvníků, kteří existující nabídku akcí spojených s rekordy a kuriozitami znají a využívají a uvítají její zpestření.

Základní myšlenkou produktu je strávení příjemného dne v přírodě mezi obřími exponáty. Hlavním programem je výstava obřích exponátů, rozdělená do několika sekcí uvedených v tabulce 16. Většina vystavovaných předmětů, spravovaných agenturou Dobrý den, není kvůli své nadměrné velikosti součástí stálé expozice Muzea rekordů a kuriozit. Pořádáním nové akce se návštěvníkům nabízí možnost si prohlédnout téměř nevystavované exponáty. Zároveň mají návštěvníci možnost se na výstavě aktivně

podílet. K tomuto účelu je vytvořena zvláštní sekce Zahrada obrů, do níž mohou návštěvníci přispět nadměrně velkými plody, které sami vypěstovali a jejichž velikost přesahuje předem stanovenou hranici a splňuje tak podmínku rekordní velikosti. Takový plod současně opravňuje návštěvníka ke vstupu zdarma.

Tabulka 16: Rozdělení vybraných exponátů do konkrétních sekcí

Jednotlivé sekce	Obří exponáty zahrnuté do sekce
Šatník obrů	Tričko, oblečení ze známek, knoflíků, spínacích špendlíků, boty, šála, čepice, péřová bunda, kravata, pyžamo.
Kuchyň obrů	Čajová konvice, hrnec, pánev, porcelánový šálek, dřevěná lžice, stolička, naběračka.
Koupelna obrů	Zubní kartáček, štětka na holení.
Hobby obrů	Sochy ze dřeva, slaměné ozdoby, dřevěný řetěz, celodřevěné jízdni kolo, kačer ze dřeva, makety světových staveb, pивní tácek, lampión, nůše.
Zahrada obrů	Plody extrémní velikosti vypěstované návštěvníky.

Zdroj: Vlastní návrh

Doplňkový program zahrnuje sportovní aktivity a soutěže nenáročné na technické zázemí. Disciplíny, u nichž lze měřit čas nebo výkon, jsou koncipovány jako regulérní pokusy o vytvoření nových či překonání stávajících rekordů. Konkrétními příklady jsou žonglování, různé cviky, překážkové dráhy, míčové hry apod. Součástí je také možnost stravování, které je pojato rovněž netradičně, neboť pro přípravu občerstvení se využijí vystavované exponáty, zejména čajová konvice, naběračka a pánev. Některé obří předměty jsou návštěvníkům přímo k dispozici, a to největší lavička na sezení, největší deka pro odpočinek ve stylu pikniku, obří deštník pro přečkání případné přeháňky. Program uvádí obr v nadživotní velikosti, který je zároveň maskotem akce.

Cílový segment tvoří především rodiny s dětmi a mládež.

Místem vhodným pro pořádání uvedené akce je okolí rybníku Stráž, který leží v těsné blízkosti Pelhřimova. Termín konání je druhá sobota v září, důvodů je několik: časová prodleva mezi akcemi z oblasti rekordů se zkrátí, jmenovanou akci lze pojmout jako rozloučení s létem a hlavní turistickou sezónou, klimatické podmínky jsou v tomto

období stále přijatelné, přípravy spojené s nástupem do školy již pominuly a přípravy spojené s docházkou do školy ještě nejsou náročné, to má velký vliv na cílový segment.

Na organizaci, zajištění a propagaci akce se podílí agentura Dobrý den, Kulturní zařízení města Pelhřimov, Turistické informační centrum Pelhřimov, popř. také Městský úřad Pelhřimov.

Propagace probíhá především na webových stránkách města a agentury Dobrý den, dále formou letáků a plakátů. Akce bude propagována také na festivalu Pelhřimov – město rekordů, kterého se kromě jiných účastní cílový segment nové akce. Zároveň je vhodné oslovit nové studenty středních škol, odborných učilišť i základních škol, neboť pocházejí nejen z Vysočiny, ale také z jiných krajů. Vzhledem k cílovému segmentu návštěvníků se jeví jako příhodný propagační materiál nové akce papírové pravítko. Svým ztvárněním plní především propagační funkci, ale zároveň má svou praktickou funkci – slouží jako školní pomůcka. Pravítko, které bude představeno a prodáváno nejprve na červnovém festivalu rekordů, a poté ho bude možné zakoupit ve všech pelhřimovských papírnicích, současně slouží jako vstupenka na novou akci.

