

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu, pracoviště Tábor

Studijní program: 6208 B Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodně podnikatelský obor



Produkt cestovního ruchu v turistickém informačním centru Pelhřimov

Vedoucí bakalářské práce

Ing. arch. Martin Jirovský, Ph. D.

Autor

Petra Jirů

2007

Prohlášení

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

V Pelhřimově 20.4. 2007

Petra Jírů

Poděkování

Děkuji vedoucímu bakalářské práce Ing. arch. Martinu Jirovskému, Ph. D. za odbornou pomoc a vedení při zpracování této bakalářské práce. Rovněž bych chtěla poděkovat vedoucí oddělení kultury a informací v Pelhřimově paní Vlastě Vlčkové za poskytnuté údaje bez nichž by moje práce nemohla vzniknout.

OBSAH

1	ÚVOD A CÍL PRÁCE	8
1.1	Úvod do problematiky	8
1.2	Cíl práce	8
2	Literární rešerše	9
3	Metodika	12
3.1	Sběr dat a informací	12
3.2	Analýza zkoumané destinace	12
3.3	Terénní výzkum	12
3.4	Určení problémů a návrh řešení	13
4	Vlastní práce	14
4.1	Situační analýza	14
4.1.1	Popis kraje Vysočina, vybraného regionu a centra regionu – Pelhřimov	14
4.1.1.1	Popis a charakteristika kraje Vysočina	14
4.1.1.2	Popis a charakteristika regionu Pelhřimov	15
4.1.1.3	Vznik a vývoj města Pelhřimov	15
4.1.2	Přehled historických cílů na Pelhřimovsku	16
4.1.3	Analýza společenských cílů	17
4.1.3.1	Analýza návštěvnosti Městského divadla	17
4.1.3.2	Analýza návštěvnosti Kulturního domu Máj	18
4.1.3.3	Analýza návštěvnosti kina Vesmír	19
4.1.4	Přehled turistických cílů na Pelhřimovsku	19
4.1.4.1	Analýza Muzea rekordů a kuriozit (18)	20
4.1.4.2	Analýza Muzea strašidel (22)	21
4.1.4.3	Analýza Muzea Vysočiny Pelhřimov (21)	22
4.1.4.4	Analýza vyhlídkové věže kostela sv. Bartoloměje (22)	24
4.1.4.5	Analýza Galerie M (22)	25
4.1.4.6	Analýza Síně Lipských (22)	26
4.1.4.7	Analýza Výstavní síně v kostele sv. Víta (22)	27
4.1.5	Přehled přírodních cílů na Pelhřimovsku	28
4.1.5.1	Naučná stezka – Městské sady	28
4.1.5.2	Křemešník – naučná stezka	29
4.1.6	Přehled turistických atraktivit na Křemešníku	29
4.1.6.1.1	Přehled přírodních krás, historických památek a zábavných atraktivit na Křemešníku	29
4.1.6.2	Analýza hotelu Křemešník	30
4.2	Analýza TIC v Pelhřimově	34
4.2.1	Analýza silných a slabých stránek TIC v Pelhřimově	34
4.2.2	Průzkum formou osobního dotazování u zaměstnanců TIC	35
4.3	Analýza poptávky po produktech TIC	37
4.3.1	Dotazníkové šetření poptávky	37
4.3.1.1	Výsledky dotazníkového šetření z dotazníku pro žáky základních škol	37
4.3.1.2	Výsledky dotazníkového šetření z dotazníku pro střední školy	38
4.3.1.3	Výsledky dotazníkového šetření z dotazníku pro místní obyvatele města Pelhřimov	39
4.3.1.4	Výsledky dotazníkového šetření z dotazníku pro návštěvníky regionu	40
4.4	Marketingový plán (9)	42
5	Návrhová část (9)	48
5.1	Produkt č. 1 - „Víkend s rodinou na Křemešníku“	48

5.2	Produkt č.2 - „Aktivně strávený týden v Pelhřimově“ (9)	52
5.3	Návrhy a doporučení muzeím (9).....	56
5.3.1	Marketingové možnosti muzea.....	56
6	Závěr	59
7	Summary	61
8	Seznam použité literatury	62
9	Seznam příloh	64

1 ÚVOD A CÍL PRÁCE

V úvodní části je třeba uvést, co bylo důvodem výběru téma „Produkt cestovního ruchu v turistickém informačním centru Pelhřimov“.

