

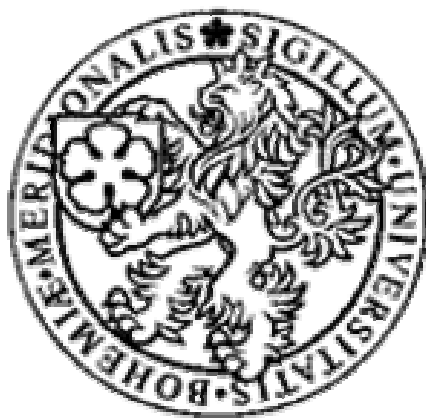
JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: 6208 B Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání – cestovní ruch



Produkt cestovního ruchu v turistickém informačním centru Pardubice

Vedoucí bakalářské práce
doc. Ing. Marie Hesková, CSc.

Autor
Petra Michálková

2007

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Produkt cestovního ruchu v turistickém informačním centru Pardubice vypracovala samostatně na základě vlastních zjištění a materiálů, které jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

V Táboře 11.4. 2007

Petra Michálková

Poděkování

Děkuji své vedoucí práce doc. Ing. Marii Heskové CSc. za pomoc při vypracování bakalářské práce. Současně děkuji pracovníkům turistického informačního centra v Pardubicích za poskytnuté informace, které mi byly velmi cenné při zpracování práce.

Obsah

Úvod.....	8
1. Literární přehled.....	10
1.1 Literární řešerše	10
1.2 Vymezení základních pojmů z oblasti cestovního ruchu.....	19
2. Cíle a použitá metodika	25
3. Situační analýza.....	28
3.1 Vymezení řešeného území.....	28
3.1.1 Pardubicko	28
3.1.2 Pardubice	28
3.1.3 Geografická charakteristika podmínek cestovního ruchu	29
3.1.4 Charakteristika podmínek životního prostředí	30
3.2 Charakteristika forem a druhů cestovního ruchu	31
3.2.1 Formy cestovního ruchu	31
3.2.2 Druhy cestovního ruchu.....	31
3.3 Charakteristika jednotlivých významných subjektů cestovního ruchu	32
3.3.1 Subjekty zajišťující dopravní služby	32
3.3.2 Subjekty zajišťující ubytovací a stravovací služby	33
3.4 Charakteristika návštěvnických atraktivit	37
3.4.1 Atraktivity přírodního charakteru	37
3.4.2 Atraktivity kulturně - společenského charakteru	40
3.5 Pardubice podle významu v cestovním ruchu	44
3.6 Analýza vnějšího prostředí	45
3.6.1 Vývojové trendy na trhu cestovního ruchu	45
3.6.2 Koordinace a řízení cestovního ruchu.....	45
3.6.3 Analýza hlavní konkurence	47
3.7 SWOT analýza města Pardubice	47
4. Regionální informační středisko Pardubice	50
4.1. Kategorizace turistického informačního centra	50
4.2 Charakteristika regionálního informačního střediska Pardubice	51
4.3 Struktura nabídky	52
4.3.1 Produkty nabízené zdarma	52

4.3.2 Produkty v prodeji	52
4.3.3 Služby.....	52
4.4. Forma nabídky.....	53
4.4.1 Osobní služba	53
4.4.2 Elektronická média	53
4.5 Organizační struktura turistického informačního centra.....	53
4.6 Finanční portfolio turistického informačního centra	53
4.7 Profil návštěvníka turistického informačního centra	56
4.8 SWOT analýza turistického informačního centra	54
4.9 Hodnocení portfolia produktů turistického informačního centra	55
5. Vyhodnocení dotazníků a zhodnocení cestovního ruchu ve městě Pardubice..	58
6. Návrh nových produktů.....	62
6.1 Balíček služeb pro cyklisty.....	62
6.2 Balíček služeb pro návštěvníky.....	63
6.3 Naučná stezka po kulturně - historických památkách Pardubic	65
Závěr.....	67
Summary	69
Seznam tabulek	71
Seznam příloh	71
Použitá literatura	72
Použité internetové stránky	72
Přílohy	74
Příloha 1.....	74
Příloha 2.....	76
Příloha 3.....	76
Příloha 4.....	77
Příloha 5.....	79
Příloha 6.....	80
Příloha 7.....	91

Úvod

Cestovní ruch se stal neodmyslitelnou součástí moderního společnosti i života. Každoročně se dává na celém světě do pohybu obrovské množství lidí, které opouští místo trvalého bydliště za účelem rekreace, poznání a z celé řady dalších důvodů.(3)

Vůdčím motivem pro cestování bývá často změna prostředí. Za počáteční fázi cestovního ruchu je považováno až 19. století, kdy byly vytvořeny podmínky pro výraznější rozvoj cestování a od této doby lze hovořit o novodobém cestovním ruchu.

Cestovním ruchem se rozumí soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestou a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem zotavení, poznání, společenského kontaktu, kulturního a sportovního vyžití, lázeňského léčení a pracovních cest. Značnou část těchto potřeb lze uspokojit i mimo rámec cestovního ruchu, ale právě účast na cestovním ruchu představuje vyšší stupeň jejich uspokojení. (2)

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

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

Součástí opatření je realizace Státního programu podpory cestovního ruchu, zabezpečení finanční podpory ze strukturálních fondů EU prostřednictvím Společného regionálního operačního programu, dále vytvoření jednotného informačního systému

cestovního ruchu, podpora tvorby a realizace turistických produktů zaměřených především na kulturně poznávací turistiku, lázeňství, kongresovou a incentivní turistiku, venkovskou turistiku, včetně agroturistiky a ekoturistiky, cykloturistiku a pěší turistiku apod. Prioritním opatřením je zvýšení účinnosti zahraniční prezentace České republiky jako významné turistické destinace na světovém trhu cestovního ruchu, podpora tvorby a realizace regionálních produktů cestovního ruchu a zajištění účinnějšího marketingu cestovního ruchu.

V legislativní oblasti jsou naším hlavním cílem legislativní úpravy a vytvoření legislativního rámce pro podporu rozvoje cestovního ruchu z hlediska kompetencí orgánů státní správy a samosprávy, zejména pak legislativní ošetření ochrany spotřebitele a některých podmínek podnikání v cestovním ruchu. (11)

1. Literární přehled

1. 1 Literární rešerše

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

S cílem sjednotit definici předmětu cestovního ruchu z hlediska statistiky organizovala Světová organizace cestovního ruchu (WTO) v roce 1991 v Ottavě mezinárodní konferenci o statistice cestovního ruchu. Její účastníci přijali návrh, že cestovním ruchem se rozumí „činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiná než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě“.

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

Cestovní ruch má interdisciplinární charakter, kde výsledky jedné vědní disciplíny využívají i jiné vědní disciplíny, čímž obohacují svoje poznání. V současnosti se používá i účelově –funkční vymezení cestovního ruchu jako „soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestováním a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase za účelem odpočinku, poznávání, zdraví, rozptýlení a zábavy, kulturního a sportovního vyžití, služebních cest a získání komplexního zážitku“.

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

Cestovní ruch je charakterizován jako systém. Systémem se rozumí jednota různých prvků, mezi kterými jsou určité vztahy nebo mezi kterými je možné takové vztahy vytvořit. Cestovní ruch je otevřený a dynamický systém, který tvoří dva podsystémy. Těmi jsou subjekt cestovního ruchu a objekt cestovního ruchu včetně jejich vzájemných vazeb. Tyto vazby existují ale i mezi cestovním ruchem jako systémem a jinými systémy, které tvoří

jeho okolí. Jedná se zde o ekologické, ekonomické, politické, sociální a technicko-technologické prostředí.

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

Význam cestovního ruchu je v poslední době stále více spojován s přímým rozvojem regionů. Jednou z nových disciplín, které mohou nastartovat regionální rozvoj, je destinační management a marketing. K rozvoji destinačního řízení je nutné využívat zahraničních zkušeností. V České republice se destinační řízení začalo uplatňovat po roce 2000. (1)

K analýze vnitřního a vnějšího prostředí je v bakalářské práci provedena situační analýza. Horáková situační analýzu považuje za prostředek, který na základě analytického zhodnocení minulého vývoje a současného stavu a na základě kvalifikovaného odhadu pravděpodobného budoucího vývoje ve strategickém období může pomoci při formování budoucí tržní pozice podniku. Šetří vnitřní situaci podniku (schopnosti, dovednosti, jedinečnost, zdroje) především vzhledem k trhům a konkurenci a zkoumá komplexně vliv faktorů vnějšího prostředí na organizaci. Představuje dva typy analýzy – interní a externí. Externí podmínky, které jsou z pozice podniku neovlivnitelné a nekontrolovatelné, silně ovlivňují podnikovou situaci. Mění atraktivnost tržních příležitostí, působí i na intenzitu ohrožení a spoluvytváří řadu specifických situací. Analýza pomáhá identifikovat takové situace, které mohou nastat v prostředí. Aby byla účinná musí pokrývat všechny základní marketingové aktivity podniku, musí být komplexní. Jedině tak může odhalit příčiny marketingových problémů a potíží, ale i úspěchů. (9)

Ve své bakalářské práci jsem zpracovala situační analýzu regionu, která slouží k popisu stávajícího stavu regionu a stane se hlavním podkladním dokumentem pro zpracování následných materiálů rozvoje turistického informačního centra. Tato charakteristika regionu by měla posléze sloužit i pro posouzení dopadů potenciálních rozvojových aktivit.

Součástí situační analýzy je vymezení řešeného území tedy turistické oblasti Pardubicka a města Pardubice. Pro vymezení řešeného území jsem charakterizovala geografické podmínky cestovního ruchu a životního prostředí. K lepšímu pochopení pojmu turistická oblast jsem vycházela z vymezení turistického regionu. Hesková turistické regiony vymezuje jako oblasti, pro něž je typický určitý druh cestovního ruchu, který jednotlivé prvky dané oblasti spojuje a sjednocuje, zároveň je odlišuje od ostatních regionů. Základem je existence produktů a souboru nabídky služeb cestovního ruchu. (1)

Druhou částí situační analýzy je charakteristika forem a druhů cestovního ruchu v řešeném území. Charakteristikou forem a druhů cestovního ruchu se zabývá například Hesková, Petrů, Francová. Podle Petrů formy cestovního ruchu vycházejí ze zaměření cestovního ruchu na uspokojování určitých konkrétních potřeb účastníka, tj. z poptávkově orientované definice cestovního ruchu. Potřeby účastníků cestovního ruchu mají specifikovaný charakter a odlišují se od jiných potřeb několika specifickými znaky. Jednotlivé formy cestovního ruchu obvykle kladou zvláštní požadavky na způsob realizace a zabezpečení služeb (rozsah a kvalitu). Základními formami cestovního ruchu jsou rekreační cestovní ruch, kulturně-poznávací cestovní ruch, sportovně-rekreační, lázeňsko-léčebný cestovní ruch. Dále existují tzv. specifické formy cestovního ruchu, mezi něž patří cestovní ruch mládeže, cestovní ruch třetí generace (seniorů, důchodců), kongresový cestovní ruch, lovecký cestovní ruch, mototuristický cestovní ruch a další (např. cestovní ruch osamělých lidí, incentivní cestovní ruch, agroturistika apod.). Druhy cestovního ruchu Petrů rozlišuje podle několika kritérií: podle místa realizace, podle délky trvání, podle způsobu zabezpečení jeho průběhu, podle způsobu a formy úhrady nákladů na účasti a podle vztahu k platební bilanci se dále dělí na výjezdový cestovní ruch, tranzitní cestovní ruch a příjezdový cestovní ruch.(4)

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

podniky vyrábějící či prodávající turistické zboží, podniky zprostředkující další služby a propagační a reklamní podniky. (8)

Na základě charakteristiky významných subjektů cestovního ruchu je důležité vymezit pojem služba a zboží. Službu lze vymezit jako ekonomický statek, jehož podstatou je činnost a jehož hodnota je určena užitekem, který přináší. Poskytnutí služby se od výrobků liší tím, že jde o nemateriální činnost. Do procesu poskytování služby je nevyhnutelné začlenit i vnější faktor (zákazníka a zboží), v důsledku čehož dochází k souladu výroby služby s její spotřebou (synchronizace), a pomíjivostí služby (nemožnost vytváření zásob). V cestovním ruchu jde o široký sortiment služeb poskytovaných účastníkem cestovního ruchu.

Zboží je výrobek, resp. statek, určený k realizaci na trhu, tj. k prodeji konečnému spotřebiteli (obyvatelstvu) nebo jinému výrobcí, který ho ve formě polotovaru použije v dalším výrobním procesu. Každé zboží je výsledkem výrobního procesu, tj. nejdříve se stal výrobkem, ale ne každý výrobek se musí stát zbožím. Jestliže vyrobený produkt neprojde trhem, nezískává formu zboží. Každé zboží slouží k uspokojení určité potřeby a má svoji cenu, která závisí na vztahu poptávky po daném zboží na trhu a jeho nabídky. V cestovním ruchu jde např. o jídla a nápoje určené na uspokojení potřeb výživy účastníků cestovního ruchu, kartografické produkty (různé druhy map, hlavně turistické mapy, automapy a autoatlasy), upomínkové předměty a suvenýry, případně další. (1)

Orieška také definuje služby cestovního ruchu a seznamuje s jednotlivými druhy služeb, především s jejich organizačně-technickými a technologickými aspekty. Služby cestovního ruchu, jejich sortiment a kvalita patří podle Oriešky mezi nejvýznamnější faktory, které ovlivňují spokojenost účastníků cestovního ruchu.

Podstata a zvláštnosti služeb cestovního ruchu představují činnosti nehmotného charakteru, jejichž výsledkem je buď individuální, nebo společensky užitečný efekt. Individuální efekt, který je obvykle součástí cíle účasti na cestovním ruchu, může mít různorodý charakter podle zvolené formy účasti, například rekreační, kulturní, zdravotní apod. Společenský efekt zpravidla podmiňuje nebo umožňuje dosažení individuálního efektu (například služby související s udržováním čistoty a hygieny veřejných prostranství, zeleně atd.).

Různorodost služeb cestovního ruchu umožňuje jejich klasifikování z více hledisek. Často se podle významu ve spotřebě účastníků cestovního ruchu rozlišují na služby základní a doplňkové. Do základních služeb se zařazuje přemístění účastníků cestovního ruchu z místa jejich trvalého bydliště do rekreačních prostorů a zpět a služby spojené s pobytem v rekreačním prostoru (dopravní služby, služby ubytovací a stravovací). Doplňkové (komplementární) služby jsou spojeny s využíváním atraktivit, vlastností charakteristických pro konkrétní rekreační prostor (například sportovně-rekreační služby, společensko-kulturní služby, lázeňské služby apod.) Uvedená klasifikace je paradoxní tím, že nedoceňuje význam doplňkových služeb, které jsou rozhodující pro uspokojení cílových potřeb účastníků cestovního ruchu. Jejich kvalita podstatnou mírou ovlivňuje užitný efekt účasti na cestovním ruchu a tím i spokojenost jeho účastníků.(2)

Součástí situační analýzy je rozdělení města Pardubic podle významu v cestovním ruchu. Podle Vaška se pro koordinaci zájmů cestovního ruchu s ostatními funkčními články území zařazují oblasti cestovního ruchu podle kvality územních podmínek do čtyř kategorií. Do první kategorie zařazujeme oblasti s nejkvalitnějšími přírodními předpoklady a podmínkami, se širokým souborem funkcí celostátního i mezinárodního významu a se širokou časovou využitelností. Do této kategorie jsou zařazeny oblasti : Západočeské lázně, Krkonoše. Šumava, Jeseníky, Valašsko a Beskydy. Do druhé kategorie patří oblasti s velmi kvalitními přírodními předpoklady a podmínkami, se širokým souborem funkcí celostátního a mezinárodního významu a se smíšenou časovou využitelností. V této kategorii jsou zařazeny oblasti: Máchův kraj, Doksy a okolí, Jizerské hory, Turnovsko, Český ráj, Jihočeské rybníky, Střední Vltava, Křivoklátsko, Dolní Vltava, Posázaví. Českomoravská vrchovina, Orlické hory a Moravský kras. Do třetí kategorie se zahrnují oblasti cestovního ruchu s kvalitními přírodními předpoklady představující nižší zastoupení rekreačně vhodných ploch, s užším souborem funkcí a možností celostátního významu a se smíšenou časovou využitelností. Do této kategorie patří oblasti: České Švýcarsko, Labské pískovce, České středohoří. Lužické hory, Podkrkonoší, Broumovsko. Jesenicko, Žluticko, Stříbrsko, Český les, Chodsko, Pošumaví. Horní Vltava, Kapličko, Brdy, Tábořsko, Železné hory, Povodí Orlice, Dražanská vysočina, Podhorácko, Podyjí, Chřiby a Slovácko. Do čtvrté kategorie se zahrnují oblasti cestovního ruchu s územně omezeným rozsahem rekreačně vhodných ploch, s významným plošným dopadem faktorů vylučujících rekreační využitelnost rekreačně vhodných ploch, s úzkým rozsahem realizovaných funkcí rozsahem

zpravidla oblastního významu. Řadíme zde oblasti : Krušnohoří, Frýdlansko, Mělnicko, Staroboleslavsko, Džbán, Přešticko - Nepomucko, Blatensko, Dolní Berounka a Pavlovské vrchy.

Podoblasti tvoří organický územní celek, mající všechny hlavní znaky oblasti, ale navíc má specifické vlastnosti odlišující ho od ostatního území oblasti. Kromě tvorby oblastí cestovního ruchu byla hodnocena síť sídel ve vazbách a vztazích k cestovnímu ruchu a rekreaci a byla stanovena následující stupnice městských sídel:

- Výchozí centra - města velkého významu s velkou vybaveností, ležících většinou na křižovatkách dopravních cest, pro cestovní ruch mezinárodní vnitrostátní mají funkci výchozích bodů
- Východiska - města širšího významu, dobře vybavená a dostupná, jsou přímým nástupištem do rekreačních prostorů a ve vztahu k oblastem cestovního ruchu mají funkci oblastních center.
- Střediska, cílové body - místa často bez vyšší vybavenosti a s horším komunikačním spojením, většinou leží uvnitř rekreačních prostor a plní funkci ubytovací.

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

- Městská střediska cestovního ruchu, která můžeme dále rozdělit na : kulturně historická, administrativně správní, obchodně průmyslová.
- Lázeňská místa: termální a klimatická. Vybavenost lázeňských míst materiálně technickou základnou cestovního ruchu je ovlivněna typem lázeňského místa a jeho významem, (např. jde-li o lázně klimatická nebo termální). Kromě standardního zařízení se zde vyskytují specifická zařízení jako jsou sanatoria, léčebné domy, rehabilitační zařízení atd. Zařízení ubytovacích, stravovacích, společensko zábavních a dalších služeb jsou zde obvykle vyšší úrovně, což je ovlivněno poptávkou po kvalitativně vyšším typu služeb.
- Střediska cestovního ruchu a rekreace: střediska koupání a vodních sportů, střediska turistiky a vodních sportů v podhorské krajině, střediska turistiky a zimních sportů v horské krajině
- Rekreační obce: kategorie s výlučně rekreační funkcí, II. kategorie s převládající rekreační funkcí, III. kategorie s doplňkovou rekreační funkcí
- Chatové lokality: při vodní ploše, v ostatní poloze
- Výletní místa: přírodní, civilizační, společenská

Pro každý typ místa je zpracována charakteristika vyplývající z jeho významu, urbanistického členění, krajinného typu, sezónnosti, druhu cestovního ruchu a převažující doby pobytu. Střediska cestovního ruchu zde byla rozdělena do tří základních typů. Vybavenost zařízeními umožňujícími cestovní ruch a rekreaci je do značné míry podřízen typu střediska a jeho významu.

Rajonizace sídla městského typu zařazuje do tří kategorií:

- I. kategorie sídel městského typu zahrnuje města se širokým uplatněním, dosahujícím ve vztahu k cestovnímu ruchu nadprůměrné úrovně u obou složek funkčních činností - atraktivit i vybavenosti (kultur, památek, ubytovacích kapacit ap), a tomu odpovídající celoroční návštěvností. (Český Krumlov, České Budějovice, Karlovy Vary, Třeboň, Teplice apod.)
- II. kategorie zahrnuje města s průměrnou úrovní atraktivit a vybavenosti, v návštěvnosti se projevuje výrazné sezónní rozložení. (Jeseník, Havlíčkův Brod, Náchod, Telč, Jičín apod.)
- III. kategorie zahrnuje všechna ostatní města, pokud se mohou uplatnit v cestovním ruchu, byť na základě spíše ojedinělých atraktivit. (Nymburk, Veselí n. Lužnicí, Kopřivnice, Ledec n. Sázavou, Smržovka apod.)

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

- využitelnost funkční
- využitelnost časová

Funkční využitelnost oblastí cestovního ruchu je dána souborem následujících funkcí:

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

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

Časová využitelnost vyjadřuje schopnost zabezpečovat realizaci funkčního využití v průběhu roku. Vzhledem k tomu, že funkční a časová využitelnost území pro rekreaci a cestovní ruch je velice různorodá, bylo třeba stanovit základní typy středisek co do velikosti, ekonomické funkce, časové a funkční využitelnosti území, plochy využívaného území a významu pro cestovní ruch. (10)

Posledními částmi situační analýzy je analýza vnějšího prostředí a SWOT analýza. Podle Horákové je SWOT analýza užitečnou součástí situační analýzy. Podniky ji většinou umísťují na její závěr, jelikož sumarizuje klíčové silné a slabé stránky, příležitosti a ohrožení. Může být samozřejmě prováděná i jako samostatný krok v rámci marketingového procesu.