Vstup na nově pořádanou akci je placený, výjimku tvoří návštěvníci, kteří přinesou exponát do sekce Zahrada obrů, popř. se prokáží jmenovaným pravítkem. Dále se předpokládá zpoplatnění stravovací služby a prodej suvenýrů. Součástí nabídky je volný vstup do Muzea rekordů a kuriozit v den konání nové akce, čímž je podpořen pokus o rekordní počet návštěvníků muzea během jednoho dne.

Finanční zabezpečení akce se uskuteční prostřednictvím prostředků od Ministerstva pro místní rozvoj z Programu podpory cestovního ruchu a dále z Fondu Vysočiny, je vhodné využít také prostředky Evropské unie ze Společného regionálního operačního programu – opatření 4.1 Rozvoj služeb pro cestovní ruch. V úvahu přichází také příspěvky sponzorů z řad místních podnikatelských subjektů.

### 9.3 Shrnutí

Region Pelhřimovsko má pestrou nabídku produktů destinačního managementu. Produkt Pelhřimov – město rekordů je však v České republice ojedinělý, tím pádem na tento produkt soustředí město Pelhřimov největší pozornost a na jeho základě staví propagaci celé destinace. Pelhřimov využívá pouze běžných forem propagace, především letáků, plakátů, prezentace na webových stránkách a veletrzích cestovního ruchu.

Pelhřimov, respektive agentura Dobrý den, disponuje řadou předmětů, které z důvodu své rekordní velikosti nemohou být umístěny v Muzeu rekordů a kuriozit, a proto jsou skladovány v prostorech návštěvníkům nepřístupných, kde je jejich využití nulové. Jejich vhodné rozmístění ve městě a blízkém okolí přispěje k jeho propagaci a tím k pozitivní stimulaci návštěvníků.

Oblast rekordů a kuriozit svým charakterem vybízí k neustálé invenci nových produktů využitelných v cestovním ruchu. Zainteresovaný segment návštěvníků inovaci nabídky takto zaměřených produktů vítá. Je v zájmu destinace podporovat a iniciovat nové společenské akce spojené s rekordy a kuriozitami.



## 10 ZÁVĚR

Region Pelhřimovsko, součást kraje Vysočina, se rozkládá v nejzápadnějším výběžku Českomoravské vrchoviny. Ačkoli leží v jedné z ekologicky nejméně dotčených oblastí České republiky, patří dosud k turisticky méně prozkoumaným destinacím.

Nabídka volnočasových aktivit v regionu Pelhřimovsko, jejíž analýza byla cílem diplomové práce, je poměrně pestrá, přesto lze za stěžejní produkt v nabídce destinačního managementu označit „Pelhřimov – město rekordů“. Destinace těží z jedinečnosti uvedeného produktu, která je významným faktorem ovlivňujícím atraktivitu a na jejím základě se odvíjející návštěvnost. Povědomí návštěvníků o spjitosti Pelhřimova s oblastí rekordů a kuriozit je značné. Návštěvníci znají také pelhřimovskou agenturu Dobrý den, jež zastřešuje oblast rekordů a kuriozit v České republice a je tak klíčovou organizací v této oblasti. Produkty související s rekordy a kuriozitami patří v Pelhřimově k nejnavštěvovanějším.

Na základě provedení terénního výzkumu a posouzení silných a slabých stránek destinace v souvislosti s jejími příležitostmi a hrozbami však byly zjištěny některé nedostatky, z nichž dva se v současné době jeví jako poměrně rychle odstranitelné. Zároveň díky existenci podkladů využitelných pro zamýšlený účel představuje jejich odstranění nejméně finančně nákladný způsob zvýšení počtu návštěvníků Pelhřimova. Navrhovanými možnostmi zvýšení návštěvnosti jsou zintenzívnění propagace a rozšíření nabídky kulturních akcí souvisejících s rekordy.