Odpověď je jednoznačná - Pelhřimov je město s překrásným historickým jádrem, ukrývající se v údolí podél břehů říčky Bělé, dosud však historicky a návštěvníky nedocenené.⁽¹⁰⁾ Region Pelhřimova v sobě skrývá obrovský dosud neobjevený potenciál pro růst návštěvnosti v řadě kulturních, historických a přírodních zajímavostí. Vytvořit z města Pelhřimov turistickou destinaci bude však ještě vyžadovat mnoho úsilí, na druhé straně to bude znamenat přínos finančních prostředků pro další rozvoj města a to nejen do oblasti cestovního ruchu.

1.1 Úvod do problematiky

Město Pelhřimov nabízí rozsáhlou škálu historických pamětihodností, kulturních zařízení, společenských atrakcí a v neposlední řadě přírodních zajímavostí. Těžit může město ze své historie a z mnoha možností kulturního, sportovního i společenského využití.

Přesto však návštěvnost jednotlivých kulturních, historických a společenských míst v Pelhřimově není příliš vysoká.

Klíčové otázky práce:

Je tedy možné zvýšit návštěvnost Pelhřimova?

Odpovídá nabídka produktů TIC poptávce? Je třeba nabídku TIC rozšířit či změnit?

Skrývá město potenciál pro využití různých druhů a forem cestovního ruchu?

Tato problematika bude v této práci popsána, analyzována, objasněna a v neposlední řadě řešena, budou dány doporučení a návrhy, jakým způsobem zlepšit stávající situaci a zda je vůbec možné dosáhnout zlepšení a zvýšení návštěvnosti ve zvolené destinaci.

1.2 Cíl práce

Hlavním cílem mé práce je analyzovat nejdůležitější přírodní a společenské turistické cíle na Pelhřimovsku. Zhodnotit význam města Pelhřimov jako centra regionu a oblast spadající do pelhřimovského regionu pro rozvoj cestovního ruchu, zaměřit se na historii města a jeho současný stav se všemi atraktivitami vhodnými pro turisty.

Dalším, dílčím cílem bude provést výzkum nabídky a poptávky po produktech turistického informačního centra v Pelhřimově a na základě zjištěných skutečností se pokusit o vytvoření zcela nového produktu podle aktuální nabídky, nebo některý z aktuálních produktů informačního centra více rozšířit a upravit tak, aby odpovídal aktuální poptávce návštěvníků Pelhřimovska.

2 Literární rešerše

Obecné teze:

Cestovní ruch je významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáváním a naplněním vlastních snů z příjemné dovolené. Je součástí spotřeby a způsobu života obyvatel zejména ekonomicky vyspělých zemí. Ve světovém měřítku patří vedle obchodu s ropou a automobilovým průmyslem ke třem největším exportním odvětvím.

(Hesková M. a kol., 2006: 9)

Je nepochybné, že cestovní ruch přispívá k rozvoji místa (vytváří pracovní a podnikatelské příležitosti, přináší potřebné zejména zahraniční investice, zvyšuje životní úroveň). Na druhé straně však také vyžaduje určitou úroveň služeb, zejména pro volný čas. Neobejde se bez kvalitních ubytovacích a stravovacích zařízení, bez potřebné infrastruktury (komunikace, dopravní dostupnost). Představuje i určité sociální a ekologické hrozby. A právě koordinaci místních aktivit, v iniciování podpůrných projektů i v preventivní ochraně podmínek života spatřujeme základní přínos a úlohu místní veřejné správy a samosprávy.