Ke zhodnocení turistického informačního centra je využita metoda hodnocení portfolia pomocí Bostonská matice. Součástí Bostonské matice jsou strategické podnikatelské jednotky (SPJ), proto je důležité vymezit si jejich definici. SPJ vymezuje například Horáková. Podle ní jsou SPJ v rámci podniku decentralizovaná, na zisku založená střediska, s možností samostatného plánování ve strategickém slova smyslu a řízená způsobem, který odpovídá řízení samostatného celku. Představují činnosti podniku s jasně stanoveným cílem, s potřebami určenými specifickými skupinami zákazníků a samostatně přispívajícími k hospodářskému výsledku podniku jako celku. Konkrétní definování SPJ spočívá ve vymezení okruhů činností, které většinou znamenají výrobu určitých výrobků (rozdělení podniku do více dílčích, soudržných složek s ohledem na velikost podniku a jeho hierarchické uspořádání). SPJ může být celý podnik, výrobková řada nebo dokonce i jeden výrobek – musí zde být představen samostatný celek, který může být uvažován jako reálná jednotka pro účely marketingového plánování. SPJ by měly být stanoveny tak, aby tvořily organické součásti jednotného komplexu podnikových činností a výrobků směřujících na vybrané trhy. (9)

Bostonská konzultační skupina založila model na myšlence, že výše hotových peněžních prostředků vytvořených jednotlivými SPJ je těsně spojena s tempem růstu trhu a s relativním tržním podílem. Tyto dva faktory považuje skupina za faktory strategické úspěšnosti. Při modelování konkrétních situací se relativní tržní podíl a tempo růstu trhu obvykle vztahují k období jednoho roku. Bostonská matice je rozdělena do čtyř kvadrantů. Bostonská konzultační skupina předpokládala, že každá SPJ najde své místo v jednom ze

čtyř kvadrantů, které je základem zkoumání postavení SPJ. Pro kvadranty našla konzultační skupina specifická jména charakterizující významnost SPJ a jednotlivé kvadranty zároveň podrobně charakterizovala. Obojí založila v podstatě na množství prostředků, které jednotlivé kvadranty pro podnik vytvářejí anebo od podniku vyžadují. (9)

Definice produktu se považuje podle vymezení Americké marketingové asociace to, co lze na trhu nabízet k pozornosti, k získání, k používání nebo ke spotřebě, co má schopnost uspokojit přání nebo potřebu druhých lidí. Proto sem řadíme jak fyzické předměty a služby, tak také osoby, místa, organizace, myšlenky, kulturní výtvoř apod. Jedním z hlavních nástrojů budování pozice na trhu je kvalita produktu. Jedná se o komplexní kategorii a obecně představuje způsobilost produktu plnit své funkce. Kvalita produktu zahrnuje životnost, spolehlivost, výkon i nároky na údržbu. V marketingovém pohledu je kvalita produktu taková, jakou ji vnímá a vidí zákazník. Druhou součástí produktu jsou jeho varianty. Varianty představují taková provedení produktu, kdy vedle základní nabídky jsou připraveny také vylepšené modifikace vyšší úrovně s dodatečným, s nadstandardním vybavením nebo provedením. Varianty vznikají na základě cílových skupin zákazníků. Další důležitou částí produktu je jeho design. Design produktu může zabezpečit vyšší funkčnost produktu, umocňuje jeho užitečné vlastnosti a hodnotu. Umožňuje odlišení konkurenčních produktů. Jednotný vizuální styl může zlepšit orientaci návštěvníků a jejich informovanost, může zvýšit atraktivitu města či území a podpořit zájem o ně. Pokud grafické zpracování propagačních materiálů a informačních tabulí odráží aktuální trendy výtvarného vyjadřování, může v zákazníkovi vyvolat představu úrovně a kvality nabízených služeb. (7)

Na základě cíle bakalářské práce, kterým je vytvoření nového produktu v turistickém informačním centru je nutné vymezit si pojem produkt cestovního ruchu. Produkt cestovního ruchu podle Heskové je vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a má schopnost uspokojit potřeby návštěvníků a vytvořit tak komplexní soubor zážitků. Jedná se o soubor hlavně služeb, které produkuje a nabízí cílové místo (primární nabídka) a instituce cestovního ruchu (sekundární nabídka). Z ekonomického hlediska je produkt cestovního ruchu souborem volných statků, služeb, zboží a veřejných statků, které jsou předmětem spotřeby účastníků cestovního ruchu. (1)

1. 2 Vymezení základních pojmů z oblasti cestovního ruchu

Cestovní ruch

Pro vymezení pojmu „cestovní ruch“ existuje řada definic. Za jednu z nejvýstižnějších definic pojmu „cestovní ruch“, lze považovat definice WTO, která charakterizuje cestovní ruch jako „činnost lidí spočívajících v cestování a pobytu v místech mimo místa obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho uceleného roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely.“ (6)

Subjekt a objekt cestovního ruchu

Subjekt cestovního ruchu je reprezentován účastníkem cestovního ruchu. Z ekonomického hlediska je subjektem cestovního ruchu každý, kdo uspokojuje své potřeby spotřebou statků cestovního ruchu v době cestování a pobytu mimo místo trvalého bydliště, obvykle ve volném čase. Je nositelem poptávky a spotřebitelem produktu cestovního ruchu. Objektem cestovního ruchu je vše, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu. Jedná se například o přírodu, hospodářství, kulturu a další. Objekt cestovního ruchu je nositelem nabídky.(1)

Cestování

Z obsahového hlediska je cestování širším pojmem než cestovní ruch. Zahrnuje i jiné cesty než v rámci účasti na cestovním ruchu. Cestujeme také např. ze služebních, obchodních nebo studijních důvodů.

Rekreace

Fyzický a duševní odpočinek, osvěžení, zotavení. Je součástí cestovního ruchu. Na druhé straně však jeho rámec přesahuje, protože zahrnuje i odpočinkové aktivity v místě bydliště.

Turistika

Aktivní forma účasti na cestovním ruchu využívající možnosti pobytu v přírodě, zpravidla spojená s jednoduchými formami ubytování a stravování (vlastní stan, vlastní jídlo). (8)

Rekreační prostor

Kategorií rekreační prostor obvykle rozumíme určité geograficky menší území s příznivými a relativně stejnými přírodními podmínkami, které nejsou narušeny (nebo pouze minimálně) negativními vlivy průmyslové a zemědělské činnosti, jež umožňuje realizaci aktivit cestovního ruchu. Podle postavení a možností využívání v cestovním ruchu je možno rozlišovat dvě podmínky rekreačního prostoru. Jsou jimi základní funkce cestovního ruchu (sportovně-rekreační, léčebná, kulturně – společenská) a společenský význam. Funkce rekreačního prostoru jsou podmíněny vnitřními základními krajinnými faktory, zejména morfologickými, klimatickými, hydrologickými a biologickými, které určují charakter rekreačního prostoru a umožňují rozlišovat rekreační prostor určitých typů. Společenský význam rekreačního prostoru souvisí s určitými podmínkami mimo jeho hranice, zejména s jeho polohou ve vztahu k napojení na dopravní síť, k hustotě osídlení a charakteru rozmístění hospodářské činnosti. V závislosti na působení těchto faktorů rozlišujeme rekreační prostor místního, oblastního a celostátního, resp. Mezinárodního společenského významu. V České republice má většina rekreačních prostorů místní společenský význam.

Účastník cestovního ruchu

Definice účastníka cestovního ruchu má velký význam zejména pro mezinárodní cestovní ruch a jeho kvantifikaci. Statistická komise Společnosti národů v roce 1937 se vyhnula obtížnější definici cestovního ruchu a definovala pojem účastníka cestovního ruchu. Podle této definice se za účastníka cestovního ruchu pokládají osoby, které cestují na dobu delší než 24 hodin do jiné země než je země jejich trvalého pobytu, a to: pro zábavu, za účelem vyřízení rodinných záležitostí a pro zlepšení zdravotního stavu, aby se zúčastnily různých akcí, které mají vědecký, administrativní, náboženský, sportovní charakter apod., za vyřizováním určitých záležitostí (i obchodních). Podle poslední úpravy z roku 1995 se podle Světové organizace cestovního ruchu (WTO) rozlišuje účastník cestovního ruchu na turisty a výletníky.

Turisté

Dočasní návštěvníci, kteří se zdrží v navštěvované zemi alespoň 24 hodin a motivem jejich cestování je buď využití volného času (zábava, dovolená, odpočinek, sport, aj.), nebo vyřizování různých záležitostí.

Výletníci

Dočasní návštěvníci, kteří se zdrží pouze jeden den v navštěvované zemi, aniž by v této zemi přenocovali.

Rozdělení druhů cestovní ruchu

1. Podle místa realizace:

Domácí cestovní ruch

Cestovní ruch , při němž účastníci nepřekračují státní hranice své vlastní země.

Zahraniční cestovní ruch

Cestovní ruch, který zahrnuje příjezdy a výjezdy za hranice příslušného státu.

2. Podle vztahu k platební bilanci:

Příjezdový cestovní ruch

Znamená příjezdy a pobyt zahraničních návštěvníků (cizinců). Tento cestovní ruch je z pohledu příslušného státu přínosem platebních prostředků a přispívá tedy k aktivní straně platební bilance.

Výjezdový cestovní ruch

Znamená pro příslušný stát vycestování (výjezdy) vlastních občanů do zahraničí a jejich pobyt v zahraničí. Představuje výdej platebních prostředků do zahraničí a zatěžuje tedy pasivní stranu platební bilance.

Tranzitní cestovní ruch

Znamená cestovní ruch spojený s průjezdem územím určitého státu, který nezahrnuje pobyt a je obvykle omezen určitým počtem hodin. Z pohledu národního hospodářství a platební bilance daného státu má stejný charakter jako aktivní cestovní ruch.

3. Podle způsobu a formy úhrady nákladů na účasti cestovního ruchu:

Volný cestovní ruch

Taková forma cestovního ruchu, kdy si účastníci hradí účast pouze ze svých příjmů a o účasti se svobodně rozhodují.

Vázaný cestovní ruch

Takový cestovní ruch, kdy úhrada účastníka je plně hrazena nebo doplňována ze společenských fondů. Účast a poskytnutí příspěvků je v těchto případech vázána na splnění určitých podmínek (např. zaměstnání nebo členství v určité organizaci, doporučení lékaře apod.). Vázaný cestovní ruch zahrnuje částečné lázeňské léčení, dřívější podnikovou rekreaci, dětskou letní rekreaci. Tento druh cestovního ruchu je projevem určité sociální politiky společnosti.

4. Podle způsobu zabezpečení průběhu cestovního ruchu:

Neorganizovaný cestovní ruch

Cestovní ruch, kdy si vše potřebné zajišťuje účastník cestovního ruchu sám, resp. pouze částečně využívá služeb cestovní kanceláře, např. k výměně valut, prodeji lodních lístků apod.

Organizovaný cestovní ruch

Cestovní ruch, kdy cestu i pobyt zajišťuje organizace, zejména cestovní kancelář, ale i např. odbory apod.

5. Podle délky trvání:

Krátkodobý cestovní ruch

Je charakterizován pobytem do tří dnů mimo trvalé bydliště (nejvýše dvě přenocování).

Dlouhodobý cestovní ruch

Přepokládá cestovní pobyt delší než tři dny mimo trvalé bydliště, nikoliv však (podle mezinárodních dohod) delší než šest měsíců.(4)

Doprava

Doprava je jedním ze základních předpokladů rozvoje cestovního ruchu. Překlenuje prostorové rozdíly mezi místem bydliště občana a místem cestovního ruchu, přivádí účastníka k objektům a zařízením cestovního ruchu a vytváří tak možnosti spotřeby v cestovním ruchu.

Dopravní služby

Dopravními službami v cestovním ruchu se rozumí ty služby, které jsou spojeny se zabezpečením vlastní přepravy účastníků a jejich zavazadel, včetně poskytování informací o dopravních spojích, rezervování míst v dopravních prostředcích, prodeje dopravních cenin, vyřizování reklamací jízdného apod. V závislosti na druhu dopravního prostředku tyto služby poskytují přímo dopravci, nebo je obstarávají přepravci, zejména cestovní kanceláře.

Ubytovací služby

Poskytování ubytovacích služeb je významným předpokladem rozvoje zejména pobytového cestovního ruchu. Jejich posláním je umožnit přenocování nebo přechodné ubytování účastníkům cestovního ruchu mimo místo jejich trvalého bydliště, včetně uspokojení dalších potřeb, které s přenocováním nebo přechodným ubytováním souvisejí, tedy především služby stravovací.

Stravovací služby

Podmínkou rozvoje cestovního ruchu je také poskytování stravovacích služeb, neboť umožňují uspokojování základních potřeb výživy účastníků cestovního ruchu během jejich přepravy i pobytu v cílovém místě.

Služby cestovních kanceláří

Význam a charakteristika funkcí cestovních kanceláří v rozvoji cestovního ruchu souvisí s vymezením předmětu činností cestovních kanceláří s vědomím, že na trhu cestovního ruchu představují významné podnikatelské subjekty.

Cestovní kanceláře považujeme za podniky cestovního ruchu, jejichž činnost výrazně podmiňuje a ovlivňuje plnění jednotlivých funkcí cestovního ruchu, napomáhá uspořádání potřeb účastníků především organizovaného cestovního ruchu. Podmínky tržního hospodářství uvolňují jejich iniciativu, jejich podnikání.(2)

Destinační management a marketing

Destinační management a marketing představuje soubor činností na vybraných úrovních řízení a koordinace, strategické plánování, různé formy spolupráce na úrovni mikroregionů a regionů, využívání podpůrných fondů. Cestovní ruch v mnoha destinacích se může stát nosným prvkem rozvoje nebo jedním z jeho významných prvků. Z pohledu destinačního managementu je cestovní ruch společně s dalšími aktivitami součástí jednoho komplexního produktu, tedy produktu, který tvoří a představuje celá destinace (oblast, region). Výsledný destinační produkt není finálním dílem jednoho subjektu, ale zahrnuje celou řadu participujících subjektů.(1)

Kategorizace turistických informačních center

Kategorizace slouží k hodnocení informačních center členů A. T. I. C. ČR. Každý stupeň kategorizace předpokládá splnění schváleného minimálního standardu a podmínek činnosti turistických informačních center. (25)

2. Cíle, hypotézy a použítá metodika

Cíle

Cílem bakalářské práce je analyzovat turistické cíle na Pardubicku, provést výzkum nabídky a poptávky produktů turistického informačního centra a následně vytvořit nový produkt informačního centra podle aktuální poptávky účastníků cestovního ruchu.

Součástí práce je zhodnocení dopravních, ubytovacích, stravovacích, sportovních – rekreačních a kulturně historických či jiných služeb cestovního ruchu Pardubicka.

Prostřednictvím výzkumu bude provedena segmentace návštěvníků Pardubicka a jejich preferencí, analyzována poptávka účastníků cestovního ruchu a formulovány návrhy pro zlepšení rozvoje cestovního ruchu. Výsledkem bude návrh konkrétního nového produktu cestovního ruchu.

Hypotézy

Podle údajů Českého statistického úřadu z předminulého roku byl Pardubický kraj tím nejméně navštěvovaným ze všech regionů České republiky. Tato statistika není nijak příznivá pro rozvoj cestovního ruchu, proto by bylo vhodné zaměřit se při sestavení nového produktu turistického informačního centra na segment lidí, kteří podle rozdělení životního cyklu rodiny a vlivu na potřeby cestovního ruchu patří do skupiny prázdné hnízdo I. To jsou lidé, kterým odešly už děti z domova. Je to období konzolidace zájmů v cestovním ruchu. Upřednostňují chataření nebo naopak zájezdy, pobyty v luxusních zařízeních podle finančních možností. Projevuje se u nich zájem o cestování za kulturou, sebevzděláváním formou kurzů, stáží a pobytů a o rekreaci na úrovni. Tato skupina klientů tvoří hlavní část zákazníků atraktivních zájezdů zahraničních a domácího cestovního ruchu. Má vysoký nárok na náplň a organizaci zájezdů, na příležitost k společenským stykům a na atraktivitu nabídky.

Předpokládám, že Pardubice mají pro rozvoj cestovního ruchu konkurenceschopnou ekonomiku v rámci ČR, ekonomický potenciál s vazbami na evropský a světový, kvalitní železniční spojení (mezinárodní koridor), civilní letiště, dobrou spolupráci v rámci

aglomerace Hradec Králové – Pardubice – Chrudim, kvalitní společenské, kulturní a sportovní zázemí a výhodnou geografickou polohu v rámci České republiky

Předpokladem slabých stránek pro rozvoj cestovního ruchu je nedostatečná podpora malého a středního podnikání, problematické využití objektů a ploch v centru města, nedostatečná propagace dynamického rozvoje, image města jako průmyslové oblasti, nedostatečné silniční napojení na dálniční síť, špatná silniční infrastruktura v rámci města a nedostatek vhodných ubytovacích kapacit.

Použitá metodika

Důležitým zdrojem pro tvorbu bakalářské práce bylo studium odborné literatury a získání různých informací z odborných knih, publikací a internetových stránek

Prvním krokem bakalářské práce bylo provedení situační analýzy, jejíž součástí je vymezení území Pardubicka, provedení charakteristiky geografických podmínek cestovního ruchu a životního prostředí.

Dalším krokem situační analýzy byla charakteristika forem a druhů cestovního ruchu, které se vyskytují v řešeném území a jednotlivých významných subjektů cestovního ruchu.

Poslední charakteristikou situační analýzy byly návštěvnické atraktivity z hlediska přírodního i společenského charakteru.

V situační analýze bylo dále zhodnoceno postavení Pardubic podle významu v cestovním ruchu a provedena analýza vnějšího prostředí.

V praktické části bakalářské práce byla zpracována SWOT analýza města Pardubice. Tato analýza je součástí situační analýzy. Pro zhodnocení silných, slabých stránek, příležitostí a ohrožení turistického informačního centra byla vytvořena také SWOT analýza informačního centra. Dále byl proveden primární výzkum formou osobního rozhovoru v turistickém informačním centru v Pardubicích. Cílem bylo charakterizovat informační centrum, zjistit strukturu, formu nabídky produktů a finanční portfolio turistického

informačního centra. Produkty byly rozděleny na základě poptávky prostřednictvím Bostonské matice.

V letních měsících v červenci a srpnu 2006 byl zrealizován terénní výzkum prostřednictvím dotazníkového šetření. Šetření bylo realizováno u 100 respondentů. Výběr respondentů byl prostý, náhodný a probíhal metodou osobního dotazování. Dotazník je sestaven z kombinací otevřených a uzavřených otázek. Jedním z hlavních cílů dotazníkového šetření bylo zjištění preferencí turistů, profilu návštěvníků a důvodů pro výběr lokality.

Vyhodnocení dotazníků bylo provedeno v Excelu prostřednictvím nashromážděných dat zpracovaných pomocí kontingenčních tabulek.

Z výsledků vyhodnocení dotazníků byly stanoveny návrhy produktů cestovního ruchu pro vybrané segmenty. Na základě získaných informací, materiálů a výsledků výzkumu byl zpracován návrh na jeden produkt cestovního ruchu.

3. Situační analýza

3.1 Vymezení řešeného území

Vymezení území Pardubicka bylo provedeno charakteristikou turistické oblasti Pardubicka, Pardubic, podmínek cestovního ruchu a životního prostředí v oblasti.

3.1.1 Pardubicko

Pardubický kraj je součástí turistického regionu Východní Čechy. Na jeho území leží čtyři turistické oblasti: Pardubicko, Chrudimsko-Hlinecko, Orlické hory a Podorlicko a Českomoravské pomezí (Svitavsko). (21)

Turistická oblast Pardubicko má průmyslově zemědělský charakter. Je součástí tzv. zlatého pruhu země české, který zahrnuje nejúrodnější část Polabí. Je to kraj prosluněných luk, řek, starých kanálů a rybníků. Nachází se zde několik chráněných krajinných oblastí, přírodní rezervace prales Bukačka a další. Je zde řada památek, např. zámek v Cholticích, hrad Kunětická hora, románský kostel v Kojicích nebo dřevěný kostelík ve Velinách. Pardubicko má rozlohu 889 km². Má velice výhodnou strategickou polohu z hlediska dopravního spojení. Má také předpoklady stát se výchozím centrem turistického ruchu Východních Čech. Dostupnost turisticky atraktivních Krkonoš, Orlických hor nebo Železných hor je jedním z pozitivně hodnocených faktorů oblasti. (30)

3.1.2 Pardubice

Pardubice jsou jedním z nejkrásnějších východočeských měst. Leží na soutoku řek Labe a Chrudimky. Pardubice najdeme zhruba na 50. stupni severní šířky, tedy severněji než například Ostrava. Město má rozlohu téměř 78 km² a přibližně 90 tisíc stálých obyvatel. Leží v nadmořské výšce 215 až 237 metrů nad mořem. Pardubice leží v turistickém regionu Východní Čechy. Z hlediska cestovního může být jeho poloha výhodou, pokud bude existovat nezbytné kvalitní dopravní napojení a zajištění dalších služeb.

První dochovaná zmínka o existenci Pardubic pochází z roku 1295. Již s městskými právy zdědil město roku 1340 Arnošt z Pardubic, pozdější první arcibiskup pražský. V roce 1491 Pardubice koupil Vilém z Pernštejna. Pernštejnům Pardubice vděčí za celé historické jádro s renesančním náměstím, malebnými uličkami a s dominantou Pardubic – Zelenou bránou.

K životu současných Pardubic neodmyslitelně patří kultura a sport. Má zde sídlo Univerzita Pardubice, najdete zde Východočeské muzeum, Východočeskou galerii, Komorní filharmonii a Východočeské divadlo.

Vedle programů kulturních se ve městě každoročně koná mnoho sportovních akcí včetně mezinárodních. Ve sportu jsou Pardubice spojovány s dostihy, jména s Velkou pardubickou. Hustá síť cyklotras a cyklostezek, která protkává město i okolí, areál vodních radovánek v Cihelně i krytý plavecký bazén s venkovním vodním areálem jsou pak dokladem toho, že Pardubice myslí v oblasti sportu i na nejširší veřejnost.

Vegetace prorůstá do města podél obou řek, po obvodu Pardubic jsou tři lesní komplexy, uprostřed města udržované parky. Na území se vyskytuje v současnosti 1400 rostlinných druhů. (15)

3.1.3 Geografická charakteristika podmínek cestovního ruchu

Krajinu Pardubicka tvoří typické rovinaté Polabí. Pardubicko je oblast velice rozmanitá. Pardubice leží uprostřed Pardubické kotliny u soutoku řek Labe a Chrudimky. Krajina Pardubicka má charakter kulturní stepi s převažující ornou půdou, pastvinami a lesy. V péči je cca 400 ha veřejné zeleně.

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

Oblast má silnou zemědělskou i průmyslovou tradici, navíc město Pardubice leží na důležitém železničním uzlu a vodní tepně tohoto území, kterou je Labe. (30)

3.1.4 Charakteristika podmínek životního prostředí

Pardubické ovzduší se zhoršuje a může za to především doprava. Na celém území, a to hlavně ve městech, jsou porušovány limity polévatého prachu a přízemního ozónu. Těmito látkami však seznam jedů zdaleka nekončí. Na rozdíl od ozónu ve vyšších vrstvách je přízemní ozón nebezpečný lidem i zvířatům. V Rosicích byla v roce 1998 dokonce naměřena rekordní hodnota přízemního ozónu, $206 \mu\text{g}/\text{m}^3$. Pokud se vyskytuje v koncentracích nad 120 mikrogramů, způsobuje dýchací potíže, pálení očí a bolení hlavy.

Polévatý prach je ještě nebezpečnější, způsobuje chronické záněty dýchacích cest, protože se prach usazuje v plicích. Velká část polévatého prachu vzniká ve spalovacích motorech aut. Na částice prachu se snadno vážou rakovinotvorné organické látky, které mohou způsobit rakovinu plic.

Statistiky Zdravotního ústavu se sídlem v Pardubicích uvádějí i další zdraví škodlivé látky. Na náměstí Republiky jsou povážlivé koncentrace oxidů dusíku i síry. Nejvíce oxidů dusíku je v ovzduší rozptýleno během podzimních inverzí, ale také v lednu a únoru. Přitom se oxidy dusíku váží na krevní barvivo a zhoršují tak proces dýchání. Některé náznaky ukazují, že oxidy dusíku mají určitou roli i při vzniku nádorových onemocnění. Vdechování vyšších koncentrací oxidů dusíku dráždí dýchací cesty.