Propagace destinace je na dobré úrovni, přesto návštěvníci přijíždějí do destinace především na základě vlastní zkušenosti, na doporučení známých a příbuzných, popř. se k návštěvě rozhodnou za přispění informací získaných prostřednictvím internetu. Proto je vhodné zintenzívnit propagaci, a to především přímo v destinaci a zaměřit se tak na segment tranzitujících osob. K tomuto účelu lze využít předmětů rekordní velikosti, spravované agenturou Dobrý den, které jsou nápadné. Pokud se vhodně rozmístí po městě Pelhřimov a okolí, upozorní tak projíždějící, že se nacházejí ve městě rekordů, a tím je současně motivují k návštěvě.

Jednou z hlavních priorit pro destinaci je rozšiřování nabídky pro návštěvníky v oblasti aktivního trávení jejich volného času, které spočívá zejména ve vytváření netradičních programů souvisejících s rekordy a kuriozitami. Hlavní myšlenkou nové kulturní akce, která osloví zejména rodiny s dětmi a mládež, je aktivní strávení příjemného dne mezi rekordními předměty. Agentura Dobrý den disponuje množstvím

exponátů, které kvůli své nadměrné velikosti nejsou součástí stálé expozice Muzea rekordů a kuriozit. Pořádáním nové akce se návštěvníkům nabízí možnost si prohlédnout téměř nevystavované exponáty. Charakter akce umožňuje návštěvníkům se aktivně účastnit připraveného programu. Některé exponáty jsou během akce prakticky využívány, např. při přípravě občerstvení, pro odpočinek apod. Realizace nové kulturní akce představuje další využití potenciálu, který oblast rekordů a kuriozit představuje. Proto je v zájmu destinace podporovat a iniciovat vznik takto zaměřených produktů cestovního ruchu. Úspěšný rozvoj cestovního ruchu na Pelhřimovsku závisí také na přístupu města a zainteresovaných subjektů cestovního ruchu a jejich vzájemné spolupráci.

Pelhřimovsko zaujímá nepříliš výraznou pozici v nabídce cestovního ruchu České republiky. V současné době se značně podílí na rozvoji zejména regionálního cestovního ruchu. Na základě neustálého rozšiřování nabídky ojedinělých produktů cestovního ruchu a jejich intenzivní propagace lze předpokládat, že podíl na rozvoji celostátního cestovního ruchu se bude neustále zvyšovat, až atraktivita destinace přesáhne hranice České republiky.

## SUMMARY

Region Pelhřimovsko, the part of Vysočina district, is situated in the ecologically well-kept area in the Czech republic. It belongs to less explored areas by tourists.

An offer of free-time activities in this region is rather large-scale. The fundamental product of the destination management is “Pelhřimov – the town of records”. This region profits from uniqueness of mentioned product. This uniqueness notably influences an attraction and visit rate of region Pelhřimovsko. Visitors know the connection between the region and the section of records and curiosities. They have also awareness of Good day agency, which caters to this section in the Czech republic. The products connecting with the section of records and curiosities belong to the most frequented.

Result of analysis discloses some faults. At present the propagation can be intensified and the offer of free-time activities can be enlarged. It is suitable to utilize the subjects with record oversize to propagation of the region and to call attention to the town of records. These unique exhibits can be used to make a new cultural programme for families with children and teenagers, because these subjects are stocked at inapproachable place for tourists and so they have no other usage.

The section of records and curiosities represents available potential for tourism. It is in the interest of region to support and initiate products, which are in this manner specialized. On the basis of this fact can be supposed that the region Pelhřimovsko obtains significant position in the tourism market not only in the Czech republic.

## POUŽITÉ ZDROJE

### Knižní publikace

- [1] BOUČKOVÁ, J., HORÁKOVÁ, H., HRDINOVÁ, J. aj.: Základy marketingu. Praha: VŠE, 1999
- [2] FORET, M., FORETOVÁ, V.: Jak rozvíjet místní cestovní ruch. Praha: Grada Publishing, spol. s r. o., 2001
- [3] HESKOVÁ, M. a kol.: Analýza destinačních managementů v cestovním ruchu na příkladech České republiky a Rakouska. Bratislava: Kartprint, 2004
- [4] HORÁKOVÁ, H.: Strategický marketing. Praha: Grada Publishing, spol. s r. o., 2001
- [5] JANEČKOVÁ, L., VAŠTIKOVÁ, M.: Marketing měst a obcí. Praha: Grada Publishing, spol. s r. o., 1999
- [6] KIRÁĚLOVÁ, A.: Marketing destinace cestovního ruchu. Praha: EKOPRESS, s.r.o., 2003
- [7] LANGEROVÁ, B.: Kraj Vysočina. Praha: ACR Alfa s. r. o. (Agentura propagace ČR), 2004
- [8] MALÁ, V.: Cestovní ruch (vybrané kapitoly). Praha: VŠE, 1999
- [9] PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J.: CR – výkladový slovník. Praha: MMR, 2002
- [10] SVOBODOVÁ, H., MYNÁŘOVÁ, L., KAČER, R.: Informace pro marketing. Ostrava: AKS, 1994
- [11] ZBOŘIL, K.: Marketingový výzkum – metodologie a aplikace. Praha: VŠE, 1998