(Foret M. a Floretová V., 2001: 10)

Chceme vytvořit nová pracovní místa, zajistit prosperitu již existujícím institucím, které působí v daném území v oblasti cestovního ruchu, chceme oslovit potenciální investory, chceme zaujmout nové návštěvníky? Jdeme s souladu se světovými trendy?

Mnoho našich měst a obcí se v poslední době jako tonoucí chytá myšlenky, že cestovní ruch, orientovaný na bohaté zahraniční klienty, pomůže vytvořit podmínky pro vznik chybějících pracovních míst, naplnit pokladny hoteliérů a zprostředkovatelů cestovního ruchu. Málokdo si však plně uvědomuje, že se to nestane mávnutím kouzelného proutku, že potenciální turisté se nepřihrnou oslovení jedinečným a velkolepým nápadem některé reklamní agentury. Město, které se pokouší uspět v oblasti cestovního ruchu, musí být nejdříve příjemné a pohodlné pro svoje domácí obyvatele a pro návštěvníky z blízkého okolí. Musí umět posilovat partnerství domácích obyvatel a podnikatelů prostřednictvím společně sdílených vizí. Je to práce dlouhodobá a náročná.

(Foret M. , Foretová V., 2001: 25)

Základem každého podnikání je produkt nebo nabídka. Cílem podniku je dosáhnout toho, aby produkty či nabídky odlišil od ostatních a zlepšil způsobem, který přiměje cílový trh, aby je preferoval a dokonce za ně platil i vyšší cenu.

(Kotler P., 2000: 115)

Produktem cestovního ruchu (tourist product) 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 podniky a instituce cestovního ruchu (sekundární nabídka). Z ekonomického hlediska je produkt cestovního ruchu souborem volných statků, služeb, zboží a veřejných statků, které jsou předmětem spotřeby účastníků cestovního ruchu.

(Hesková M. a kol., 2006: 96-97)

V cílovém místě má návštěvník zájem hlavně o informace týkající se objektů cestovního ruchu a služeb. Šíření informovanosti napomáhají **turistické informační kanceláře (TIK – tourist information office)**, jejichž základním posláním je poskytovat komplexní informace o atraktivitách a službách v místě a v regionu včetně propagačních a informačních materiálů. Informace se poskytují osobně, telefonicky, poštou, tištěné informace a prostřednictvím elektronických médií (rádio, televize, internet). Některé turistické informační kanceláře zabezpečují i prodej dopravních cenin, přepravu v cílovém místě a do jeho okolí, organizují turistické vycházky, výlety a zájezdy, poskytují služby místních průvodců, prodávají vstupenky na kulturní a sportovní akce, cestovní literaturu a pohlednice. Často vydávají tištěné informace jako příručku pro turisty, resp. měsíčník jako kalendář akcí v cílovém místě nebo regionu.

Efektivnímu informování návštěvníků jednotlivých cílových míst napomáhá budování jednotného informačního a orientačního systému, který se skládá z informačních tabulí, ze směrovek, map a grafických symbolů rozmístěných na frekventovaných místech.

(Hesková M. a kol., 2006: 108)

Místní informační kanceláře jsou využívány málo, a to jak domácími obyvateli, tak i návštěvníky nebo zájemci z jiných částí České republiky a ze zahraničí. Informační centrum je vizitkou toho, jak jsou organizace a instituce v daném místě schopny spolupracovat na společné prezentaci a propojit nejdůležitější užitečné informace. Bohužel

navíc se zde většinou také nabízejí designérsky naprosto amatérské a kýčovité suvenýry.
(Foret M. a Foretová V., 2001: 42)

Teze vztahující se ke zkoumané destinaci:

Pelhřimovsko, půvabné a turisticky zajímavé území na severní výspě Jihočeského kraje, vytváří přirozené vstupní předhůří Českomoravské vysočiny. Hospodářsky a turisticky řadu let opomíjená oblast se po druhé světové válce začala intenzivně rozvíjet jako by chtěla dohnat ztracený čas. Z chaloupek přitisknutých ke stráním se vystěhovala bída a venkovská města ztratila svou provincialitu.