Poslední roky jsou na celém světě silně vnímány výkyvy počasí, jako je větší množství tropických dní během roku nebo například zvýšené množství hurikánů v Karibském moři. Tyto jevy bývají často dávány do souvislosti se skleníkovým efektem, který způsobuje především oxid uhličitý.

Množství automobilů se neustále zvyšuje, každý rok o několik procent. Zatímco v roce 1994 měl auto každý druhý Ředitelství silnic a dálnic vyplývá, že zatímco v roce 1995 ulicí Sukova projelo za 24 hodin 12 000 aut, průzkumy z let 2000 a 2005 uvádějí 20 000 aut.

Se stávající situací je nutné něco dělat. Tímto tématem se zabýval na svém setkání mimo jiné i Sněm dětí ČR pro životní prostředí. Mladí členové shrnuli požadavky do dopisu Ministerstvu životního prostředí. Jejich prvořadým cílem je omezení automobilové dopravy ve městě, pomocí reálných kroků, které Čech, dnes ho má každý třetí. Není tomu jinak ani v Pardubicích. Z průzkumů nadměrně nesníží komfort obyvatel ČR a spočívají ve výstavbě obchvatů, podpoře MHD, omezení osobních vozidel v centru či znevýhodnění aut, v nichž cestuje jen jeden člověk. (13)

3.2 Charakteristika forem a druhů cestovního ruchu

3.2.1 Formy cestovního ruchu

Pardubicko je jednou ze čtyř turistických oblastí Pardubického kraje. V turistickém regionu jsou především rozvinuty formy kulturně-poznávacího cestovního ruchu, sportovně – rekreačního a dále i lázeňsko – léčebného cestovního ruchu. Pardubice se chlubí rozsáhlou kulturní tradicí a množstvím architektonických památek. Návštěvník Pardubic si určitě nenechá ujít zdejší zámek. V areálu zámku sídlí Východočeské muzeum a Východočeská galerie. Kulturní dominantou města Pardubic je také Pernštýnské náměstí a Zelená brána. Město láká milovníky kultury, nakupování a sportu. V Pardubicku se nachází mnoho zajímavých cyklotras. Vodní sporty či odpočinkové rekreace u vody je možné provozovat jak v Polabské nížině u Labe či Opatovickém kanálu, tak i u Chrudimky. Zcela ojedinělou památku představuje hřebčín v Kladrubech nad Labem. S Pardubicemi téměř sousedí lázeňské městečko Lázně Bohdaneč, obklopené soustavou rybníků. Východně od Pardubic leží Holice. Za návštěvu zde rozhodně stojí Africké muzeum.

3.2.2 Druhy cestovního ruchu

Podle vztahu k platební bilanci se cestovní ruch dělí na příjezdový a výjezdový cestovní ruch. Pokud vezmeme v úvahu statistické údaje o počtu přenocování v ubytovacích zařízeních České republiky, tedy nejvýznamnější kvantitativní charakteristiku postavení regionu v cestovním ruchu, musíme konstatovat, že postavení Pardubického kraje, tedy i Pardubicka není ideální. Co do celkového počtu příjezdů i příjezdů cizinců je Pardubický kraj na posledním místě. Souvisí to jednak s rozsahem

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

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

Podle způsobu a formy úhrady nákladů na účasti je nejvíce zastoupen volný cestovní ruch. Vázaný cestovní ruch zahrnuje částečně lázeňské léčení ve městě Lázně Bohdaneč.

3.3 Charakteristika jednotlivých významných subjektů cestovního ruchu

3.3.1 Subjekty zajišťující dopravní služby

Díky své poloze v centru Východních Čech a v pomyslném středu České Republiky má Pardubicko, především Pardubice výhodné spojení po silnici a jsou zároveň železničním uzlem se stanicí, kde zastavují vlaky všech kategorií. Relativně výhodná geografická poloha by mohla předurčovat pro to, aby Pardubice byly vhodným východiskem výletů. Hlavní nevýhodou Pardubic v souvislosti se silniční dopravou je chybějící napojení na dálnici. Nevyhovující je také průtah silniční dopravy středem města.

Železniční stanice Pardubice má celostátní význam. Leží současně na dvou mezinárodních koridorech. Železniční doprava je v celé České republice či-li i na Pardubicku zabezpečována Českými drahami se sídlem v Praze.

V Pardubicích je mezinárodní letiště se smíšeným civilním a vojenským provozem. Civilním provozovatelem letiště v Pardubicích je East Bohemian Airport a. s.. Majitelem civilního provozovatele letiště je město Pardubice konkrétně magistrát města Pardubice. Díky zájmu cestovních kancelářích v posledních několika letech výrazně stoupá počet

přepravených pasažérů. Existence mezinárodního letiště může být pro Pardubice významnou konkurenční výhodou. (17)

Městskou hromadnou dopravu zajišťuje v Pardubicích Dopravní podnik města Pardubic a.s.. Mezi zájezdové a najímané dopravce se sídlem v Pardubicích patří např. CAR – TOUR, spol. s. r. o., CZ AD Plus, s. r. o., Chartour, CK Tourbus, Lery s. r. o. a Peko Trans.

Kromě DP Pardubice a Connexu provozují na Pardubicku autobusovou dopravu další dopravci. Klasickou linkovou přepravu zajišťuje místní firma Sandy Line. Na území města sahají také linky novobydžovského dopravce AP Tour. Spoje především směrem na jih zajišťuje firma Bus Vysočina z Trhové Kamenice. Další malí a střední dopravci provozují především zájezdovou a smluvní dopravu. Ta je nyní v Pardubicích rozšířená hlavně pro návoz pracovníků do firem Panasonic a Foxconn. Zajišťují ji mimo jiné firmy Ruml, FrankBus a především CarTour. Například na výlukách ČD se objevují autobusy Radka Bartoše. Vozový park menších firem je dost neuvěřitelný. Od "bednabusů" Avia-Ikarus přes Karosy HD až ke dvěma kloubovým městským Karosám ex DP Hradec Králové ev.č. 251 a 254. Technický stav některých vozidel je přinejmenším nevalný. Kromě toho jsou autobusy trvale přetěžovány. Například ale autobusy firmy LAS Chrudim působí velmi úhledně. (16)

Dlouhodobým záměrem ve vodní dopravě je splavnění Labe do Pardubic a vybudování multimodálního logistického centra, jehož součástí bude přístav v Pardubicích. Z pohledu cestovního ruchu se aktivně fungující přístav může stát atraktivním místem výletů, navíc by bylo možné využít rostoucího zájmu o plavby na luxusních lodích. Na Labi je provozována výletní a restaurační loď Arnošt z Pardubic. (20)

3.3.2 Subjekty zajišťující ubytovací služby a stravovací služby

Návštěvníkům Pardubic je k dispozici cca 1 750 lůžek, z toho 823 lůžek hotelových, 217 lůžek v penzionech a 705 lůžek v ubytovnách. V letních měsících kapacita v ubytovnách narůstá až na 2 500 lůžek, celková lůžková kapacita je tedy cca 2 500 lůžek.

Dále je možné ubytování v chatkách a vlastních stanech nebo karavanech v autokempinku.
(20)

Mezi pardubické luxusní hotely patří hotel Zlatá štika, který se nachází blízko historického centra - Pernštýnského náměstí. Kvalitní ubytovací služby musí být spojeny se špičkovými službami gastronomickými. Francouzská restaurace je v první řadě nádherným prostorem. Tato atmosféra předurčuje restauraci k "zážitkové gastronomii", ke které neoddelitelně patří nejenom kulinářské speciality nabízené v menu, ale i systém francouzské obsluhy. A protože Zlatá štika je vyhlášená širokým a kvalitním sortimentem vín, zážitek z jídla je doplněn i zážitkem someliérským.. Najdete zde i salonek, sklípek, pivnici, venkovní atrium a v pokojích pak harmonicky sladěný interiér.

Hotel Arnošt nabízí příjemné, čisté, ale finančně nenáročné ubytování blízko centra. Ubytovat se můžete ve 2, 3 a 4 lůžkových pokojích se sociálním zařízením. Přístup je zajištěn i pro osoby s omezenou schopností pohybu. Pobyt v tomto hotelu lze využít i ke zkrášení, protože se zde nachází jak kadeřnictví tak i kosmetika. Vzdálenost do centra je cca 10 minut pěší chůze. Pokud jste do našeho města zavítali se svým čtyřkolým miláčkem, jeho nocleh si lze zajistit v hotelovém areálu.

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

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

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

Jste obdivovatelé historických památek a toužíte po noci strávené uprostřed staveb s dávnou minulostí? Pak ti pravým místem pro ubytování je Hotel & bistro 100, který najdete v Kostelní ulici za Bartolomějským kostelem. Odsud je již opravdu pár kroků na Příhrádek s kašnou a zámek uprostřed valů, na kterých lze při procházce vychutnat nejen pohodu, klid a vůni rozkvetlých stromů v jarním období, ale i krásný pohled na historickou část Pardubic.

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

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

Návštěvníci, kteří přijeli především za nákupem se mohou ubytovat v hotelu Labe, který se nachází přímo u nákupního centra Tesco a poblíž Hypernovy i Lidla. (15)

Penzion Kolesa v Kladrubech nad Labem je součástí jezdeckého areálu s kolbištěm pro všechny druhy jezdeckého sportu a s přílehlou oborou, kde je chována spárkatá zvěř. Ubytování je zajišťováno ve dvou a třílůžkové pokoje s vlastním sociálním zařízením, kapacita lůžek je 33. Stylová restaurace s barem a společenský salonek nabízí příjemné stravování. (18)

Hotel Bujnoch v Přelouči nabízí pro klienty kvalitní hygienické zázemí, studené nápoje v minibaru, připojení pro svůj notebook, parkoviště pro svoje auto, rychlé služby v restauraci, chutné jídlo a pití. (14)

V Lázních Bohdaneč můžeme využít např. pro prázdninové skupinové rekreace, rekondiční ozdravné pobyty a školení hotelu Technik. Hotel Veselý návštěvníkům města nabízí bezbariérový přístup, faxové služby, služby holiče, kadeřníka, kopírování, kosmetické studio, lékařskou službu, nápojový automat, počítač s připojením na internet, praní a žehlení prádla, prodej upomínkových předmětů, protipožární signalizaci, průvodce, půjčovnu společenských her, půjčovnu sportovního vybavení, telefonní automat, úschovnu cenných předmětů, úschovnu jízdních kol, výtah a zavazadlový servis. (22), (29)

Penzion Staroholická, který se nachází v Holicích nabízí několik pokojů se standardním vybavením. Na každém pokoji se nachází sociální zařízení a sprchový kout, barevný televizor a chladnička. Restaurace nabízí bohatý výběr jídel po celý den. Penzion je ideální pro rodinou rekreaci, turistiku, cykloturistiku, odpočinkové pobyty seniorů, školní výlety, firemní školící akce, rodinné i firemní oslavy a rauty. (26)

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

Kvalita ubytovacích služeb v Pardubicích obecně neodpovídá trendům a vývoji na trhu cestovního ruchu, současná skladba ubytovacích kapacit není schopna uspokojit potřeby stále náročnějších zákazníků. V Pardubicích není ubytovací zařízení kombinující dostatek kvalitních lůžek, kapacitu pro kongresy a podobné akce s navazujícími službami a zároveň levnější turistické hotely a penziony nabízející kvalitu obvyklou v evropských zemích za přiměřenou cenu.

3.4 Charakteristika návštěvnických atraktivit

3.4.1 Atraktivity přírodního charakteru

Naučná stezka v Pardubicích

Lidé v Pardubicích mají od listopadu novou vycházkovou trasu. Pardubice jsou totiž jedním z mála velkých měst v České republice, které má ve svém centru naučnou stezku. V lokalitě mezi ČEZ Arenou a sídlištěm Polabiny, to znamená v okolí rybníku Bajkal a slepého ramene Labe, je jedno z posledních výstavbou nedotčených území ve městě. Lokalitu se pomocí naučné stezky rozhodl představit Dům dětí a mládeže Alfa v rámci programu Škola pro udržitelný život. „Naučná stezka obsahuje deset názorných tabulí, na kterých se návštěvníci seznámí se vznikem slepých ramen, rostlinami a živočichy, kteří se zde vyskytují. Poukazuje na to, že je to jedno z posledních míst původních biotopů zde v Pardubicích,“ uvedl Jiří Bureš z Ekocentra Paleta. Stezku budovali dobrovolníci i děti. Stezka byla vybudována vedoucími a dětmi z přírodovědných kroužků Domu dětí a mládeže Alfa. Akce proběhla v rámci projektu Škola pro udržitelný život, kterým byla také financována. Nemalý podíl na jejím vybudování má i řada dobrovolníků, kteří na projektu spolupracovali. Na výstavbě pomáhaly děti ze základních škol, které pomohly tuto lokalitu vyčistit. Zaměstnanci podniku Povodí Labe zase pracovali na vyčištění vodní plochy a městský obvod Pardubice II. bude zajišťovat prosekávání a údržbu cest. (20)

Chráněná území v okolí Pardubic

V okolí Pardubic se nachází několik chráněných území. V bezprostředním okolí Pardubic byly vyhlášeny tři přírodní památky – Nemošická stráň, Labiště pod Opočinkem a Mělické labiště. Dalšími chráněnými územími dle zákona č. 114/92 Sb. – o ochraně přírody a krajiny jsou významné krajinné prvky a přírodní rezervace Baroch. (31)

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

Přírodní památka Nemošická stráž

Území je významným nalezištěm paleontologickým, zoologickým a zejména botanickým. Nemošická stráž je nízká, ale strmá opuková stráž porostlá dubohabřinou na křídovém eluviu s řadou vzácných druhů rostlin (např. Česnek medvědí, Lecha jarní, Dymnivka dutá, Vikev hrachorovitá, Sněženka podsněžník apod.) a živočichů (např. lasice kolčava, ondatra pižmová, slepýš křehký, užovka obojková apod.) Tato významná botanická lokalita na pravém břehu Chrudimky rozkládající se mezi Drozdicemi, Nemošicemi a Pardubičkami je zároveň významným hnízdištěm zpěvného ptactva (např. slavík, cvrčilka zelená, pěnice vlašská, rákosník zpěvný, strakapoud malý apod.).

Přírodní památka Labiště pod Opočinkem

Labiště pod Opočinkem je staré labské rameno zcela oddělené od aktivního toku z obou stran, které vzniklo při regulaci v r. 1920. Je obklopené loukami a hodnotnými břehovými porosty. Rameno se svým okolím představuje zachovalý zbytek typické polabské krajiny, pobřežní porosty a křoviny jsou útočištěm drobného ptactva a zvěře. Vodní hladina je zachovalá, porostlá okřehkem. Mimo jiné zde roste stulík žlutý, orobinec úzkolistý apod. Důvod ochrany je především morfologický a krajinářský.

Přírodní památka Mělické labiště

Mělické labiště je staré labské rameno vzniklé při regulaci r. 1920. Svou vegetací patří mezi nejvýznamnější ve Východním Polabí. Hlavním důvodem ochrany byl výskyt leknínu bělostného, který se zde již nenachází. Dále ze roste stulík žlutý, kosatec žlutý, ostřice nedošáchor apod. Poměrně rozsáhlá vodní hladina s čistou vodou dosahuje místy hloubky přes 2 m. Břehy jsou bohatě porostlé břehovými porosty, tvořenými převážně olší lepkavou a keřovými vrby. Ochranu si zasluhují nejen rostlinná, ale i živočišná společenstva charakteristická pro polabskou krajinu. (31)

Přírodní rezervace Baroch

Přírodní rezervace Baroch leží jižně od obce Hrobice. Důvodem je ochrana významného rybníku - hnízdiště ptactva a přilehlých slatinných luk s bohatou květenou a zvěřenou. (28)

Národní přírodní rezervace Bohdanečský rybník a rybník Matka

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

Návštěvníci turistické oblasti Pardubicka se zde mohou seznámit s rozmanitostí přírody prostřednictvím naučné stezky Bohdanečského rybníku a rybníku Matka v obci Na Sádkách. Začíná hrází Bohdanečského rybníka a také končí. Měří celkem 7,25 km. Naučná stezka se zaměřuje na botaniku, zoologii a rybářství. Je nenáročná pro pěší se šesti zastávkami. Návštěvníci mají možnost sledovat dalekohledem hnízdící ptáky. (19)

Cyklotrasy na Pardubicku

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

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

Pro cyklisty je v Pardubicích vybudováno zhruba 30 km samostatných stezek, na území města je vyznačeno dalších 70 km cyklotras. Hustou sítí stezek pro cyklisty je protkáno i okolí města. (24)

Cyklotrasy:

- písničky Stéblová, Hrádek, Mělice
- Kunětická hora
- Spojilským lesem
- podél Chrudimky

3.4.2 Atraktivita kulturně - společenského charakteru

Pardubice

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

Měšťanské domy na malebném Pernštýnském náměstí a v přilehlých uličkách nesou stopy honosné pozdně gotické výstavby z počátku 16. století v podobě kamenných ostění a portálů a zvláště zbytků malovaných nik v atikových štítech nad původně jednopatrovými domy. Raná renesance zanechala své svědectví na typických obloučkových štítech domů, přestavěných tehdy na dvoupatrové, jakož i ve zbytcích maleb na několika domovních fasádách a především v četných terakotových ostěních. Většina domů ovšem dostala vnější výzdobu při úpravách v době baroka, rokoka, klasicismu, empíru a později. Mezi nimi vyniká proslulá fasáda domu U Jonáše z konce 18. století. Pardubická radnice je historizující přestavbou starších domů, pocházející z let 1892 až 1894. Morový sloup se sochou Panny Marie z roku 1695 ozdobil v roce 1775 Jakub Teplý nákladnou pískovcovou balustrádou, do níž vkomponoval vedle heraldické výzdoby a symbolů českého lva i postavy domácích světců.

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

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

Kojice

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

Řečany nad Labem

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

Rybitví

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

Kladruby nad Labem

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

Semín

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

Přelouč

Západně od Pardubic leží město Přelouč, které patří k nejstarším historicky doloženým místům na Pardubicku. Historické centrum se rozkládá v okolí Masarykova náměstí. Nejstarší historickou památkou ve městě je kostel sv. Jakuba, který na stál v románské podobě již ve 12. a 13. století. Byl několikrát přestavěn, nejvíce jeho vzhled změnila barokní přestavba provedená v 17. století a úpravy z konce 19. století. Před kostelem si

návštěvníci města mohou prohlédnout sochu sv. Václava. V západní části náměstí se tyčí morový sloup. Zajímavými památkami v Přelouči je dále evangelický kostel a kostel Navštívení Panny Marie. Městský rybník nabízí návštěvníkům krásné písčité pláže.

Lázně Bohdaneč

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

Opatovický kanál

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

Kunětická hora

Známou dominantou Polabí je Kunětická hora zdvihající se v blízkosti obce Kinetice. Třetihorní znělcová vyvřelina sahá do výšky 82 m nad okolním terénem a její strategické polohy využil Diviš Bořek z Miletína, který zde v letech 1421 až 1423 vystavěl husitský hrad. Z dalších majitelů stojí za zmínku Vilém z Pernštejna, který jej přestavěl na dvouvěžový hrad v pozdně gotickém slohu s prvky rané renesance. Z této doby se dochovala jen jihovýchodní válcová věž nazývaná Černá nebo Čertova, která je součástí paláce a z níž je výborný rozhled do okolí.

Holice

Ve městě se narodil známý cestovatel Emil Holub, jehož pomník je dílem sochaře Jindřicha Soukupa z roku 1949. Roku 1964 bylo ve městě otevřeno Africké muzeum vystavující sbírky z Holubových cest po Africe a další exponáty. Pamětní desku, vytvořenou roku 1909 sochařem Janem Štursou a původně umístěnou na rodném domě cestovatele, si můžeme prohlédnout v městském muzeu.(5)

Další obce

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

3.5 Pardubice podle významu v cestovním ruchu

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

Z hlediska hodnocení sítí sídel ve vazbách a vztazích k cestovnímu ruchu a rekreaci Pardubice patří do městských sídel, která jsou nazývána východiska. Východiska jsou města širšího významu, dobře vybavená a dostupná, jsou přímým nástupištěm do rekreačních prostorů a ve vztahu k oblastem cestovního ruchu mají funkci oblastních center.

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

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

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

- využitelnost funkční
- využitelnost časová

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

3.6 Analýza vnějšího prostředí

3.6.1 Vývojové trendy na trhu cestovního ruchu

Na trhu cestovního ruchu působí celá řada vlivů zejména z oblasti ekonomické a bezpečnostní, mění se tržní chování lidí, životní styl atd. Pokud má být destinace na trhu cestovního ruchu úspěšná, je nutné, aby se její nabídka neustále přizpůsobovala požadavkům a přáním jejích návštěvníků, skutečných i potenciálních. Jedná se o trendy demografické, týkající se změn životního stylu, rozvoje informačních technologií a další.

3.6.2 Koordinace a řízení cestovního ruchu

V České republice se problematikou a řízením cestovního ruchu zabývá několik orgánů a organizací jak na úrovni centrální, tak i regionální. Patří mezi ně Ministerstvo pro místní rozvoj, agentura CzechTourism a odbory cestovního ruchu kraje.

Ministerstvo pro místní rozvoj je pověřeno výkonem státní správy v oblasti cestovního ruchu. Koncepce státní politiky cestovního ruchu byla vypracována v roce 1999 a v prosinci 2001 aktualizována pro období pěti let (2002-2007). Stanovuje soubor opatření, která povedou k naplnění základních cílů státní politiky v oblasti cestovního ruchu.

Součástí opatření Koncepce státní politiky cestovního ruchu je realizace Státního programu podpory cestovního ruchu a zabezpečení finanční podpory ze strukturálních fondů EU prostřednictvím Společného regionálního operačního programu.

Agentura CzechTourism (dříve Česká centrála cestovního ruchu) je příspěvková organizace Ministerstva pro místní rozvoj. Jejím základním posláním je propagace České republiky jako destinace cestovního ruchu v zahraničí i v České republice.

Základním strategickým dokumentem Pardubického kraje je Program rozvoje Pardubického kraje. Vzhledem k významu cestovního ruchu a k nevyužitému potenciálu Pardubického kraje v této oblasti byl stanoven problémový okruh Cestovní ruch.