### Periodika

- [12] Guinnessově knize rekordů se narodila sestřička. Vysočina – Listy Pelhřimovska, 2003, roč.9, 16. 6. 2003, s. 6
- [13] Něco pro Vaši knihovnu. Pelhřimovské noviny, 2005, roč. 7, č. 22, s. 5
- [14] Pelhřimov – město rekordů. Pelhřimovské noviny, 2006, roč. 8, č. 7, s. 5
- [15] Pelhřimovské rekordy na Slovensku. Pelhřimovské noviny, 2005, roč. 7, č. 22, s. 4
- [16] S kačerem prezident rekord „nechytil“. Pelhřimovské noviny, 2004, roč. 6, č. 9, s. 1
- [17] Zdravé město i pro budoucí generace. Pelhřimovské noviny, 2006, roč. 8, č. 2, s. 2

### Internet

- [18] Agentura Dobrý den a její produkty [online]. 2005. Dostupné z: <[www.dobryden.cz](http://www.dobryden.cz)>

- [19] Aktuality [online]. 2006. Dostupné z: <[www.pelhrimovsko.cz](http://www.pelhrimovsko.cz)>
- [20] BERÁNEK, J.: Nové směry v nabídce cestovního ruchu [online]. 2005. Dostupné z: <[www.cot.cz](http://www.cot.cz)>
- [21] Holiday World 2006 [online]. 2004. Dostupné z: <[www.incheba.cz](http://www.incheba.cz)>
- [22] Informace o městě Pelhřimov [online]. 2005. Dostupné z: <[www.města.obce.cz/pelhrimov](http://www.města.obce.cz/pelhrimov)>
- [23] Město Pelhřimov [online]. 2006. Dostupné z: <[www.vitejte.cz](http://www.vitejte.cz)>
- [24] Nová expozice a stezka v Pelhřimově - městě rekordů [online]. 2006. Dostupné z: <[www.czechtourism.com/133premier/cz](http://www.czechtourism.com/133premier/cz)>
- [25] Pelhřimovsko [online]. 2005. Dostupné z: <[www.travelatlas.cz](http://www.travelatlas.cz)>
- [26] Propagační materiál mikroregionu [online]. 2006. Dostupné z: <[www.mikroregion.pel.cz](http://www.mikroregion.pel.cz)>
- [27] Regiontour 2006 [online]. 2001 – 2006. Dostupné z: <[www.bvv.cz](http://www.bvv.cz)>
- [28] Statistické údaje o Pelhřimovsku [online]. 2006. Dostupné z: <[www.czso.cz](http://www.czso.cz)>
- [29] Vítejte na Vysočině [online]. 2003. Dostupné z: <[www.kr-vysocina.cz](http://www.kr-vysocina.cz)>

### **Ostatní dokumenty**

- [30] Strategický plán rozvoje města Pelhřimov. Jihlava: RRA Vysočina, 2004

# **PŘÍLOHY**

Příloha č. 1: Umístění a vymezení regionu Pelhřimovsko

Příloha č. 2: Logo agentury Dobrý den a města Pelhřimov

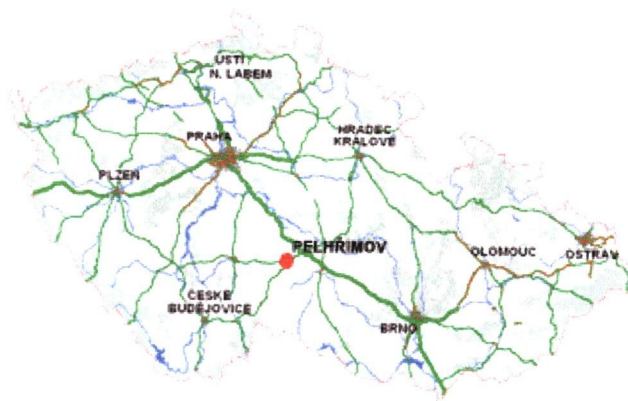
Příloha č. 3: Seznam ubytovacích a stravovacích zařízení v Pelhřimově

Příloha č. 4: Vybrané rekordy jednotlivých ročníků festivalu Pelhřimov – město rekordů

Příloha č. 5: Dotazník

## Příloha č. 1

Obrázek 1: Umístění regionu v rámci České republiky



Zdroj: [www.pelhrimovsko.cz](http://www.pelhrimovsko.cz)

Obrázek 2: Vymezení regionu

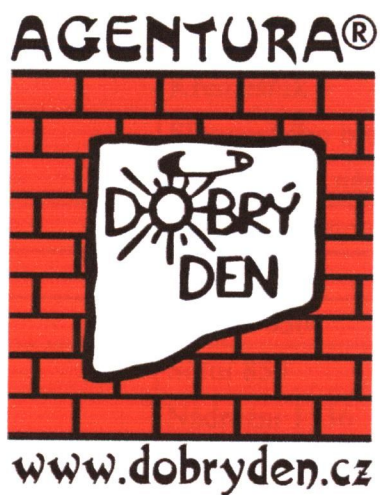


Zdroj: <http://www.spa.cz/cs/d42/pelhrimov>



Příloha č. 2

Obrázek 3: Logo agentury



Zdroj: [www.dobryden.cz](http://www.dobryden.cz)

Obrázek 4: Logo města



Zdroj: [www.dobryden.cz](http://www.dobryden.cz)

### Příloha č. 3

Tabulka 17: Ubytovací zařízení v Pelhřimově a nejbližším okolí

Název	Adresa
Fit Farma	Vlásenická 1900
Hotel Křemešník	Křemešník 4
Hotel Rekrea	Slovanského bratrství 1664
Hotel Slávie	Masarykovo náměstí 29
Motel Bernard	Starý Pelhřimov 79
Motel Farma	Služátky 25
Penzion Fára	Tylova 836
Penzion Lucerna	Solní 853
Sporthotel	Nádražní 1536
Turistická ubytovna Jena	Pražská 1541

Zdroj: Turistické informační centrum Pelhřimov

Tabulka 18: Stravovací zařízení v Pelhřimově

Název	Adresa
Cukrárna Adélka	Pražská 1417, U Pekárny 849
Pizzeria Hotel Slávie	Masarykovo náměstí 29
Pizzeria Milandre	Svatovítské náměstí 159
Restaurace Na Náměstí	Masarykovo náměstí 4
Restaurace Popovice	U Popovic 618
Restaurace Pražanka	Arch. Janáka 1193
Restaurace Stará Pošta	Příkopy 205
Restaurace Svatý Hubert	Palackého 71
Restaurace U Hradeb	Tylova 783
Restaurace U Vlasáků	Solní 855