Na Odboru strategického rozvoje kraje působí oddělení cestovního ruchu a neziskového sektoru. Do budoucna je plánována úzká spolupráce se Sdružením Východní Čechy, které bylo pro období říjen 2004 – prosinec 2005 pověřeno realizací destinačního managementu na území Pardubického a Královéhradeckého kraje. (20)

V kraji se nacházejí další organizace zabývající se rozvojem cestovního ruchu:

➤ Východní Čechy, Sdružení měst a obcí regionu pro podporu cestovního ruchu

Cílem tohoto sdružení obcí a svazků obcí je zejména podpora cestovního ruchu na území turistického regionu Východní Čechy. S platností od ledna 2004 je Sdružení Východní Čechy ve vztahu k agentuře CzechTourism oficiálním koordinátorem za region Východní Čechy. Sdružení Východní Čechy bylo v roce 2004 iniciátorem a zakládajícím sdružení Asociace turistických regionů. (ATUR). V roce 2003 byl dokončen Program rozvoje cestovního ruchu v turistickém regionu Východní Čechy, který vznikl na základě spolupráce Sdružení Východní Čechy, Pardubického a Královéhradeckého a tehdejší České centrály cestovního ruchu. (11)

➤ Legislativa v oblasti cestovního ruchu

Cestovní ruch je v současné době v České republice upraven dílčími právními normami, jedinou aktuální normou, která se týká výhradně cestovního ruchu, je zákon č.159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v cestovním ruchu. Tento zákon byl primárně koncipován jako norma zajišťující ochranu spotřebitele v této oblasti.

3.6.3 Analýza hlavní konkurence

K hlavní konkurenci Pardubic a Pardubicka patří další obce a regiony České republiky. Pokud vezmeme v úvahu statistické údaje o počtu přenocování v ubytovacích zařízeních České republiky, tedy nejvýznamnější kvantitativní charakteristiku postavení regionu v cestovním ruchu, musíme konstatovat, že postavení Pardubického kraje není ideální. Co do celkového počtu příjezdů i příjezdů cizinců je Pardubický kraj na posledním místě. Souvisí to jednak s rozsahem a kvalitou nabídky v cestovním ruchu, tedy množstvím atraktivních památek, akcí apod., s kvalitou poskytování služeb, pravděpodobně ještě větší roli sehrává nedostatečnost nebo nepřesné zaměření marketingových aktivit a koordinace činnosti jednotlivých subjektů působících na trhu cestovního ruchu.

Hlavní konkurence z hlediska lokalizačních a realizačních předpokladů rozvoje cestovního ruchu

Největším konkurentem všech měst a regionů České republiky je samozřejmě Praha se svou nabídkou kulturních památek a akcí, kapacit pro kongresový cestovní ruch a širokou nabídkou navazujících služeb. Vzhledem k tomu, že nabídka města Pardubice souvisí především s kulturně historickými památkami, může město další významné konkurenty spatřovat v lokalitách uvedených na seznamu světového kulturního dědictví UNESCO a v dalších městech s velkou kulturně historickou nabídkou. Konkurenční výhoda těchto měst spočívá často v lepší dopravní dostupnosti, kvalitnější nabídce služeb, rozmanitější nabídce kulturních akcí atd. V kongresovém cestovním ruchu jsou hlavními konkurenty Pardubic Praha, Brno, Ostrava, Olomouc, ale i Hradec Králové – nabízejí lepší zázemí pro tento typ cestovního ruchu (kongresová centra, kvalitní ubytování a navazující služby)

Významnou devizou Pardubic jsou zde konané sportovní akce. Ovšem i v této oblasti existuje v České republice velká konkurence. Dopad sportovní akce na rozvoj cestovního ruchu v místě konání je vždy vázán na to, jaký objem příjmů lokalita dokáže z akce vytěžit, tedy kolik finančních prostředků návštěvníci utratí a jak dlouhou dobu zde stráví. (20)

3.7 SWOT analýza města Pardubice

SWOT analýza spočívá v analýze vnitřních silných stránek a slabin města (organizace), jeho vnějších příležitostí (ekonomická situace, demografické změny, trh, technologie aj.)

a vnějších omezení (aktivity konkurence, demografické změny, legislativa aj.). SWOT analýza se využívá v managementu i marketingu (mimo jiné jako jeden z podkladů vytvoření marketingové strategie), soustřeďuje se na kritické faktory úspěchu města (organizace), je jednou z metod zhodnocení potenciálu dalšího rozvoje města (organizace) a jeho rizik.(32)

Silné a slabé stránky SWOT analýzy

Silné a slabé stránky se vztahují k vnitřní situaci podniku. Na základě analýzy vnitřních podmínek lze identifikovat faktory, které mohou být významné pro budoucí úspěchy či nezdary. Proto většina šetření, prováděná v rámci strategického marketingového procesu začíná uvnitř organizace. Manažeři se snaží kriticky a co nejúplněji a nejpřesněji určit silné stránky podniku a plně je využít. Zjištěné slabé stránky, které chápou jako problémy, se pokouší negovat.

Příležitosti a ohrožení SWOT analýzy

Příležitosti a ohrožení vyplývající z vnějšího prostředí, se příliš neohlíží na postavení a problémy podniku a výrazně ovlivňují jeho vnitřní procesy a organizační strukturu. Míra a intenzita jejich vlivu závisí především na typu vnějšího prostředí, na faktorech odvětví, do kterého podnik spadá. Tyto faktory formují základnu podnikových příležitostí anebo aktivity ohrožují, a proto je nezbytné svědomitě sledovat vnější prostředí. (9)

Silné stránky - výhodná geografická poloha - krajina vhodná pro cykloturistiku a hippoturistiku - bohatá a zajímavá historie města - atraktivní městská památková rezervace - zajímavé cíle výletů v blízkosti města - kulturní a společenské vyžití - záměr oživit areál zámku a Přihrádek, - podpora kulturního života ze strany města - významné sportovní akce a utkání - tradice jezdeckého sportu - tradice letectví - pravidelné konání Aviatické pouti - univerzita aktivní ve společenském životě - mezinárodní železniční koridor - bezbariérové železniční nádraží - mezinárodní letiště - síť cyklostezek a cyklotras - plánované splavnění Labe do Pardubic - restaurační a výletní loď Arnošt - výrazný zájem města o rozvoj služeb pro osoby s handicapem - úzká spolupráce informačního střediska s odborem kultury, sportu a CR - přítomnost institucí poskytující vzdělání pro oblast cestovního ruchu - uznání významu cestovního ruchu ze strany představitelů města - tradice spojené s Pardubicemi – perník, Velká pardubická.	Slabé stránky - turisticky neatraktivní krajina - ekologická zátěž - tradiční image města jako znečištěné průmyslové oblasti - nedostatek kulturních a společenských akcí mezinárodního a nad regionálního významu - nevyužití potenciálu tradičních sportovních akcí pro cestovní ruch - nedostatek významných výstav, veletrhů a akcí kongresového typu - často kritizovaný informační a navigační systém ve městě - chybějící dálniční napojení - nedostatečná kapacita letiště pro odbavování pasažérů - nedostatek parkovacích míst v době konání velkých akcí - nevhodná skladba ubytovacích zařízení - nedostatek ubytovacích kapacit - nekoncepční propagace města - neexistence cestovní kanceláře nabízející produkty zahrnující návštěvu Pardubic - nedostatek služeb pro cyklisty - nízký objem financí města na CR - nedostatečné vztahy s dalšími aktéry na trhu cestovního ruchu a s partnerskými městy na podporu cestovního ruchu - krátká doba strávená návštěvníky ve městě
Příležitosti - vývojové trendy na trhu cestovního ruchu - rostoucí role internetu při získávání informací pro dovolenou - zvýšený zájem návštěvníků z EU o návštěvu nových zemí Evropské unie - možnost využít finanční prostředky ze Státního programu podpory cestovního ruchu a Společného regionálního operačního programu - rozvoj aktivit destinačního managementu - existence Programu rozvoje cestovního ruchu v turistickém regionu Východní Čechy	Ohrožení - vývojové trendy na trhu cestovního ruchu - náročnost procesů vedoucích k získání finančních prostředků z vnějších zdrojů - nedostatečná propagace mimopražských destinací cestovního ruchu ze strany Czech Tourism - zvýšení daně z přidané hodnoty pro ubytovací a další služby - zvyšování nároků na provoz stravovacích zařízení - vysoká úroveň konkurence na trhu cestovního ruchu - faktory negativně ovlivňující rozvoj CR obecně (terorismus, přírodní katastrofy)

tabulka 1

4. Regionální informační středisko Pardubice

4.1 Kategorizace turistického informačního centra

Od června 2006 je členem Asociace turistických informačních center, kategorie A a je certifikované agenturou CzechTourism jako oficiální informační středisko. Informační středisko je označeno čtyřmi hvězdičkami.

Kategorie A musí splňovat určitý rozsah služeb. Republikové informační centrum je otevřeno po celý rok, podává informace o celé České republice, otevírací doba je zajištěna 7 dní v týdnu, do informačního centra je bezbariérový přístup, poskytuje bezplatně verbální informace o ČR ve 3 světových jazycích, zajišťuje průvodcovskou činnost v místě působení a zprostředkovává ubytovací činnost v ČR i průvodcovskou činnost v ČR.

Další kategorizace turistických informačních center

Kategorie D

Sezónní informační centrum je označeno jednou hvězdičkou. Centrum není otevřeno celý rok, slouží k podávání informací v sezóně. Otevírací doba činí minimálně pět dní v týdnu. Poskytuje bezplatně verbální informace o místě min. v jednom světovém jazyce.

Kategorie C

Místní celoroční je označeno dvěma hvězdičkami. Centrum je otevřeno po celý rok. Podává informace o místě své působnosti. Otevírací doba činí 5 dnů v týdnu. Poskytuje bezplatně verbální informace o místě minimálně v 1 světovém jazyce.

Kategorie B

Oblastní informační centrum je označeno třemi hvězdičkami. Centrum je otevřeno po celý rok. Podává informace o celém regionu (oblasti). Otevírací doba je šest dní v týdnu, poskytuje bezplatně verbální informace o oblasti (regionu) ve 2 světových jazycích. Zprostředkovává průvodcovskou a ubytovací činnost. Je vybaveno výpočetní technikou vhodnou k napojení na informační síť A.T.I.C. ČR (25)

4.2 Charakteristika regionálního informačního střediska Pardubice

Informační centrum v Pardubicích bylo založeno 1.10. 2003 Statutárním městem Pardubice jako příspěvková organizace s názvem Městské informační středisko Pardubice. Na začátku října 2006 se příspěvková organizace města Pardubice "Městské informační středisko Pardubice" změnila v regionální informační středisko města a Pardubického kraje s názvem "Pardubice Region Tourism". Představitelé města Pardubice a Pardubického kraje se dohodli na vytvoření nového společného komplexu služeb cestovního ruchu pro návštěvníky, občany města Pardubic a Pardubického kraje a regionu Východní Čechy.

Informační středisko spolupracuje se Sdružením obcí Východní Čechy, Tyflo centrem, komisí pro bezbariérovost, Pardubickým krajem, komisí pro Strategický plán města Pardubic, s magistrátem města Pardubic, DPMP, KD Dubinou, DK Paramem, kluby, galeriemi, restauracemi a s hotely.

Důstojné a atraktivní prostory v centru města snadno přístupné turistům i občanům nabízejí v těsné blízkosti Zelené brány a historického jádra - hlavní turistické zóny - standardní rozsah služeb certifikovaného infocentra kategorie „A“ rozšířený o nové aktivity. V nově adaptovaných prostorách na nám. Republiky čp. 1 je v současné době pět nových přepážek - pro podávání informací o městě a regionu, prodej vstupenek a suvenýrů, informace o Evropské unii, service-point spediční firmy DHL a přepážka pro pracovníky cestovní kanceláře, která bude mít ve své činnosti mimo jiné organizování pobytů pro návštěvníky regionu. Mezi další služby bude patřit také možnost „dobíjení“ kreditu městské elektronické peněženky, jejíž provoz usnadní používání městské hromadné dopravy i vstup do některých kulturních a sportovních zařízení ve městě. Další zajímavou novinkou bude i plánovaný provoz soukromé půjčovny kol v zadním traktu budovy, ve které bude infocentrum sídlit.

V současné době regionální informační středisko pracuje na těchto projektech:

- příprava vstupu města Pardubice do evropské asociace European Cities Tourism
- provoz evropského infocentra Europe Direct Pardubice - otevření 09/2005
- příprava mapy Východních Čech pro vodáky
- tisk kalendáře akcí Pardubice 2006

- ve spolupráci s DPMP příprava chipové platební karty pro vstup na kulturní a sportovní akce
- výroba internetové aplikace Virtual Tour Pardubice
- příprava kritérií a principů Certifikace služeb cestovního ruchu města Pardubic
- panelové diskuze Pardubičtí kulturisté (pracovníci kulturních institucí)

4.3 Struktura nabídky

4.3.1 Produkty nabízené zdarma

Mezi produkty, které informační centrum nabízí zdarma patří mapa ubytovacích zařízení, mapa města a okolí pro cykloturisty, podrobný plán města s názvy ulic, významnými objekty a důležitými informacemi, letáky o městě, Zpravodaj radnice s aktuálním kalendářem kulturních akcí, cyklotrasy podél Opatovického kanálu, tipy na výlety ve Východních Čechách a kapesní kalendářiky 2005.

4.3.2 Produkty v prodeji

V prodeji informačního centra je průvodce Pardubice, Historie pardubického hokeje, Pardubicko – Podobizny, Pardubická zastavení, Kostel sv. Bartoloměje, Stoletá ohlednutí a mapa Hradecko a Pardubicko. K ostatními vyhledávanými produktům patří turistická známka Zelená brána (v distribuci od 12/2004), turistická známka Zámek Pardubice, pohlednice klasické, dřevěné pohledy, reklamní předměty, suvenýry s logem města (zapalovač, termo-nerez-hrnek, trika, kloboučky, deštníky, vizitníky atd.) a vstupenky na akce v Pardubicích, blízkém okolí, i v Praze (muzikály, koncerty...).

4.3.3 Služby

Informační centrum poskytuje informace o městě Pardubice a regionu Pardubického kraje, je informační přepážkou Evropské unie Europe Direct Pardubice. Dále nabízí bezbariérový přístup, expresní přepravu zásilek, počítač(e) s připojením na internet, prodej lístků MHD, prodej upomínkových předmětů, map a průvodců, prodej vstupenek, průvodcovské služby, rezervace ubytování, tlumočnické služby. (23)

4.4 Forma nabídky

4.4.1 Osobní služba

Zpravidla bezplatné poskytování informací veřejnosti je zajištěno přímo pracovníky turistického informačního centra.

4.4.2 Elektronická média

Elektronická média stejně jako osobní služba odpovídají kvalitě specifikované pro příslušnou kategorii informačního centra, informují o činnostech informačního centra a poskytují potřebné informace městě a kraji.

4.5 Organizační struktura turistického informačního centra

Organizační strukturu regionálního informačního centra v Pardubicích tvoří ředitel a dva zaměstnanci.

4.6 Finanční portfolio turistického informačního centra

Regionální informační středisko Pardubice je příspěvkovou organizací města. Díky přímému napojení na město a jeho magistrát bude do budoucna pravděpodobně zajištěna užší spolupráce. Činnost Regionálního informačního střediska je financována z rozpočtu města Pardubic, Pardubického kraje, ministerstva zahraničních věcí a z vedlejší činnosti. Investičně se tedy podílejí za přispění různých dotačních prostředků stejným dílem město Pardubice a Pardubický kraj, stejně jako na krytí provozních nákladů, které je částečně financovány i vlastní výdělečnou činností infocentra.

4.7 Profil návštěvníka turistického informačního centra

Návštěvníky turistického informačního centra tvoří především domácí účastníci cestovního ruchu, u kterých převážnou část tvoří výletníci, v menší míře se podílejí turisté. Tyto dvě skupiny návštěvníků se nejvíce informují o kulturně-historických památkách, ubytování a okolí města Pardubice. Místní obyvatelé navštěvují především turistické informační centrum z důvodu nákupu vstupenek na různé společenské akce. Druhá část návštěvníků zahrnuje zahraniční turisty, jejichž požadavkem jsou převážně informace o městě Pardubic, nákup map, suvenýrů a zajištění průvodce v jejich rodném jazyce.

4.8 SWOT analýza turistického informačního centra

Silné stránky • poskytování internetu • informace o městě, regionu, ubytování • prodej průvodce Pardubice • turistická známka Zelená brána • turistická známka Zámek • pohlednice klasické a dřevěné • reklamní předměty, suvenýry • mapa ubytovacích zařízení • podrobný plán města • zpravodaj radnice s aktuálním kalendářem kulturních akcí • tipy na výlety ve Východních Čechách • kapesní kalendářiky • předprodej vstupenek • průvodcovské služby • prodej cyklomap	Slabé stránky • nízká informovanost návštěvníků • chybějící navazující kulturní a společenské akce v době konání např. Velké pardubické
Příležitosti • balíček služeb pro cyklisty • balíček služeb pro návštěvníky • naučná stezka po kulturně-historických památkách Pardubic • informace v rámci EU • service-point spediční firmy DHL • přepážka pro pracovníky cestovní kanceláře • dobíjení kreditu městské elektronické peněženky • provoz soukromé půjčovny kol • příprava mapy Východních Čech pro vodáky • chipové platební karty pro vstup na kulturní a sportovní akce • panelové diskuze Pardubičtí kulturisté • výroba internetové aplikace Virtual Tour	Ohrožení • navigační systém města • propagace města

tabulka 2

4.9 Hodnocení portfolia produktů turistického informačního centra

Hodnocení portfolia produktů turistického informačního centra bylo provedeno pomocí Bostonské matice, která se rozděluje do čtyř kvadrantů. Produkty turistického informačního centra jsou rozděleny na základě poptávky po produktech a tempa růstu produktů.

Bostonská matice (= analýza portfolia BCG)

Model sloužící k podchycení relativní pozice jednotlivých produktů (původně akcií) na trhu. Produkty jsou v diagramu rozmístěny do jednotlivých kvadrantů diagramu podle jejich tržního podílu (osa x) a růstu trhu (osa y). Jednotlivé produkty jsou podle umístění v určitém kvadrantu označovány symbolickým přídomkem psi, otazníky, hvězdy, krávy (někdy přídomek „dojné krávy“, převzato z angl. terminologie). S vysokým tržním podílem jsou spjaty stabilní a objemově významné příjmy, kdežto s růstem trhu nejistota a náklady na proniknutí a udržení pozice na trhu (náklady propagace, marketingového výzkumu apod.). Úkolem marketingu je dosahovat vyváženého portfolia zpravidla s maximem produktů – krav (značné stabilní výnosy, nízké udržovací náklady) a minimum produktů – otazníků (nejistota objemově nevýznamných příjmů, vysoké udržovací náklady). Produkty psi jsou nutné k udržení diverzity, standardu nabídky a spokojenosti zákazníka. Hvězdy vyjadřují vysoké tempo růstu a velký podíl na trhu. (32)

Kvadranty:

➤ Dojné krávy

Dojné krávy jsou produkty s dominantní poptávkou ovšem na té části trhu, která roste pomaleji.

➤ Hvězdy

Produkty s vysokým tempem růstu a s vysokou poptávkou. Informační středisko očekává, že tyto produkty budou v budoucnosti hlavním zdrojem poptávky. Jestliže je trh těmito produkty nasycen a jejich tempo růstu trhu je nižší než 10 %, stávají se dojnými kravami. Hvězdy představují strategickou příležitost v podnikovém portfoliu. Pokud

nejsou splněny jejich investiční požadavky, potom je jejich působení většinou velmi krátké.

➤ **Hladoví psi**

Hladoví psi jsou produkty, které mají nízkou poptávkou a nízké tempo růstu. Obecně nejsou perspektivní. Managementy zvažují, zda v jejich produkci pokračovat anebo od těchto výrobních programů ustoupit.

➤ **Otazníky**

Mají nízkou poptávkou při vysokém tempu růstu, které jim dává určitou přitažlivost. Díky nízké poptávce je jejich umístění na trhu nejisté. Proč otazníky? Označení vyjadřuje nejistou budoucnost a také rozhodovací dilema managementu. Nelze jednoznačně konstatovat, že se z nich stanou hvězdy. Mohou být v budoucnu ztrátové nebo naopak vysoce ziskové. Znamená to zvolit správný produkt a potom na něj „vsadit“, podat vybranému produktu doslova „pomocnou ruku“ a zvýšit jeho poptávku, a to vše při nemalém riziku.

v
y
s
o
k
é

temperatures 10 %

**r
û
s
t
u**

**p
r
o
d
u
k
t
u**

n
í
z
k
é

10x

1x

0.1x

vysoká

nízka

← **poptávka po produktech**

tabulka 3

Hvězdy • cyklotrasy, cyklostezky • předprodej vstupenek na akce v Pardubicích, blízkém okolí, i v Praze • společenské akce • průvodcovské služby	Otazníky • balíček služeb pro cyklisty • balíček služeb pro návštěvníky • naučná stezka po kulturně-historických památkách Pardubic • informace v rámci EU • service-point spediční firmy DHL • přepážka pro pracovníky cestovní kanceláře • dobíjení kreditu městské elektronické peněženky • provoz soukromé půjčovny kol • příprava mapy Východních Čech pro vodáky • chipové platební karty pro vstup na kulturní a sportovní akce • panelové diskuze Pardubičtí kulturisté • výroba internetové aplikace Virtual Tour
Dojné krávy • poskytování internetu • informace o městě, regionu, kultuře, ubytování • prodej průvodce Pardubice, Historie pardubického hokeje, Pardubicko - Podobizny, Pardubická zastavení, Kostel sv. Bartoloměje, Stoletá ohlednutí, mapa Hradecko a Pardubicko, mapa města a okolí • turistická známka Zelená brána • turistická známka Zámek • pohlednice klasické a dřevěné • reklamní předměty, suvenýry • mapa ubytovacích zařízení • podrobný plán města • Zpravodaj radnice s aktuálním kalendářem kulturních akcí • tipy na výlety ve Východních Čechách • kapesní kalendáříky	Hladoví psi • informace o výstavách v galeriích

5. Vyhodnocení dotazníků a zhodnocení cestovního ruchu ve městě Pardubice

Smyslem dotazování bylo zjištění preferencí návštěvníků cestovního ruchu v Pardubicích a navrhnutí nového produktu cestovního ruchu v turistickém informačním centru. Z vyhodnocených dotazníků, kterými jsem v letních měsících 2006 oslovila sto respondentů vyplývá několik závěrů.

Otázka č. 1 – Jakým způsobem jste se dopravil/a do Pardubice?

Nejvíce respondentů se do Pardubic dopravilo osobním automobilem, dále vlakem a autobusem. Díky poloze v rovinatém Polabí a na základě odpovědí respondentů má Pardubicko příznivé podmínky pro provozování cyklistiky a to jak rekreační, tak jako alternativní způsob dopravy na kratší vzdálenosti. Osm z deseti dotázaných německých turistů přijelo v létě 2006 do Pardubic zájezdovým autobusem. (graf 1, příloha 6)

Otázka č. 2 – Vyskytl se nějaký problém během cesty?

U téměř $\frac{3}{4}$ respondentů se nevyskytl žádný problém během cesty. (graf 2, příloha 6)

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

Většina dotázaných neměla problémy během cesty. Objevily se problémy se zaparkováním auta, ani dopravní dostupnost Pardubic a navigačním systémem ve městě podle odpovědí respondentů není ideální. Ve městě sice existuje navigační systém tvořený směrovkami a piktogramy, ale je spíše určený pro pěší. Tento systém rozhodně není vyhovující. Směrovek je nedostatečné množství, jsou nepřehledné a nejsou vhodně rozmístěny. (graf 3, příloha 6)

Otázka č. 4 – Navštívil/a jste město Pardubice již někdy dříve?

60 respondentů ze 100 navštívilo město Pardubice již dříve. (graf 4, příloha 6)

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

Pardubice jsou kulturním centrem regionu a jsou mimo jiné známy jako město sportu. O těchto dvou přívlastcích města svědčí i odpovědi respondentů. Hlavním důvodem návštěvy dotázaných je kultura včetně pravidelných kulturních a společenských akcí. Převážnou část důvodu návštěvy města tvoří také rekreace a sport. Dopad sportovních akcí na rozvoj cestovního ruchu je značně omezen tím, že návštěvníci přijedou do města pouze na konkrétní událost a nic je netáhne do centra do města, kde by využívali další služby. Souvisí to jednak s omezenou ubytovací kapacitou, dále s chybějící nabídkou navazujících kulturních a společenských akcí probíhajících v centru města v době konání např. Velké Pardubické, ale také s nízkou informovaností návštěvníků. Dalším důvodem návštěvy je obchod a nákupy. Z rozhovoru s dotázanými vyplynulo, že možnosti nakupování v Pardubicích jsou rozhodně bohaté. Přesto samotný příliv lidí do Pardubic za nákupy do nákupních center nemusí mít téměř žádný pozitivní dopad pro město, pokud není vhodným způsobem podporován delší pobyt nakupujících ve městě a využití většího množství služeb. (graf 5, příloha 6)

Otázka č. 6 – Využil/a jste služeb TIC v Pardubicích?

Větší část respondentů nevyužila turistického informačního centra. (graf 6, příloha 6)

Otázka č. 7 – Které služby jste vyhledával/a nejčastěji v TIC?

V Pardubicích převážně místní obyvatelstvo nakupuje v předprodeji v informačním centru vstupenky na akce v Pardubicích, blízkém okolí i v Praze. Dále je informační centrum vyhledávané z důvodu informací o památkách, městě, okolí a ubytování. Turisté a cykloturisté si usnadňují prohlídku města a okolí nákupem map, cyklomap. Menší část z dotázaných navštívila informační centrum i za účelem nákupu suvenýrů a turistické známky, která jim slouží jako suvenýr a zároveň je "potvrzením" o dosažení turisticky atraktivního místa.. (graf 7, příloha 6)

Otázka č. 8 – Jste spokojeni s provozní dobou TIC?

Všichni respondenti, kteří navštívili TIC jsou spokojeni s jeho provozní dobou. (graf 8, příloha 6)

Otázka č. 9 – Hodláte ještě v průběhu návštěvy využít služeb TIC?

Převážná část respondentů uvažuje nebo ještě neví, zda turistického informačního centra využije. (graf 9, příloha 6)

Otázka č. 10 – S kým zde jste?

Téměř všichni respondenti cestují, navštěvují Pardubice a okolí v doprovodu. Nejvíce cestují s rodinou, partnerem a přáteli. S kolegy ze zaměstnání cestují všichni dotázaní za účelem obchodu. (graf 10, příloha 6)

Otázka č. 11 – Jste zde ubytována?

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

Otázka č. 12 – Kde jste ubytován/a?

Z odpovědí dotázaných vyplývá, že čtyři turisté kempovali v autokempu Marin v Mělicích u Přelouče. Většina ubytovaných upřednostňuje hotel a penzion. Další 4 návštěvníci Pardubic byli ubytováni u známých a jenom 2 mototuristé se ubytovali v motelu Hana v Ostřetíně. (graf 12, příloha 6)

Otázka č. 13 – Jak dlouhý je Váš pobyt?

Odpovědi respondentů nás ujišťují o jedné ze slabých stránek města Pardubic a tím je krátká doba strávená návštěvníky ve městě. Zahraniční turisté v Pardubicích pobývají nejvíce 5-7 dní, ale Čech v Pardubicích tvoří převážně výletníka nebo víkendového turistu. (graf 13, příloha 6)

Otázka č. 14 – Jakým způsobem se zde stravujete?

Většina respondentů využívá kombinace stravování vlastního a stravování v restauračních zařízeních. Téměř všichni dotázaní němečtí turisté kromě jednoho odpověděli, že upřednostňují stravování jenom v restauračních zařízeních, což se dalo očekávat vzhledem k jejich životní úrovni. (graf 14, příloha 6)

Otázka č. 15 – Uvažujete někdy o opakované návštěvě města Pardubic?

Převaha dotázaných uvažuje o opakované návštěvě Pardubic. (graf 15, příloha 6)

Otázka č. 16 – Vyskytla se nějaká služba, kterou zde postrádáte?

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

Otázka č. 17 – Jakou službu postrádáte?

Nejvíce zmiňovanou postradatelnou službou byla služba pro cyklisty. Pardubice mají sice relativně příznivé podmínky pro rozvoj cykloturistiky. Přesto je nutné vzít v úvahu to, že návštěvníci – cykloturisté mají specifické požadavky na nabídku služeb, ale v Pardubicích bohužel nyní neexistuje služba, kde by cyklista mohl žádat pomoc. Další postradatelnou službou je nedostatek významných výstav a veletrhů s tím je spojen i nedostatek akcí kongresového typu. Kongresový cestovní ruch je obecně v destinacích významným zdrojem příjmů. Je spojen s pořádáním veletrhů, výstav a konferencí, vyžaduje tedy kapacity jak konferenční, ubytovací tak ale i další navazující služby. V Pardubicích chybí celostátně významné akce, které by lákaly větší počet návštěvníků, ale vzhledem k tomu, že Pardubice jsou krajským městem, centrem významné průmyslové oblasti, městem univerzitním, nacházejí se zde výzkumná pracoviště, kulturní instituce a je tu provozován sport na špičkové úrovni, potenciál pro rozvoj cestovního ruchu nepochybně mají, přesto vybavení materiálně technickou základnou podmiňující rozvoj kongresového cestovního ruchu je v Pardubicích nedostatečné. Dotazování za nedostatek služeb považují i atrakce pro děti a veřejné záchody. (graf 17, příloha 6)

Oslovených bylo 58 žen a 42 mužů. (graf 18, příloha 6) Většina respondentů byla ve věku 30 až 49 let (graf 19, příloha 6) se středoškolským vzděláním (graf 20, příloha 6). Převaha respondentů pocházela z Pardubického kraje, Královéhradeckého kraje a na třetím místě je zastoupena Vysočina. Ze zahraničních turistů navštěvuje nejvíce město Pardubice a okolí Němci. (graf 21, příloha 6)

6. Návrh nových produktů

6.1 Balíček služeb pro cyklisty

Na základě vyhodnocení dotazníků, silných stránek města Pardubice, ke kterým patří krajina vhodná pro cykloturistiku, hustá síť cyklostezek a cyklotras, ale i na základě slabých stránek města Pardubic, čímž je nedostatek služeb pro cyklisty navrhuji v budově infocentra zprostředkovat balíček služeb pro cyklisty.

Vzhledem k tomu, že v Pardubicích neexistuje služba podobného typu, myslím si, že balíček služeb pro cyklisty by podmínil spokojenost návštěvníků – cyklistů a tím zvýšil přínosy plynoucí z cestovního ruchu a rozvoj služeb pro cykloturisty.

Jelikož se v infocentru plánuje provoz půjčovny kol v zadním traktu budovy infocentra doporučuji tuto službu doplnit o další navazující služby. Balíček služeb pro cyklisty by měl být využitelný celý týden po celou provozní dobu infocentra a měl by zajistit pomoc cyklistům formou cyklistických služeb.

Cyklistické služby:

- zalepení kola
- půjčení pumpičky
- drobné občerstvení
- použití telefonu
- koupě cyklomapy

Významným rysem tohoto balíčku služeb, který by byl využíván návštěvníky je to, že ho mohou využívat také obyvatelé města, nesloužil by tedy jen účelově pro potřeby cestovního ruchu, ale přinášel by i širší užitek.

6.2 Balíček služeb pro návštěvníky regionu

Vzhledem k postavení města Pardubic na trhu cestovního ruchu a ke stále sílící konkurenci je nutné hledat stále nové způsoby, jak přilákat návštěvníka, jak ho ve městě nebo v regionu udržet delší dobu.

Na základě převažujícího zájmu respondentů o kulturu a rekreaci, ale také na základě rozšíření nových prostor Regionálního informačního střediska o přepážku pro pracovníky cestovní kanceláře navrhuji vytvořit tzv. produkt cestovního ruchu tedy balíček služeb pro návštěvníky regionu. Tento návrh mi připadá vhodný i z hlediska slabých stránek města, kterou je neexistence cestovní kanceláře nabízející produkty zahrnující návštěvu Pardubicka.

Balíček služeb by bylo vhodné zaměřit vzhledem k zájmu o kulturu a historii na cílový segment trhu „prázdné hnízdo“ a seniory české a zahraniční národnosti. Cílový segment prázdné hnízdo se dále dělí na prázdné hnízdo I. a prázdné hnízdo II.

Prázdné hnízdo I tvoří především návštěvníci, kterým děti odešly již z domova, i když neodmítají finanční podporu. Upřednostňují konzervativní chataření nebo naopak zájezdy, pobyty v luxusních zařízeních podle finančních možností. Projevuje se zájem o cestování za kulturou, cestování se sebevzděláváním a zájem o rekreaci na úrovni. Takto skupina klientů tvoří hlavní část zákazníků atraktivních zájezdů. Má vyšší nárok na náplň a organizace zájezdů, na příležitost k společenským stykům a na atraktivní nabídky.

Do prázdného hnízda II se zahrnují především starší manželé před penzí. Mají dobrou finanční situaci, je zde změna zálib a zájmů. Dávají přednost jak chataření, venkovské turistice, akcím léčebných pobytů, tak i poznávacím zájezdům. Tato skupina je dobrým segmentem, vytváří příležitost pro podnikatele tvořit si trvalou klientelu s často opakovanými pobyty.

Protože produkty cestovního ruchu musí nezbytně reagovat na poptávku na trhu cestovního ruchu, je nezbytné, aby jejich příprava probíhala v úzké spolupráci s cestovní kanceláří Centrum, která má dostatečné znalosti a zkušenosti a se kterou se snaží Regionální informační středisko navázat kontakt. Role Regionálního informačního

střediska by spočívala v iniciaci spolupráce s cestovní kanceláří, návrhu struktury produktu a v propagaci balíčku služeb. Produkt cestovního ruchu je zájezdem ve smyslu zákona č. 159/1999 Sb. o některých podmínkách podnikání v cestovním ruchu, může být tedy prodáván jedinečně prostřednictvím koncesované a pojištěné cestovní kanceláře, proto je nutné většinu příprav produktu např. kalkulaci cen a jednání s dodavateli služeb nechat na cestovní kanceláři.

Balíčkem služeb by byly například třídní pobyty se zajištěním ubytování, stravování formou polopenze, průvodce, prohlídky města a okolí. Pro prohlídku okolí Pardubic by byl zajištěn autobus.

První den by byli návštěvníci Pardubicka ubytováni a seznámeni s městem Pardubice formou prohlídky zámku a dalších významných památek. Druhý den by na ně čekala prohlídka města Lázně Bohdaneč, kam by byli dopraveni autobusem. V Lázních by se seznámily s prostředím města a případně i léčebnými procedurami. Po návratu do Pardubic budou mít návštěvníci možnost prohlédnout si závodíště, kde se koná proslulá Velká Pardubická. Další čas by byl ponechán pro individuální program. Třetí den by byla poslední zajímavostí Kunětická hora, která se nachází nedaleko Pardubic. V podhradí by návštěvníci mohli po poměrně náročném výstupu na Kunětickou horu využít služeb stylového restauračního zařízení.

Balíček služeb by byl předem připraven do detailu a jako ucelená nabídka prodáván skupinám. Služby, ze kterých by se produkt skládal, by byly zajištěny s jednotlivými dodavateli smluvně.

Propagace balíčku služeb, kterou by zajišťovalo infocentrum, by spočívala ve zpracování tištěných propagačních materiálů zaměřených na prezentaci nabízeného balíčku služeb, v nabídce drobných propagačních předmětů souvisejících s balíčkem služeb, v internetové prezentaci na stránkách Regionálního informačního střediska Pardubice, v prodeji turistických slevových karet zaměřených na památky týkající se prohlídky města.

6.3 Naučná stezka po kulturně-historických památkách Pardubic

S ohledem na výsledky průzkumu a kulturně-historického potenciálu Pardubicka, kterým je především poměrně rozsáhlé historické jádro města Pardubic jsem navrhla a zpracovala naučnou stezku po kulturně-historických památkách Pardubic.

Naučná stezka má poznávací charakter a je situována tak, aby mohla být využita pro žáky základních i středních škol, ale i pro návštěvníky a širokou veřejnost.

Propagace naučné stezky bude zprostředkována v turistickém informačním centru formou propagačních letáků a na internetových stránkách www.ipardubice.cz.. Naučnou stezku si návštěvníci města mohou vyzvednout zdarma v podobě prospektu v turistickém informačním centru.

Prospekt naučné stezky obsahuje informace o historii města, orientační mapu a trasu, na které by se měl návštěvník seznámit s nejvýznamnějšími kulturně-historickými památkami Pardubic. Součástí prospektu naučné stezky jsou také fotografie a základní informace o historii jednotlivých památek. U některých památek je uveden kontakt, otevírací doba a adresa.

Naučná stezka začíná na náměstí Republiky, kde si návštěvníci města nejprve prohlédnou obchodní centrum Grand, jehož součástí je například řada obchodů s konfekcí, obuví, elektronikou, parfumerií, drogerií, orientální obchod, jídelna, kavárna a dětský koutek. V současné době je obchodní centrum spojeno i s multikinem, což zvyšuje jeho návštěvnost. Další památkou, kterou budou moci návštěvníci obdivovat je zrekonstruované Východočeské divadlo a Palác Hybských. Následující atraktivitou bude Bartolomějský kostel a výšková dominanta Zelená brána, kterou se svými 62 metry představují dvě navzájem spojené stavby - nízká brána a věž.

Projdou-li návštěvníci města Zelenou bránou ocitnou se na Pernštýnském náměstí, které je druhou větší zastávkou. Pernštýnské náměstí se pyšní domem č. 11 a domem U Jonáše. Další dominantou tohoto krásného náměstí je novorenesanční radnice. Po zhlednutí Pernštýnského náměstí budou návštěvníci města pokračovat Bartolomějskou ulicí směrem ke Starému městu.

První renesanční architekturou na Starém městě, u které se návštěvníci zastaví je dům č. 97 na Wernerově nábřeží. Spojnici mezi městem a zámkem tvoří Zámecká ulice, která je oddělena Příhradkem. Hlavní cílovou zastávkou naučné stezky je druhá nejnavštěvovanější památka Pardubického kraje, kterou je zámek Pardubice.

Závěr

Náplní bakalářské práce byla analýza území Pardubicka a jeho turistických cílů. Další součástí bylo zjištění nabídky a poptávky produktů turistického informačního centra v Pardubicích. Pro řešení těchto náplní bylo zpracováno několik analýz a proveden marketingový výzkum. Hlavním cílem bylo navrhnout a zpracovat nový produkt turistického informačního centra podle aktuální poptávky.

Cílem situační analýzy bylo nashromáždění a utřídění údajů o regionu. Na základě SWOT analýzy jsem zjistila současný a budoucí potenciál pro rozvoj cestovního ruchu. Pardubicko má díky rovinatému Polabí dobré předpoklady pro rozvoj cykloturistiky. Mezi stěžejní důvody návštěvnosti Pardubic patří kulturně-společenský potenciál. Ze SW|OT analýzy vyplývají i negativní stránky města, kterou je především krátká doba strávená návštěvníky ve městě a image města jako znečištěné průmyslové oblasti.

Další analýzou byla Bostonská matice, které znázorňuje tempo růstu produktů a poptávku po produktech turistického informačního centra. Z Bostonské matice byla zjištěna důležitost jednotlivých produktů a jejich stávající situace na trhu. K rozsáhlejšímu získání informací o turistickém informačním centru byla zpracována SWOT analýza turistického informačního centra. Ze SWOT analýzy vyplývají vnitřní (silné a slabé stránky) a vnější faktory (příležitosti a ohrožení), které informační centrum ovlivňují.

Z marketingového výzkumu, který byl uskutečněn formou dotazníkového šetření a byl zaměřen na získání informací o spokojenosti návštěvníků s turistickým informačním centrem a Pardubicemi jsem se dozvěděla, že nejvyhledávanějšími službami turistického informačního centra byl prodej vstupenek a informace o památkách a městě. Hlavní problém, který vedl k nespokojenosti návštěvníků byl navigační systém ve městě a nedostatek parkovacích míst.

S ohledem na všechny analýzy a výsledky průzkumu, které jsou uvedeny v závěru práce jsem navrhla tři produkty, přičemž hlavním produktem je naučná stezka po kulturně – historických památkách města Pardubice, která návštěvníky Pardubic provede po nejvýznamnějších památkách města. Naučná stezka má poznávací charakter a je situována

tak, aby mohla být využita pro žáky základních i středních škol, ale i pro návštěvníky a širokou veřejnost.

Dalšími produkty je balíček služeb pro cyklisty a balíček služeb pro návštěvníky. Balíček služeb pro cyklisty by využívali také obyvatelé města, nesloužil by tedy jen účelově pro potřeby cestovního ruchu, ale přinášel by i širší užitek. Účelem balíčku služeb pro návštěvníky je přilákání návštěvníka na delší dobu strávenou ve městě Pardubice.

Summary

The content of this dissertation consists of the analysis of the Pardubice region and its touristic destinations. The findings of supply and demand for the touristic information centre's products were the other part of this work. Some few analyses have been elaborated for the solution of these two issues and a marketing research was carried out. The proposition and elaboration of a new product of the touristic information centre according to the up-to-day demand was the main goal of this work.

The goal of the situational analysis consisted in the accumulation and ordination of the facts about the region. Pursuant to the SWOT Analysis, I established the actual and the future potential of the tourism developement. Because of the Elbe lowlands, the Pardubice region has got a good groundwork for the developement of the cyclotourism. One of the fundamental reasons for visiting Pardubice is its culturally-social potential. Nevertheless, some negative aspects of this city result from the SWOT Analysis – namely the short time period spent by tourist in the town, and the image of a polluted industrial area.

The Boston Matrix was an other analysis. It illustrates the product growth rate and the demand for the touristic information centre's products. From the Boston Matrix I elicited the importance of particular products and their current market situation. For a more extensive obtaining of the data about the touristic information centre a SWOT Analysis of the touristic information centre was elaborated. The inner (strong and weak points) and the outer factors (opportunities and jeopardies) that influence the information centre result from the SWOT Analysis.

From the marketing research that was realized in the form of the questionnaire inquiry and was focused on gathering information about the tourists' satisfaction with the touris information centre and the city of Pardubice, I learned that the most sought-after services of the tourist information centre was the sale of admission tickets and the info about the town and its sights. The essential problem that lead to the tourists' dissatisfaction was the navigation system in the city and the lack of parking space.

With reference to all the analyses and the results of the research that are quoted in the summary of this work, I proposed three products whereas the main product is a sightseeing trail that will show the town with its most significant sights to the tourists. Next product are „service packets“ – one for the town’s visitors and one for the cyclists.

Seznam tabulek

tabulka 1 – SWOT analýza města Pardubice

tabulka 2 – SWOT analýza turistického informačního centra

tabulka 3 – Bostonská matice turistického informačního centra

Seznam příloh

Příloha 1 – Mapa Pardubického kraje

Mapa Pardubicka

Mapa Pardubic

Příloha 2 – Provozní doba a kontakt Regionálního informačního střediska Pardubice

Příloha 3 – Seznam pravidelných kulturních, sportovních a společenských akcí Pardubic

Příloha 4 – Dotazník pro návštěvníky města Pardubice

Příloha 5 – Dotazník pro turistické informační centrum

Příloha 6 – Vyhodnocení dotazníků

Příloha 7 – Návrh naučné stezky po kulturně – historických památkách Pardubic

Použitá literatura

- (1) Hesková, M. a kol. : Cestovní ruch, Praha, FORTUNA, 2006
- (2) Oriška, J. : Technika služeb cestovního ruchu, konsorcium Praha, IDEA SERVIS, 1999
- (3) Malá, V. a kol. : Základy cestovního ruchu, Praha, Oeconomica, 2002
- (4) Petrů, Z. : Základy ekonomiky cestovního ruchu, Praha, IDEA SERVIS, 1999
- (5) Podhorský, M. : Pardubický kraj, Praha, freytag & berndt, 2004
- (6) Čertík, M. : Cestovní ruch, Praha, EKOPRESS s. r. o., 2003
- (7) Foret, M. Foretová V.: Jak rozvíjet místní cestovní ruch, Praha, Grada Publishing, spol. s. r. o., 2001
- (8) Francová, E.: Cestovní ruch, Olomouc, Univerzita Palackého, 2003
- (9) Horáková, H.: Strategický marketing, Praha, Grada Publishing, spol. s. r. o., 2001
- (10) Vaško, M. : Cestovní ruch a regionální rozvoj, Praha, VŠE, 2002

Použité internetové stránky

- (11) www.mmr.cz
- (12) www.vyletnik.cz
- (13) www.ekopardubice.cz
- (14) www.iriscrr.cz
- (15) www.mesto-pardubice.cz
- (16) www.firmy.cz
- (17) www.airport.-pardubice.cz
- (18) www.pensionhotel.cz
- (19) www.stezka.cz
- (20) www.ipardubice.cz
- (21) www.pardubickykraj.cz
- (22) www.laznebohdanec.cz
- (23) czecot.com
- (24) www.cykloutoulky.com
- (25) www.atic.cz
- (26) www.staroholicka.cz
- (27) www.czechtourism.cz

(28) www.mesta.obce.cz

(29) www.llb.cz

(30) www.pardubicko.cz

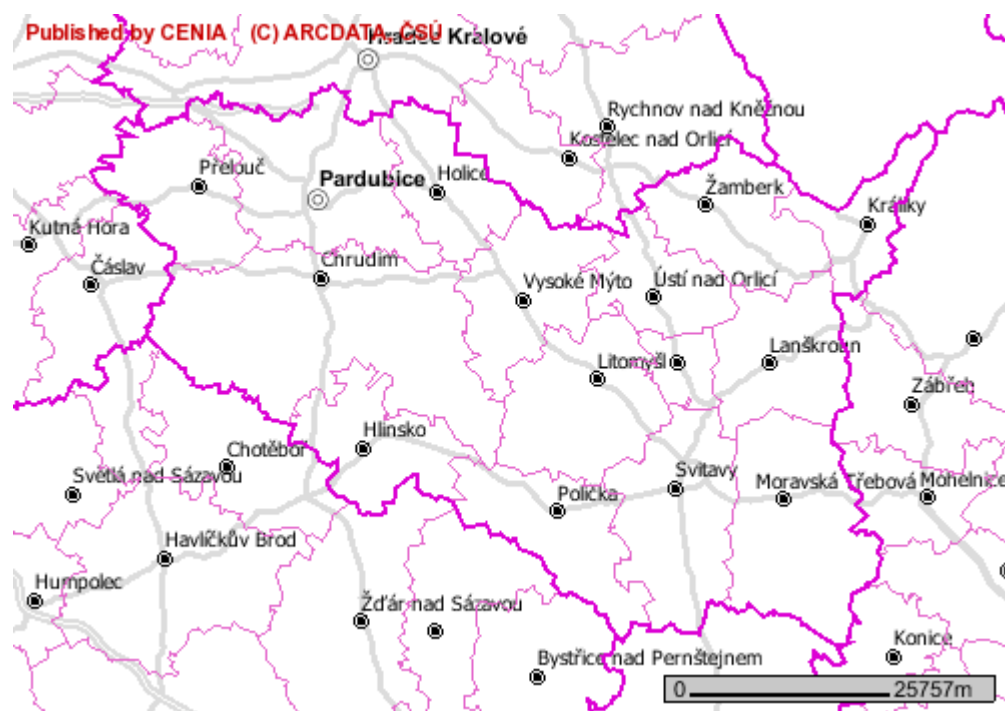
(31) www.mujweb.cz

(32) markcr.uhk.cz

Přílohy

Příloha 1

Mapa Pardubického kraje



obrázek 1

zdroj: <http://castor.cenia.cz/mapmaker/cenia/portal/>

Mapa Pardubicka



obrázek 2 zdroj: http://www.pardubicko.cz/mapa/mapa.phtml?id_objektu

Mapa Pardubic



obrázek 3 zdroj: <http://www.mestpardubice.cz/obrazek/plan.gif>

Příloha 2

Provozní doba a kontakt Regionálního informačního střediska Pardubice

provozní doba: denně 9:00 - 18:00 hod.

kontakt: Pardubice Region Tourism
nám. Republiky 1, Pardubice 530 02
IČO: 711 86 182

Příloha 3

Seznam pravidelných kulturních, sportovních a společenských akcí Pardubic

Únor - Festival smíchu

Duben - Pardubické hudební jaro

8. května - Slavnosti perníku

Květen - Jeden svět - filmový festival

Červen - Zámecké slavnosti pod erbem Zubra

Červen - Folklórní festival, Pernštýnská noc

Červen - Aviatická pout'

Červen - Městský festival

Červen - červenec - IFAS - mezinárodní festival akademických sborů

Červenec - srpen - Czech open - mezinárodní festival šachu, bridže a her

Srpen - Pardubický festival vína

Srpen - Pardubická Juniorka - tenisové mistrovství ČR

Září - Zlatá přilba ČR - motocyklové plochodrážní závody

Říjen - Městské slavnosti

Říjen - Velká pardubická steeplechase - dostihy

Listopad - Mezinárodní festival dětských a mládežnických pěveckých sborů

Příloha 4

Dotazník pro návštěvníky města Pardubice

Dobrý den,

Výzkum je organizován pro potřeby závěrečné bakalářské práce studijního oboru Obchodní podnikání – specializace cestovní ruch na Ekonomické fakultě Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Cílem dotazování je zjistit zájem turistů o služby Turistických informačních center. Závěry budou využity pro sestavení nové nabídky turistických produktů nabízených turistickými informačními centry (TIC) a pro návrh na zlepšení služeb turistům.