Zdroj: Turistické informační centrum Pelhřimov

#### Příloha č. 4

Tabulka 19: Vybrané rekordy jednotlivých festivalů

Rok	Vybrané rekordy
1991	Aleš Spirman představil nejmenší motocykl ve střední Evropě, je vysoký 28 cm a dosahuje rychlosti až 50 km/hod.
1992	Fakír Emil Ondráček zasunul do svých útrob 8 mečů najednou. František Holický vyrobil šatní ramínko o šířce 451 cm.
1993	Ladislav Bíro hodil pivním táckem do vzdálenosti 56,22 m.
1994	Jaroslava Matějíř absolvovala 24 hodinový maratón v psaní na stroji. Opsala dvě a půl knihy, přesněji text o 317 760 úhzech, čímž popsala roli papíru dlouhou 32,87 m.
1995	Ali Morovič udělal za 60 minut neskutečných 3 165 kliků.
1996	Technický sklář Michal Zahradník představil světový unikát – funkční parní stroj ze skla. Ali Morovič zvedl v zubech činku o hmotnosti 250 kg.
1997	Ladislav Hanzel roztláčil 2 lokomotivy o celkové váze 128 tun. Knír Jiřího Patery dosáhl rozpětí 123,5 cm.
1998	Lubomír Vaněk nakreslil za 3 hodiny 370 karikatur – portrétů návštěvníků festivalu.
1999	Fred Meier z Německa vsoukal do nafukovacího balónku 22 lidí.
2000	Třináctiletý Jan Luňák z Vamberku dokázal odmocnit z hlavy za 15 minut 16 osmimístných čísel.
2001	Vladimír Michna představil 250 cm vysokou maketu Eiffelovy věže ze 44 000 zápalek.
2002	Roman Valíček udržel vlastním soustředěním a vnitřní silou – psychokinezi na hrudi a ve stoje kovovou zátěž vážící 51 kilogramů, a to po dobu 5 minut a 5 sekund.
2003	Miloš Škorpil z Prahy ujel za 12 hodin jízdy na veslařském trenažéru při 4. zátěžovém stupni 125,728 km.
2004	Jiří Kremser z Hlučína dokázal udělat v časovém limitu jedné minuty 62 dřepů s fotbalovým míčem na čele.
2005	Sochař Jan Řeřicha a Miroslav Ledvinka vyrobili z mramoru Verde Guatemala funkční kamenný reproduktor, jehož membrána má průměr 50 mm a tloušťku 0,25 - 0,5 mm.

Zdroj: [www.dobryden.cz](http://www.dobryden.cz)

**Příloha č. 5**

**DOTAZNÍK**

Výsledky tohoto dotazníkového šetření budou využity při zpracování diplomové práce studentky Jihočeské univerzity. Děkuji Vám za spolupráci.

Veronika Krejčí

1. Jaký je důvod Vašeho pobytu v Pelhřimově?

- a) pasivní rekreace
- b) sportovní činnosti
- c) poznání
- d) pracovní důvody
- e) soukromé důvody
- f) zdravotní pobyt
- g) kulturní vyžití

2. Doplňte prosím následující slogan: „Pelhřimov – město.....“

3. Co se vám vybaví, když se řekne agentura Dobrý den?

- a) nic
- b) rekordy a kuriozity
- c)
- jiné:.....

4. Znáte uvedené atraktivity Pelhřimova? (v každém řádku označte křížkem 1 odpověď)

Atraktivity	Znám				Neznám
	Navštívil(a) jsem a		Nenavštívil(a) jsem a		
	chystám se znovu navštívit	nechystám se znovu navštívit	chystám se navštívit	nechystám se navštívit	
Dům dobrých dnů					
Mezinárodní festival rekordů a kuriozit					
Muzeum rekordů a kuriozit					
Muzeum strašidel					
Muzeum Vysočiny					
Stezka po stavebních slozích					
Stezka „Procházka Českou knihou rekordů“					

5. Co si myslíte, že by měl Pelhřimov udělat pro to, aby sem jezdilo více turistů?

6. Co Vás v Pelhřimově nebo jeho okolí nejvíce zaujalo v souvislosti s rekordy a kuriozitami?

7. Pro návštěvu Pelhřimova jste se rozhodl(a) na základě?

- |                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| a) vlastní zkušenosti                 | e) reklamy v hromadných sdělovacích prostředcích |
| b) doporučení známých nebo příbuzných | f) informací z internetu                         |
| c) nabídky cestovní kanceláře         | g) jiné.....                                     |
| d) prezentace na veletrhu             |  |

8. Základní údaje (zakroužkujte):

Pohlaví:           a) žena  
                      b) muž

Věk:               a) do 18 let  
                      b) 19 – 30 let  
                      c) 31 – 50 let  
                      d) 51 let a více

Vzdělání:         a) ZŠ a vyučen(a)  
                      b) SŠ  
                      c) VŠ

Bydliště:         a) hlavní město Praha                   h) Královéhradecký kraj  
                      b) Středočeský kraj                   i) Pardubický kraj  
                      c) Jihočeský kraj                       j) Vysočina  
                      d) Plzeňský kraj                       k) Jihomoravský kraj  
                      e) Karlovarský kraj                   l) Olomoucký kraj  
                      f) Ústecký kraj                         m) Zlínský kraj  
                      g) Liberecký kraj                     n) Moravskoslezský kraj

Zaměstnání:     a) student                                 d) zaměstnanec  
                      b) nezaměstnaný                   e) soukromý podnikatel  
                      c) mateřská dovolená               f) penzista