Děkuji Vám za spolupráci a vyplnění dotazníku.

1. Jakým způsobem (dopravním prostředkem) jste se dopravil/ a do Pardubic?

- | | |
|------------------------|--------------------------|
| a) osobním automobilem | b) vlakem |
| c) autobusem | d) na motocyklu |
| e) na kole | f) kombinovanou dopravou |
| g) pěšky | |

2. Vyskytl se nějaký problém během cesty? Př. se zaparkováním auta, kola...

ANO x NE (pokud NE, pokračujte 4. otázkou)

3. Pokud ANO, uveďte, prosím, jaký:

4. Navštívil/ a jste město Pardubice již někdy dříve?

- | | |
|--------|-------|
| a) ANO | b) NE |
|--------|-------|

5. Mohl/ a byste uvést hlavní důvod Vaší návštěvy?

- | | |
|------------------------|-----------|
| a) rekreace | b) sport |
| c) kultura | d) obchod |
| e) jiné, uveďte: | |

6. Využil/ a jste služeb TIC v Pardubicích?

- | | | |
|--------|-------|-------------------------------------|
| a) ANO | b) NE | (pokud NE, pokračujte otázkou č. 9) |
|--------|-------|-------------------------------------|

7. Které služby jste vyhledával/ a nejčastěji v TIC?

8. Jste spokojeni s provozní dobou TIC?

- | | |
|--------|-------|
| a) ANO | b) NE |
|--------|-------|

9. Hodláte ještě v průběhu návštěvy využít služeb TIC?

- | | | |
|---------------|--------------|----------------|
| a) určitě ano | b) spíše ano | e) ještě nevím |
| c) spíše ne | d) určitě ne | |

10. Jste zde...

- | | |
|---------------|-----------------------------|
| a) sám / sama | b) s rodinou |
| c) s přáteli | d) s partnerem / partnerkou |
| e) se školou | f) s kolegy ze zaměstnání |

11. Jste zde (v okolí) ubytován/ a?

- | | |
|--------|--|
| a) ANO | b) NE (pokud NE, pokračujte 14. otázkou) |
|--------|--|

12. Jakým způsobem?

- | | |
|---------------------------------------|---------------------------|
| a) v hotelu | b) v motelu |
| c) v soukromém penzionu | d) na ubytovně |
| e) v kempu (chata, stan nebo karavan) | f) u známých / příbuzných |
| g) jinde, uveďte: | |

13. Jak dlouhý je Váš pobyt?

- | | |
|---------------------------|-------------------------------|
| a) víkendový- 1 až 2 noci | b) několikadenní- 3 až 4 noci |
| c) týdenní- 5 až 7 nocí | d) delší než týden |

14. Jakým způsobem se zde stravujete?

- | |
|--|
| a) v pohostinských službách (restaurace, hotelové restaurace) |
| b) nevyužívám pohostinských služeb, stravování si obstarávám sám/ sama |
| c) kombinace možností a) i b) |

15. Uvažujete někdy o opakované návštěvě města Pardubice?

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

16. Vyskytla se nějaká služba, kterou zde postrádáte?

- | | |
|--------|-------|
| a) ANO | b) NE |
|--------|-------|

Pokud ANO napište, prosím, jaká.

Údaje o respondentovi (pouze pro statistické vyhodnocení)

Pohlaví: a) Muž b) Žena

Věk:

- | | | | | |
|---------------|---------------|---------------|---------------|------------------|
| a) 15- 18 let | b) 19- 29 let | c) 30- 39 let | d) 40- 49 let | e) 50 a více let |
|---------------|---------------|---------------|---------------|------------------|

Nevyšší dosažené vzdělání:

- | | | |
|-------------|------------------|------------------|
| a) základní | b) středoškolské | c) vysokoškolské |
|-------------|------------------|------------------|

Místo Vašeho bydliště:

Příloha 5

Dotazník pro turistické informační centrum

Výzkum je organizován pro potřeby závěrečné bakalářské práce studijního oboru Obchodní podnikání – specializace cestovní ruch na Zemědělské fakultě Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Závěry budou využity pro sestavení nové nabídky turistických produktů.

Děkuji za spolupráci a vyplnění dotazníků.

1. Turistické produkty nabízené turistickým informačním centrem (vyjmenujte)

Typ produktu	Charakteristika produktu
Naučná stezka	
Návštěva historických památek a objektů	
Technické památky	
Kulturní akce	
Prodej map a suvenýrů	
Návštěvnické karty	
Zajišťování průvodců	
Zprostředkování služeb	
Akce zaměřené na tradice	

2. Uveďte 3 nejčastěji požadované služby – informace, které jsou turisty žádány

3. Má Vaše TIC v turistické sezóně 2006 připraven pro turisty nový produkt? (Pokud ANO uveďte o jaký produkt se jedná)

ANO NE

4. Provozní doba TIS: (hodiny, dny, roční období)

5. Počet pracovníků

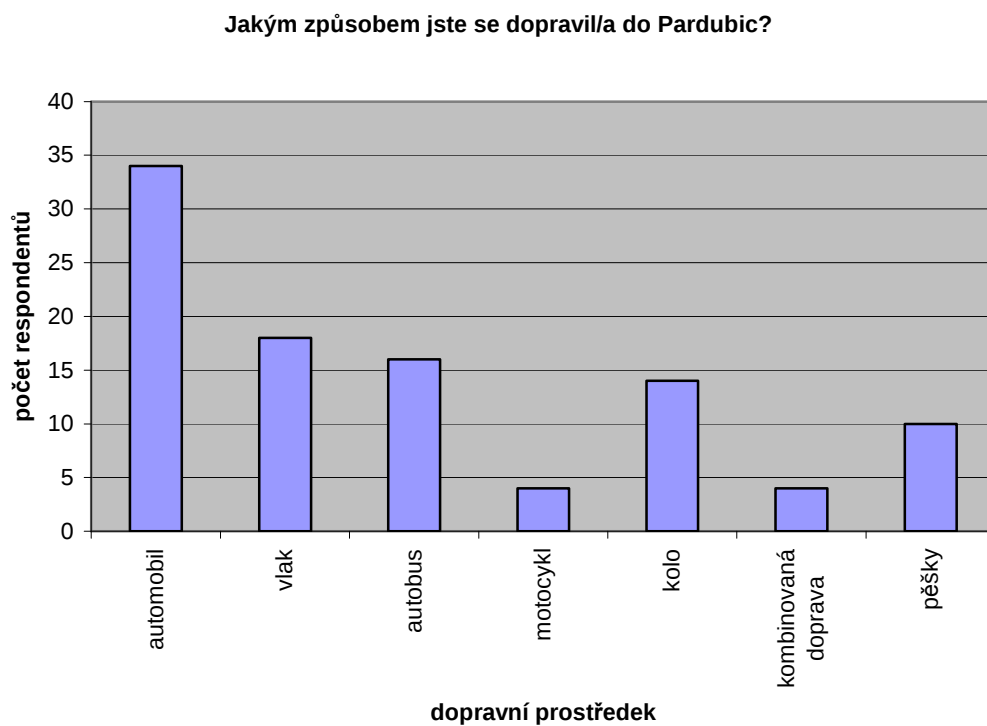
6. Provozovatel

7. Místo TIC

8. Den dotazování

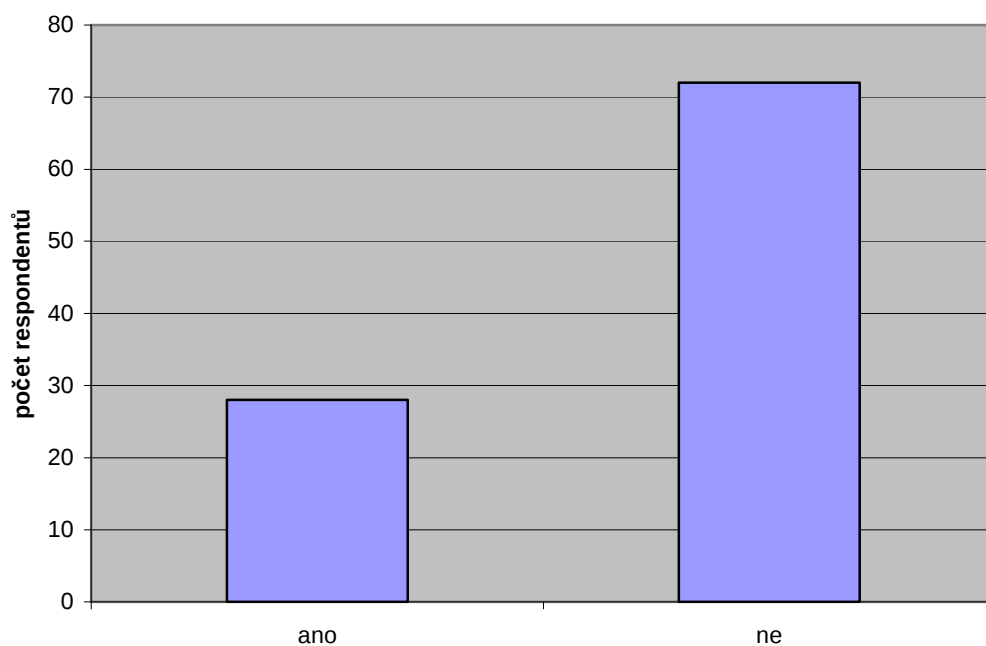
Příloha 6

Vyhodnocení dotazníků



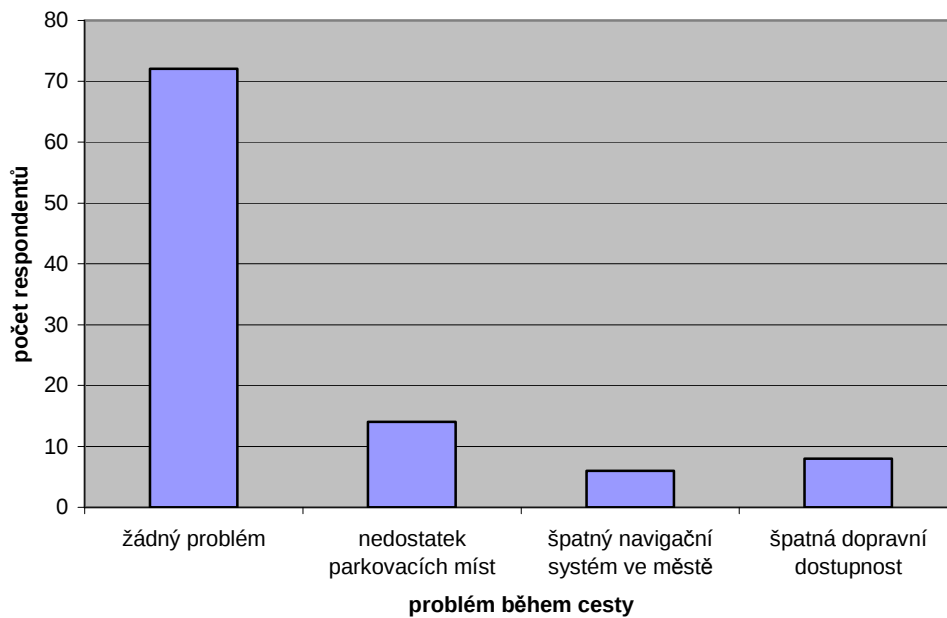
graf 1

Vyskytl se nějaký problém během cesty?

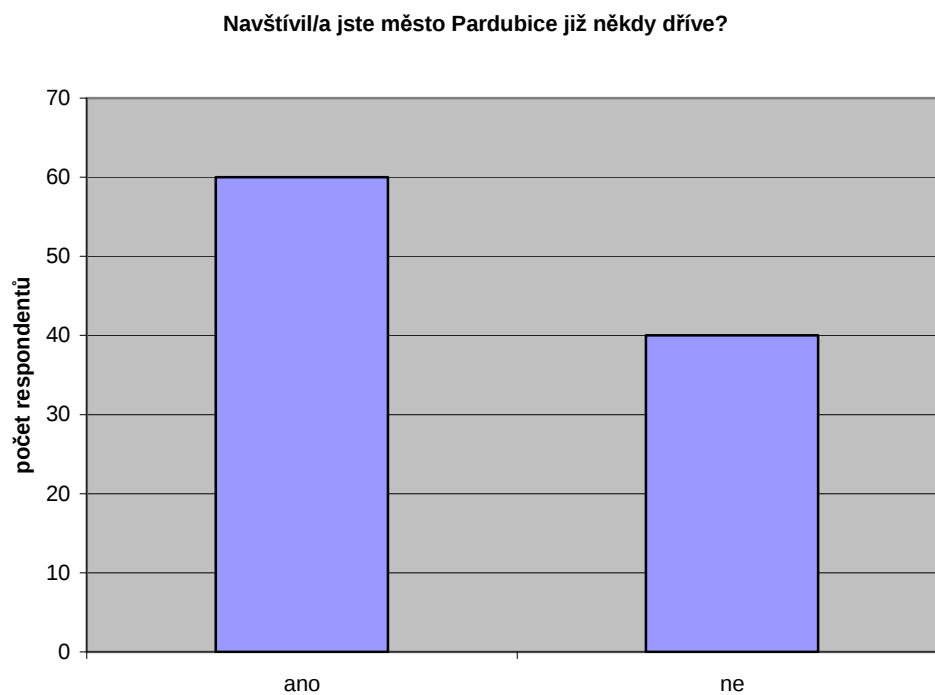


graf 2

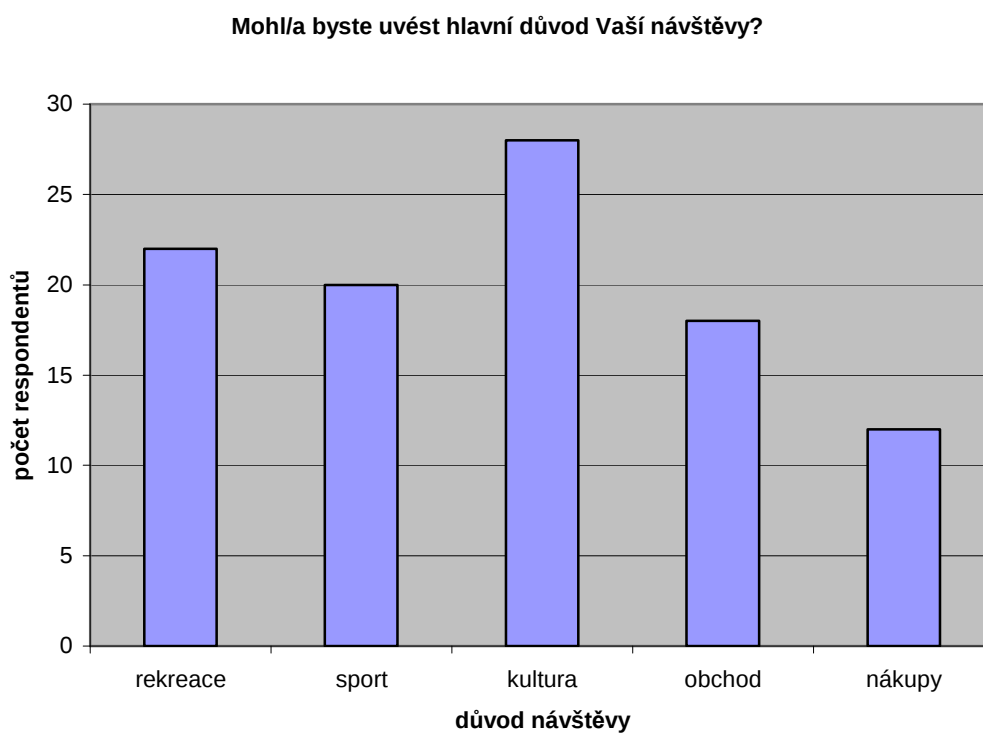
Jaký problém se během cesty vyskytl?



graf 3

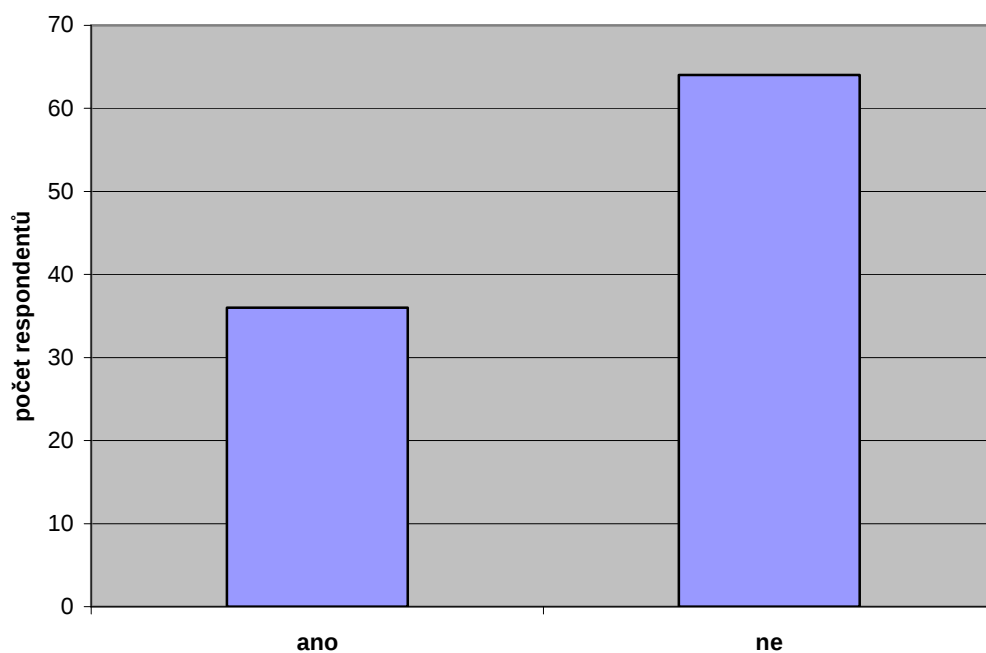


graf 4



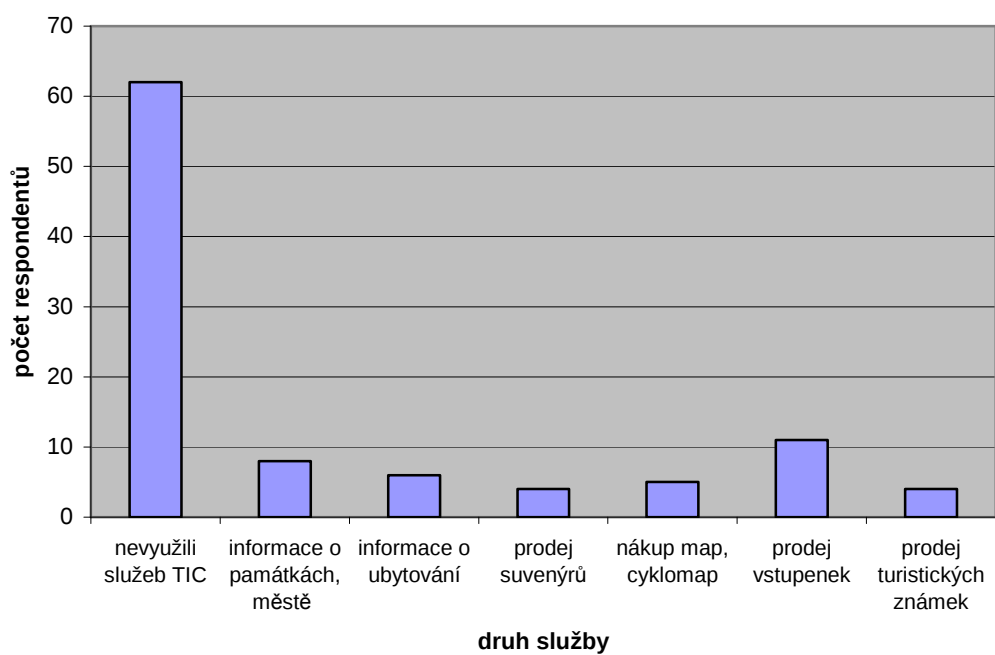
graf 5

Využil/a jste služeb TIC v Pardubicích?



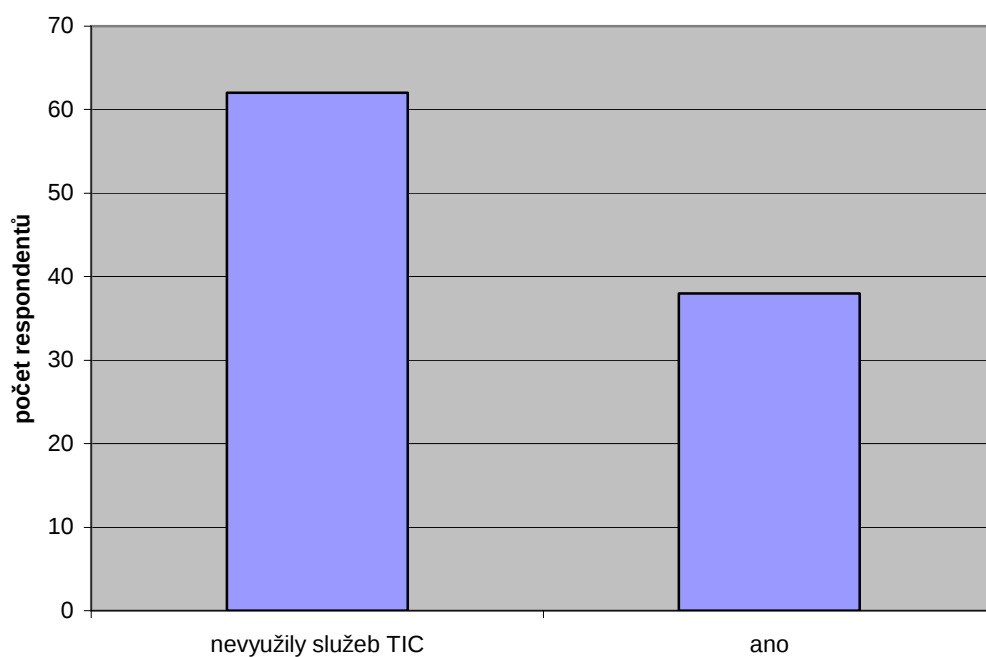
graf 6

Které služby jste vyhledával/a nejčastěji v TIC?



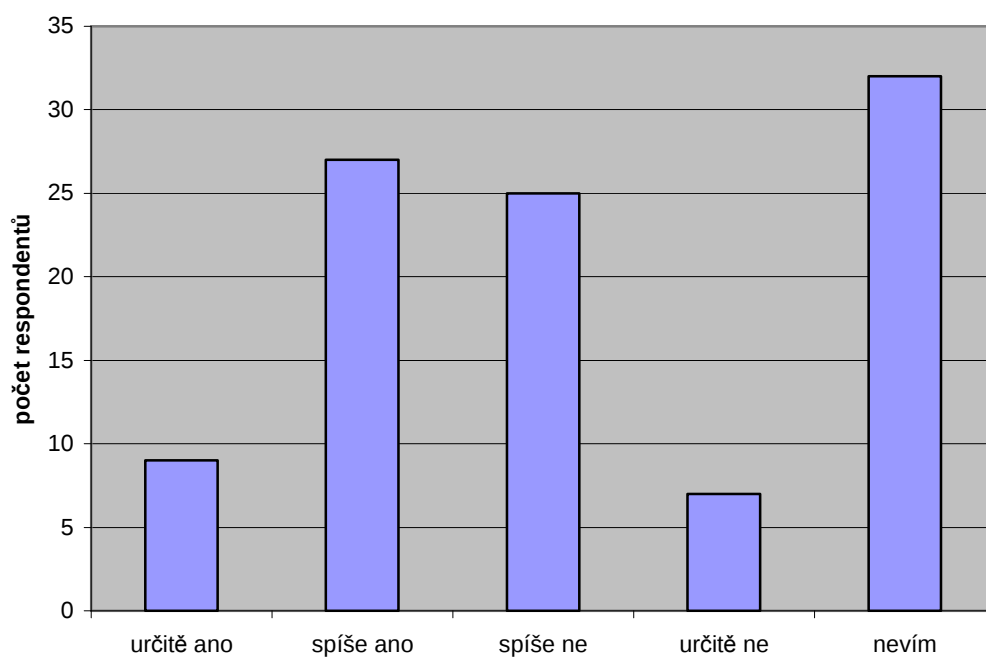
graf 7

Jste spokojeni s provozní dobou TIC?

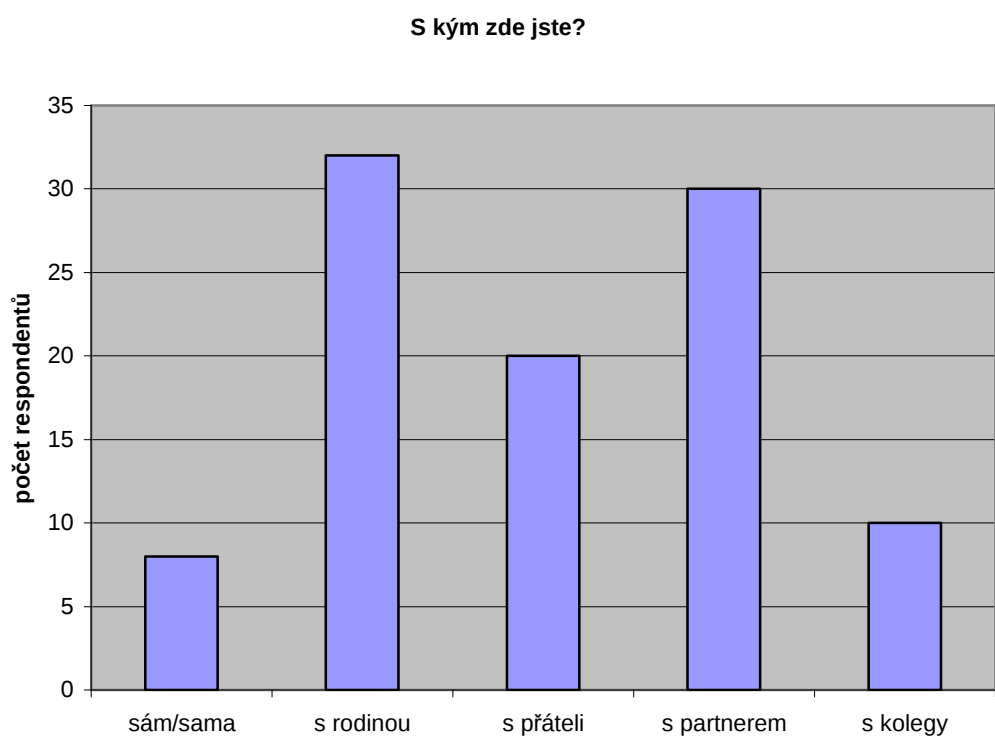


graf 8

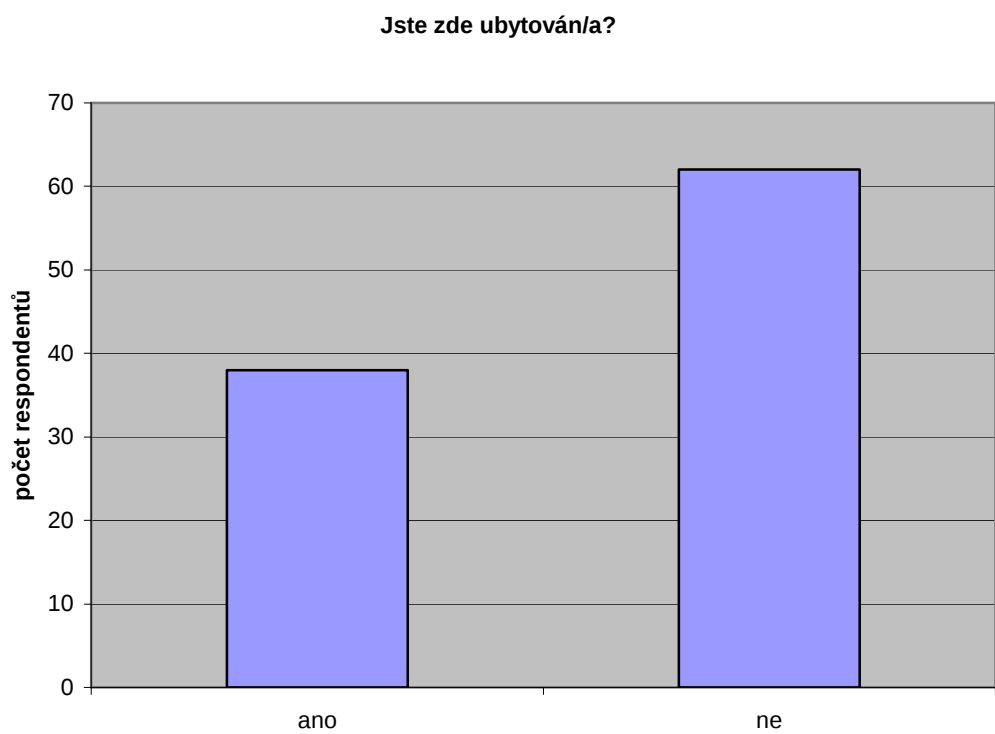
Hodláte ještě v průběhu návštěvy využít služeb TIC?



graf 9



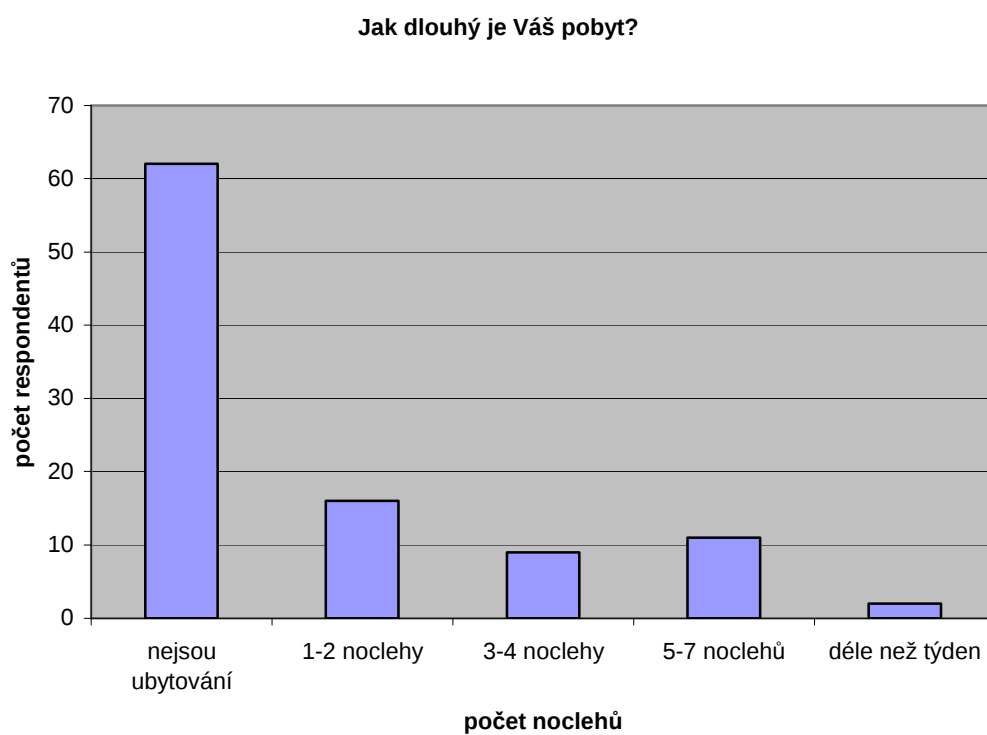
graf 10



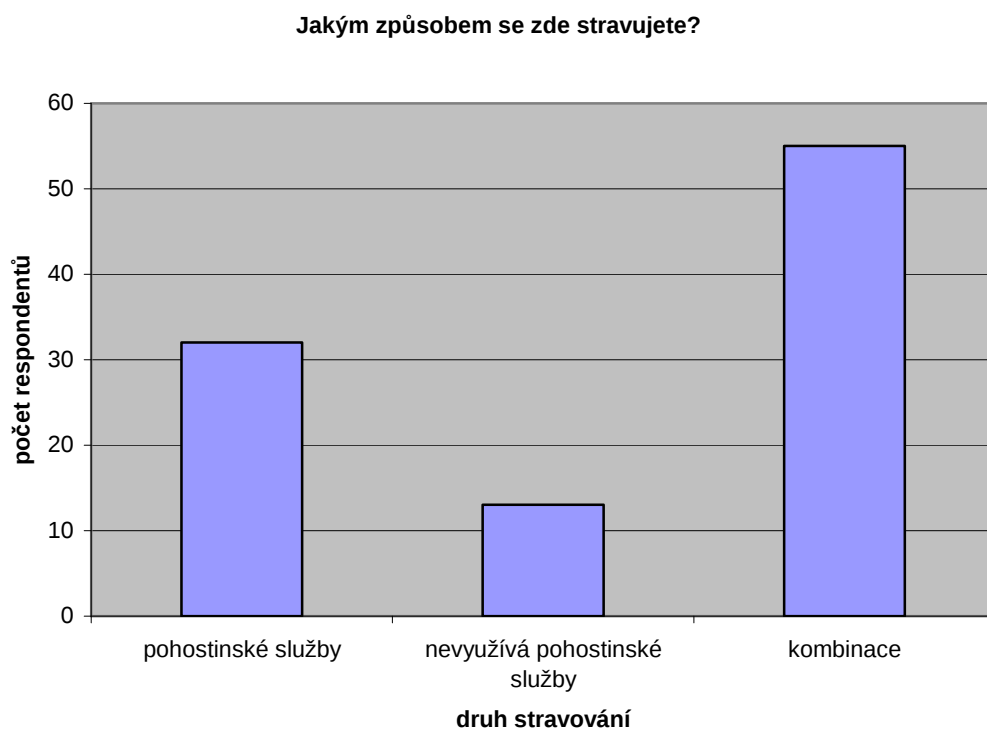
graf 11



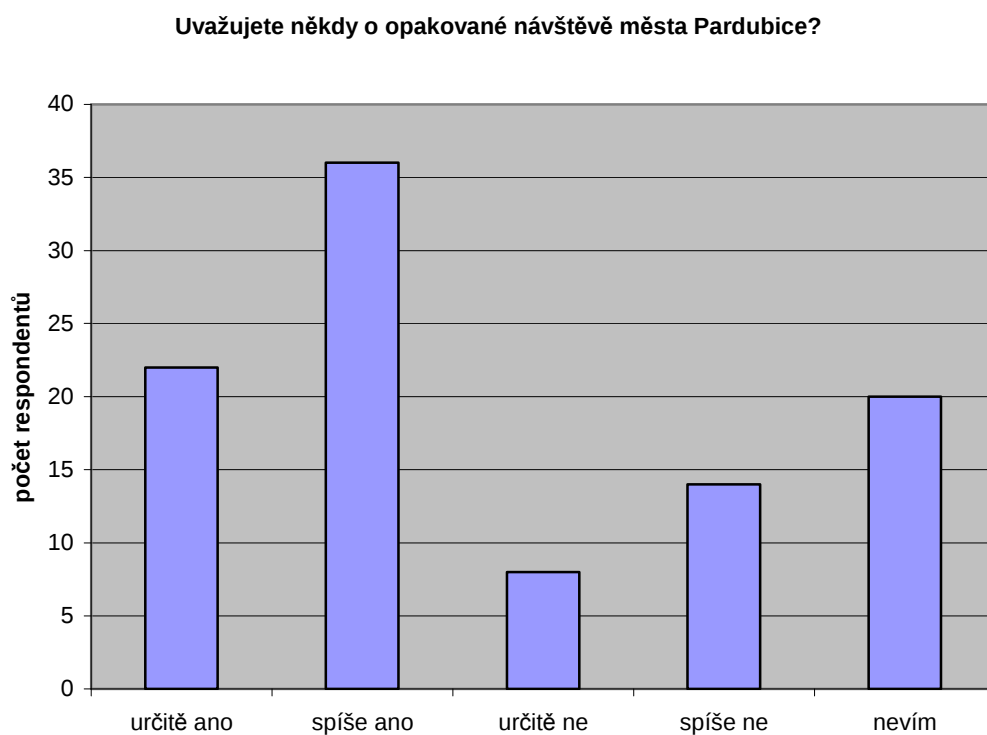
graf 12



graf 13

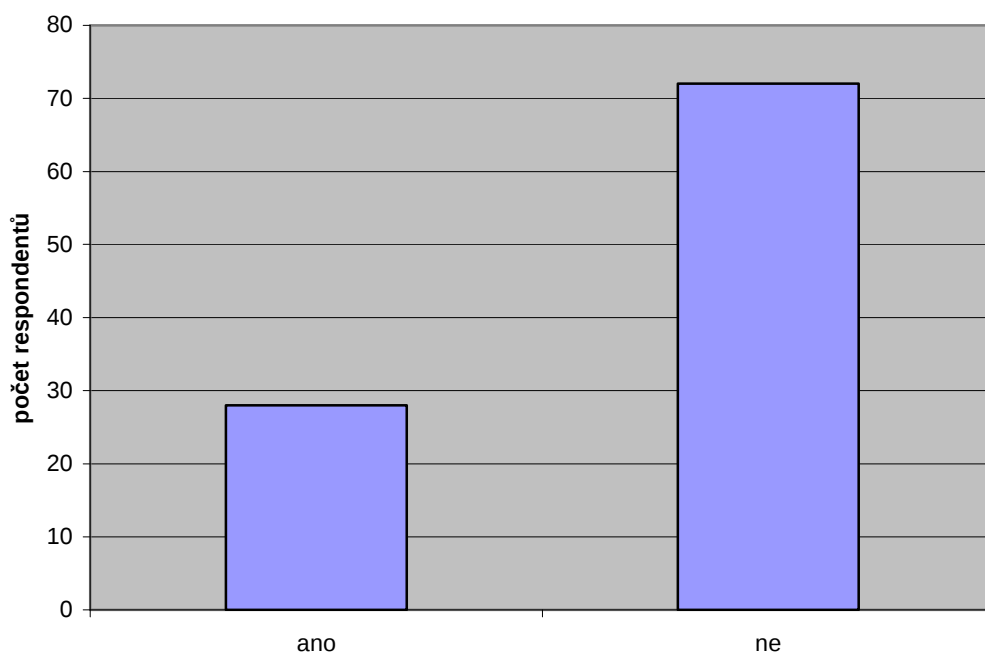


graf 14



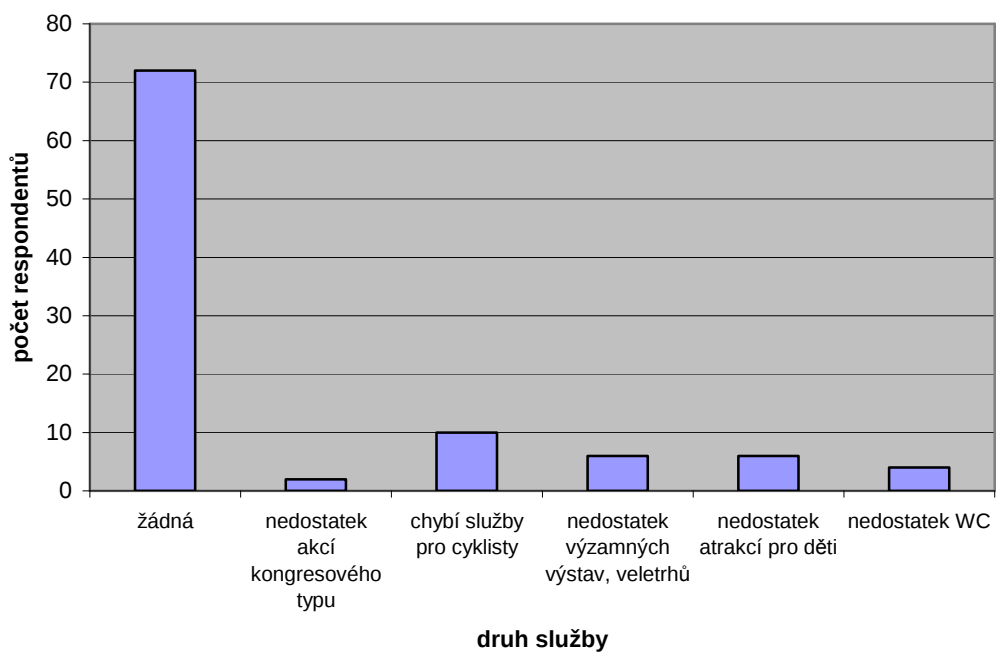
graf 15

Vyskytla se nějaká služba, kterou zde postrádáte?

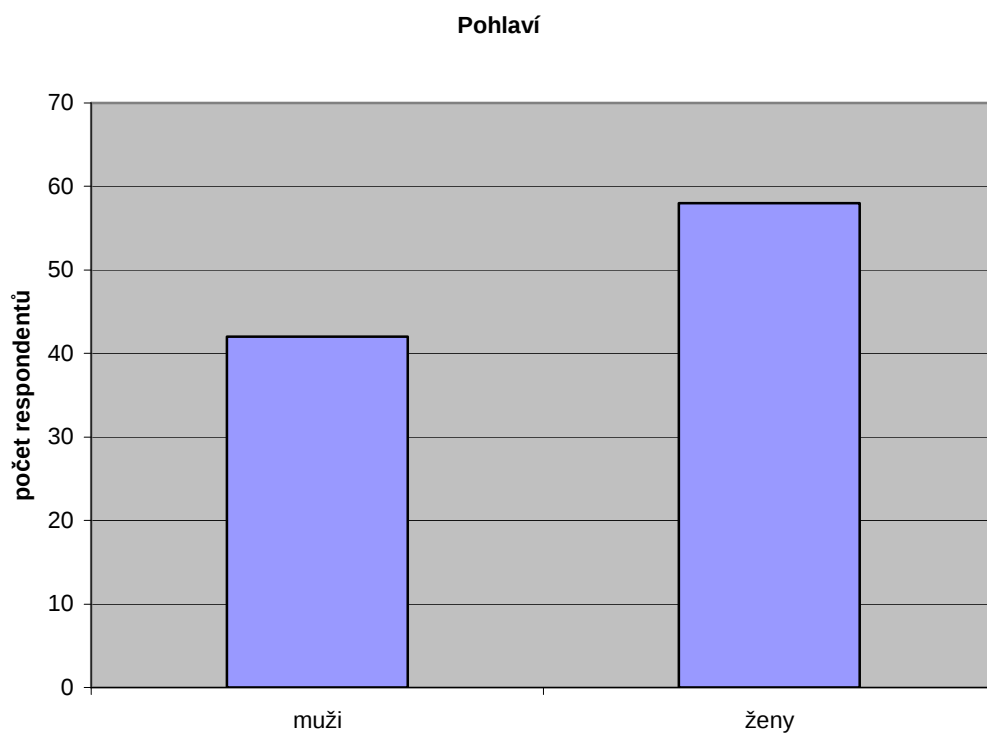


graf 16

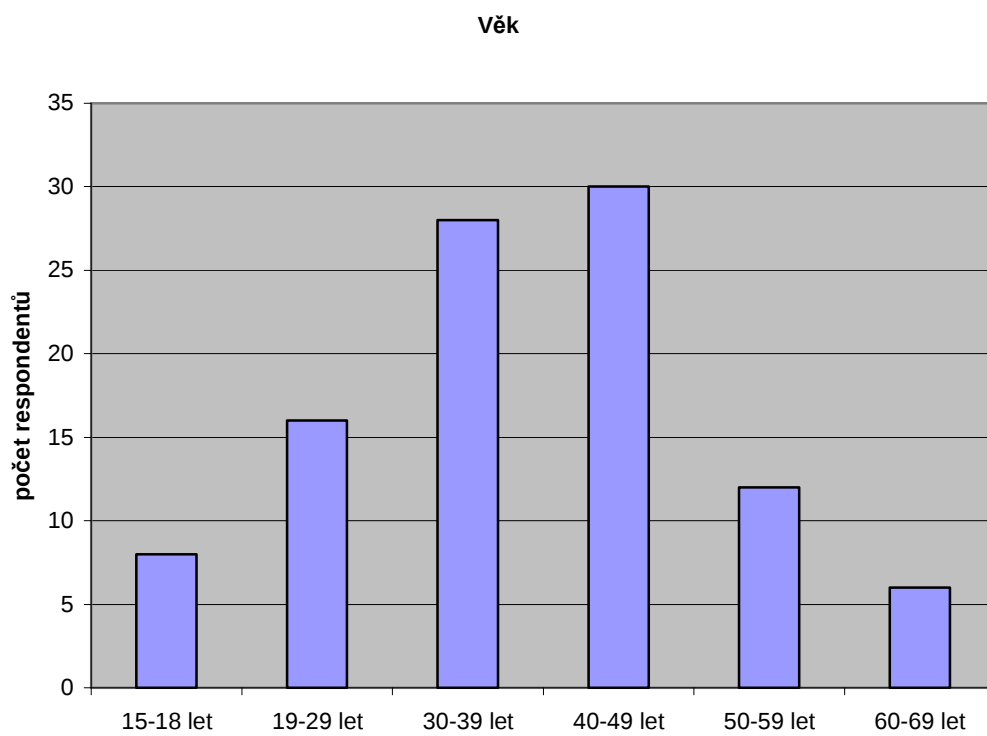
Jakou službu postrádáte?



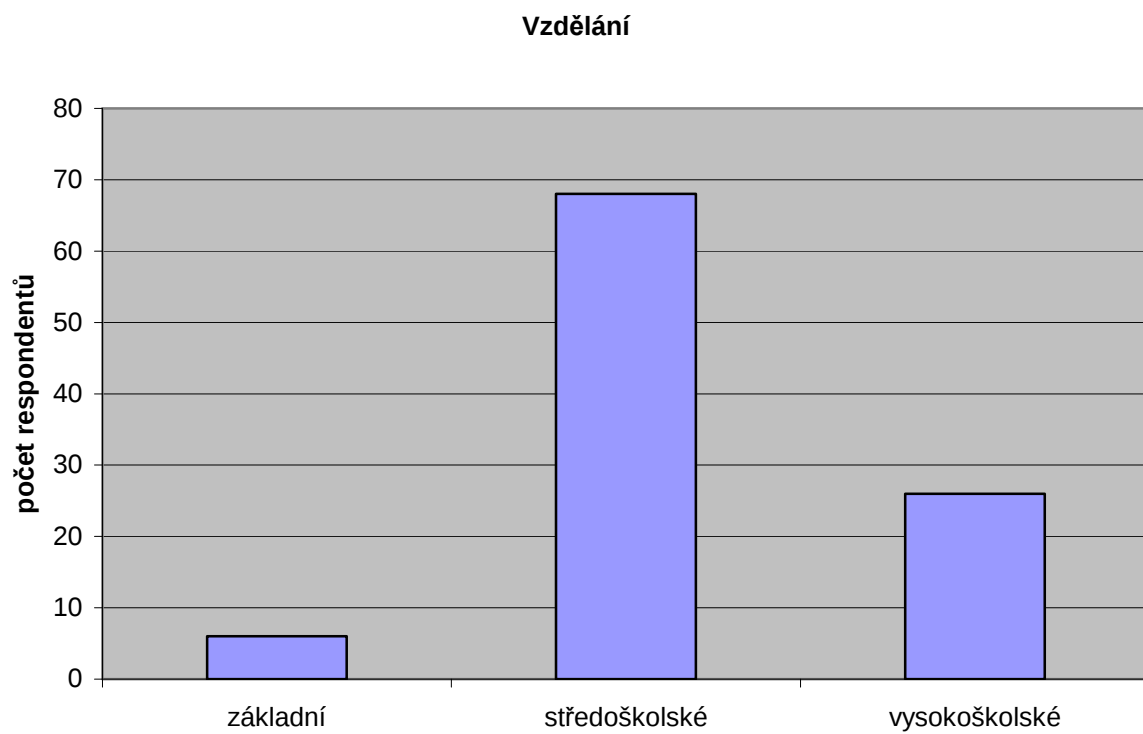
graf 17



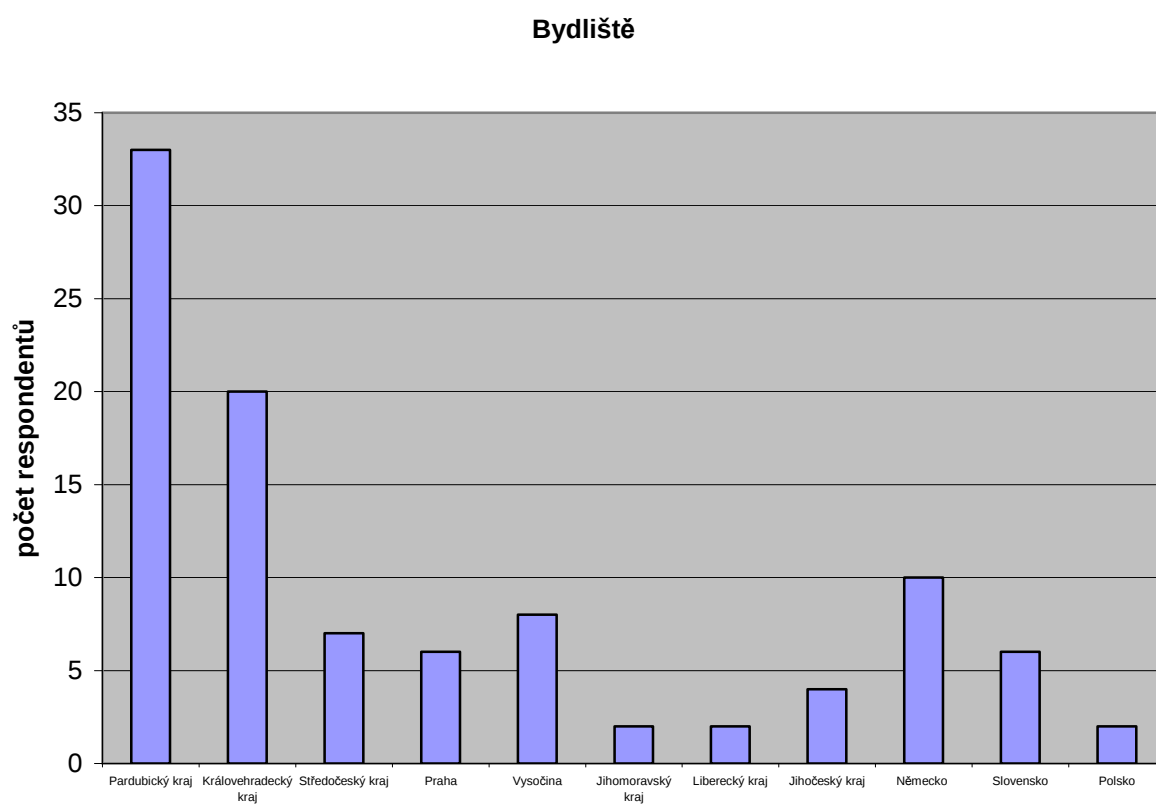
graf 18



graf 19



graf 20



graf 21

Příloha 7

Návrh naučné stezky po kulturně – historických památkách Pardubic

Trasa: náměstí Republiky: obchodní centrum Grand – Východočeské divadlo – palác Hybských - kostel sv. Bartoloměje – Zelená brána – **Pernštýnské náměstí:** dům č. 11- dům U Jonáše – radnice – Bartolomějská ulice – **Staré město** – Wernerovo nábřeží – Příhrádek – Pardubický zámek – Pardubický Norimberk

Mapa:



vysvětlivky:

- | | |
|-----------------------|-------------------------|
| 1 – náměstí Republiky | 5 - Pernštýnské náměstí |
| 2 – náměstí Republiky | 6 – Příhrádek |
| 3 – Zelená brána | 7 – Zámek - nádvoří |

Historie Pardubic

Nejstarší dochovaná písemná zmínka o Pardubicích pochází z konce 13. století, městem se staly někdy kolem roku 1340. Tehdy náležely rodu pánů z Pardubic, jehož nejvýznamnější postavou byl Arnošt z Pardubic, první pražský arcibiskup, rádce a přítel císaře Karla IV., význačná evropská osobnost té doby. O dvě stě let později se v Čechách vžilo úsloví "Skví se jako Pardubice", které nebylo v žádném případě přehnané. O tom nakonec každého dodnes nejlépe přesvědčí procházka historickou částí města, která se svým zámekem, podzámčím a náměstím obklopeným malebnými uličkami patří ke světovým unikátům. Neexistuje příliš mnoho takto dochovaných ukázek dovedností a schopností našich předků. O středověký rozkvět Pardubic se zasloužil rod pánů z Pernštejna. Vilém, který město s okolním panstvím koupil koncem 15. století, přestavěl zdejší vodní hrad na pozdně gotickou rezidenci a jeho synové Vojtěch a Jan pak pokračovali v přebudovávání již v renesančním duchu. Dnes představuje pardubický zámecký komplex s opevněním jeden z mála unikátních přechodů mezi hradem a zámekem, které se na světě dochovaly. Vilém z Pernštejna rovněž rozhodl o půdorysu a jednotném stylu města, který se zachoval do současnosti. Na historickém pardubickém náměstí se dosud nacházejí pozdně gotické a renesanční domy, které organicky doplňují stavby z pozdějších období. Poté, co pardubické panství roku 1560 přešlo z pernštejnských rukou do majetku královské komory, význam i věhlas Pardubic začal upadat, i když zde při občasných návštěvách vítali i panovníky a do 18. století bylo město rovněž významnou pevností. Na druhé straně je však často sužovaly války a nemoci a přísné cechovní předpisy omezovaly rozkvět podnikání. Mohutné opevnění však nakonec vzalo za své s postupným rozvojem města podmíněným železnou dráhou, jejímž hlavním projektantem byl pardubický občan Jan Perner. Původní trasa z Pardubic do Olomouce nebo do Prahy z roku 1845 se začala záhy rozrůstat do dalších směrů a předznamenala postavení Pardubic jako významného dopravního uzlu, v čemž hrála důležitou roli i výhodná poloha města v samém středu Čech. Krátce po zřízení železnice se v Pardubicích začal rozvíjet průmysl. Vznikly zde významné podniky jako „Fantovy závody“ (dnes rafinerie Paramo) nebo „Prokop a synové“ (později Továrna mlýnských strojů), které předznamenaly celkový rozvoj pardubického průmyslu, především strojírenského a potravinářského. Počátek 20.

století je v Pardubicích spojen především s Janem Kašparem, průkopníkem české aviatiky, který v roce 1911 uskutečnil první dálkový let z Pardubic do Prahy.

Seznam památek

1. Obchodní centrum

adresa: náměstí Republiky



Do roku 1914 zde stával hostinec zvaný Hotel Kotel. Novostavbu hotelu postavil pardubický stavitel V.L.Hořeňovský podle plánů arch. Josefa Gočára. Pro veřejnost otevřen u příležitosti sportovní výstavy roku 1931.

2. Východočeské divadlo

adresa: U Divadla 50

telefon: 466 616 411

email: vcd@vcd.cz



Východočeské divadlo bylo postaveno v secesním slohu v letech 1906 až 1909. Projekt A.Balšánka. Požár v roce 1931. V letech 1925-26 rozšířeno známou vídeňskou firmou Fellner a Helmer. Socha Genia - dílo B.Kafky. Mozaiky vedle vchodu (Libušin soud, Žižka před Prahou) od F.Urbana.

3. Palác Hybských

adresa: náměstí Republiky

Po zasypaní příkopů definitivně zanikla podstatná část opevnění Pardubic. Již v roce 1898



vyrostl na nároží třídy Míru a budoucího náměstí palác Hybských (dům čp. 56-57) ve stylu eklektického historismu. Dílo místního stavitele J.Krudence.

4. Kostel sv. Bartoloměje

adresa: náměstí Republiky



Arciděkanství kostel sv. Bartoloměje dal postavit počátkem 16. století Vilém z Pernštejna. Novostavba pozdně gotického kostela měla sloužit jako chrám pro klášter řádu minoritů, který Vilém z Pernštejna před rokem 1514 v Pardubicích založil, a jako pohřebiště pro českou větev rodu pánů z Pernštejna. V roce 1532 převzal bartolomějský kostel definitivně roli hlavního farního kostela, zůstala zachována jeho pohřební funkce.

Dominantu presbyteria chrámu dodnes tvoří mohutná pískovcová tumba, zakrytá mramorovým náhrobním kamenem s postavou Vojtěcha z Pernštejna (+1534) v životní velikosti. V roce 1912 získal objekt na západní straně bohatě zdobenou přístavbu, realizovanou architektem Dvořákem. Dochovaná původní dispozice a malířská výzdoba řadí tento kostel k unikátním dokladům o podobě chrámového prostoru v 16. století. ZVONICE Zvonice stojí mezi kostelem a bankou. Je připomínána r.1532, vznikla pravděpodobně na starším kamenném klenutém přízemí. Do současné podoby přestavěna r.1930 podle projektu K.Pecánka v roce 1930 s památníkem padlých od F.Zusky.

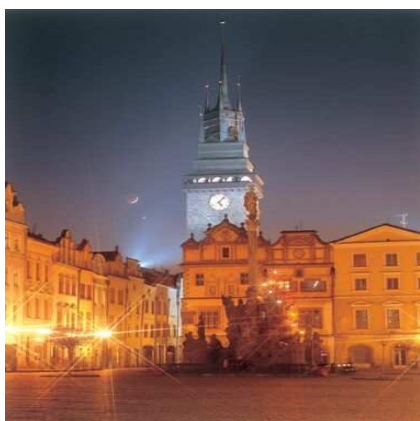
5. Zelená brána

otevřeno: denně kromě pondělí 10-18 hod.

sezona pouze květen – říjen, vstupné 10-15 Kč podle věku

telefon: 466 681 195

Zelená brána představuje dominantu městské památkové rezervace. Svou charakteristickou věž s měděnou střechou získala po velkém požáru města v roce 1538. Jako "Zelená brána" je výslovně zmíněna poprvé roku 1547. Dnes je objekt tvořen vstupní renesanční branou,



na jejíž průčelí dali pardubičtí radní v roce 1903 umístit reliéf dle návrhu Mikoláše Alše. Zpodobňuje erbovní pověst pánů z Pardubic, jejichž erb užívají Pardubice jako městský znak. Za vstupní branou se vypíná více než 60 m vysoká věž, která současnou podobu získala

mezi lety 1910 - 1912. Věž je v sezóně přístupná a skýtá krásný výhled na městskou památkovou rezervaci a zámek, i na široké okolí včetně hradu Kunětická hora. V prostorách předbraní je instalována výstavka připomínající historii Zelené brány a některých dalších objektů Městské památkové rezervace. Kromě archiválií včetně map, plánů města a historických fotografií si zde můžete prohlédnout i sádrové modely Zelené brány a kostela sv. Bartoloměje.

6. Pernštýnské náměstí



Měšťanské domy na malebném náměstí a v přilehlých uličkách nesou stopy honosné pozdně gotické výstavby z počátku 16. století v podobě kamenných ostění a portálů a zvláště zbytků malovaných nik v atikových štítech nad původně jednopatrovými domy. Raná renesance zanechala své svědectví na typických obloučkových štítech domů, přestavěných tehdy na dvoupatrové, jakož i ve zbytcích maleb na několika domovních fasádách a především v četných terakotových ostěních. Většina domů ovšem dostala vnější výzdobu při úpravách v době baroka, rokoka, klasicismu, empíru a později. Mezi nimi vyniká proslulá fasáda domu U Jonáše z konce 18. století. Pardubická radnice je historizující přestavbou starších domů, pocházející z let 1892 až 1894. Morový sloup se sochou Panny Marie z roku 1695 ozdobil v roce 1775 Jakub Teplý nákladnou pískovcovou balustrádou, do níž vkomponoval vedle heraldické výzdoby a symbolů českého lva i postavy domácích světců.

7. Dům čp. 11

adresa: Pernštýnské nám. 11



Domy v Pernštýnské ulici jsou pozdně gotické s častými renesančními a barokními přestavbami a štíty. Význačné místo v zástavbě zaujímají domy čp. 11 a 13 s rozsáhlým souborem pozdně gotických maleb, vytvořených před rokem 1515. Mají světský i náboženský obsah.

8. Dům U Jonáše

adresa: Pernštýnské nám. 50

otevřeno: denně kromě pondělí 10-18 h.

telefon: 466 510 003

email: vcg@vcg.cz



Nejobdivovanější barokní památkou Pardubic je dům čp. 50 na východní straně Pernštýnského náměstí, nazývaný "U Jonáše". V přízemí se dochovala cenná sklípková klenba z počátku 16. století. Průčelí domu zdobí rozměrný plastický reliéf, jehož dominantu tvoří postava biblického proroka Jonáše v tlamě velryby. Autorství tohoto uměleckého díla je přisuzováno místnímu sochaři a řezbáři Jakubovi Teplému, který byl též autorem

výzdoby několika dalších domů. V současné době zde najdete expozice Východočeské galerie.

9. Radnice

adresa: Pernštýnské náměstí 1

Stavba nové radnice v letech 1892 - 1894 znamenala největší zásah do původního raně



novověkého jádra města. Na místě staré radnice a dalších tří zbořených domů na severní straně náměstí vznikl rozlehlý novorenesanční radniční komplex, zbudovaný dle návrhu architekta Jana Wejrycha. Průčelí zdobí medailony, které zpodobňují české krále. Mezi okny 2. patra jsou fresky s alegoriemi ctností. Na zadním průčelí vynikají sgrafita podle návrhu Mikoláše Alše, představující tanec, recitaci, hudbu a kultus města

Pardubic. Socha rytíře, která zdobí štít radnice, byla vytvořena podle postavy Vojtěcha z Pernštejna na náhrobku v kostele svatého Bartoloměje. Vzácné návštěvy jsou přijímány v historickém sále s kazetovým stropem a alegorickými obrazy, hudební sál s balkonem slouží kulturním a společenským akcím.

10. Bartolomějská ulice

Bartolomějská ulice začíná na severozápadní straně Pernštýnského náměstí a ústí z kostelem sv.Bartoloměje, na Wernerově nábřeží. Domy stojí na úzkých, protáhlých parcelách jejichž a mají pozdně gotický původ. Průčelí dostala svoji podobu až v první třetině 19.století. Na domě čp.90 byly pod omítkou objeveny části pozdně gotického štítu s malovanými výklenky. Ulici uzavírala budova masných krámů (před kostelní zdí), dnes již zbořená. Prvá jatka a prodej masa zde byl již roku 1507.



11. Wernerovo nábřeží

adresa: Staré město



Cennou renesanční architekturou je dům čp.97 s obloučkovým štítem a malovaným pásem květinové výzdoby vytvořeným po roce 1538. Klasicistní fasády pocházejí z první třetiny minulého století. Zachovaná část Strúhy (Císařského náhonu) je jedním z posledních dokladů pozdně gotického vodního systému ve městě. Tento kanál existoval již před rokem 1501 a vedl z Chrudimky přes město dnešní Sukovou třídou do Labe.

12. Příhrádek

adresa: Staré město

Spojnicí mezi městem a zámek tvoří Zámecká ulice. Je oddělena Příhrádkem. Z domů, jež byly upraveny v klasicistním slohu době kolem roku 1800 a v první třetině 19.stol. se



zachovala původní pozdně gotická a renesanční jádra, ale také výzdoba průčelí s malovanými výklenky nebo kamenná ostění. Uzavřený prostor Příhrádku obklopily

budovy, které sloužily jako sklady, kanceláře panských úředníků, vězení a byty. Sýpka za branou je barokní z druhé poloviny 18.století. KAŠNA Kašna uprostřed náměstí je klasicistní z první třetiny 19.století. Na renesančním domě se zachovalou obloučkovou atikou je pamětní deska připomínající spisovatele a prvního ředitele vyšší reálné školy J.V.Jahna, pardubického rodáka. Příhrádek chránila věžová brána s padací mříží.

13. Pardubický zámek

adresa: Zámek 2

otevřeno denně mimo pondělí 10-18 hod.

telefon: 466 799 240

email: vcm@vcm.cz

Stavební úpravy provedli v druhé polovině 16.stol. italský stavitel Oldřich Avostalis de Sala a v 18.stol. zbarokizování architekt František Maxmilián Kaňka. Do roku 1560 byl



zámek sídlem vrchnosti (Páni z Pernštejna), po tomto roce pak na dlouhou dobu centrem správy královského komorního panství; dočasně byl na zámku útulek vysloužilých důstojníků. Po vzniku Československa, roku 1920, koupil zámek od původního majitele barona Richarda Drasche z Wartimberka Muzejní spolek, který zámek spravoval do roku 1952. Do počátku minulého století byl zámek obehnan širokým vodním příkopem,

obtékajícím mohutné hliněné valy se zdmi a dělostřeleckými rondely. Vstupné: 40,- plné, 20,- snížené Expozice 10,- plné, 5,- snížené Výstava 8,- plné, 4,- snížené Sleva na rodinné vstupné: dva dospělí s dětmi - platí jen dospělí a 2 děti zdarma, každé další dítě poloviční vstupné. Vstup zdarma pro děti do 7 let a invalidy (držitele průkazů ZTP).

14. Pardubický Norimberk

adresa: podzámčí

Pohled na zadní fasády domů v Kostelní a Zámecké ulici je nazýván pohledem na Pardubický Norimberk. Jde o původní gotické domy s pozdějšími úpravami.