Četné vodní plochy obklopené neporušenou přírodou hostí na svých březích stále větší počet spokojených rekreantů, kteří přijíždějí nejen za odpočinkem u vody. Pelhřimovsko je bohaté i na historické a kulturní památky, dokumentující pohnuté dějiny této krajiny od dávnověku až k nynější radostné současnosti.

Ne neprávem se nazývá Pelhřimov bránou Vysočiny. Procházíte jí z rybníčnatých jižních Čech, z husitského Tábořska a tím i ze západních Čech. Symbolicky dotvrzují toto přirovnání dvě staré městské pelhřimovské brány. Dnes již dávno nestojí na kraji města, to se rozrostlo do okrajových čtvrtí, dokumentujících hospodářský rozmach tohoto kdysi chudého města.

(Fajt J. a Rothbauer J., 1974: 1)

Pelhřimov a Křemešník patří k sobě od pradávna říci, který nich je proslulejší – zda královské město Pelhřimov nebo poutní místo na Křemešníku, které Pelhřimovští zvelebovali a o ně se starali.

(Nováková E., 1991: 1)

Křemešník výškou 765 m n.m. nejvyšším bodem našeho regionu. Vystupuje nad okolní mírně zvlněný terén, kdysi pokrytý hlubokými lesy na česko-moravském pomezí. Ve středověku se mezi Jihlavou a Křemešníkem těžilo stříbro a od 17. století býval vyhledávaným poutním místem. O tomto romantickém vrchu byla napsána řada básní, váží se k němu i mnohé pověsti. Pravděpodobně nejznámějším dílem o idylickém životě obyvatel na Křemešníku a v jeho okolí je román F. B. Vaňka „Na krásné samotě“.

(Dojavová M., 2004: 7)

3 Metodika

Práce se člení na analytickou část, která obsahuje sběr dat a informací, analýzu zkoumané destinace a terénní výzkum. Další částí práce je syntéza, která obsahuje sumarizace, shrnutí a závěry. Ze syntézy vychází strategická část práce, ve které jsou stanovovány doporučení, záměry a cíle, kterých má být dosaženo.

3.1 Sběr dat a informací

V první fázi je nutné přistoupit k vlastnímu sběru požadovaných údajů a k jejich analýze. Jsou osloveny subjekty působící v oblasti ČR. Jsou navázány kontakty se zaměstnanci turistického informačního centra. Získání svolení k použití zapůjčených materiálů a poskytnutých informací. Studium odborné a regionální literatury, turistických katalogů, propagačních materiálů a využití internetových stránek. Nejprve jsou tedy sbírány údaje sekundární.

3.2 Analýza zkoumané destinace

Stručné vymezení kraje Vysočina a následně regionu Pelhřimov ve třech časových horizontech – dosavadní vývoj, současný stav, odhad možného budoucího vývoje.

Využita je analýza přírodních podmínek oblasti, která určuje polohu regionu a města a popisuje terén z geografického hlediska.

Dále je využita analýza historických, kulturních a přírodních atraktivit a úrovně služeb ČR ve vymezené oblasti.

Nakonec je provedena analýza turistického informačního centra v Pelhřimově. Hlavními výstupy této analýzy jsou popis TIC prostřednictvím analýzy silných a slabých stránek a výzkum nabídky a poptávky po produktech TIC.

Tyto tři analýzy byly nezbytné ke stanovení konečných doporučení, závěrů a cílů.

3.3 Terénní výzkum

V této fázi dochází ke sběru primárních informací formou dotazníkového šetření u návštěvníků, stávajících obyvatel, žáků základní školy a studentů střední školy města Pelhřimov. Následně dochází k dotazníkovému šetření u zaměstnanců TIC a využita je také metoda dotazování formou osobního rozhovoru se zaměstnanci TIC v Pelhřimově. Důležitým krokem celého procesu utváření marketingového plánu je stanovení cíle tohoto výzkumu, jímž je hodnocení spokojenosti návštěvníků s úrovní CR v Pelhřimově.

Vedlejším cílem šetření je pak poznání preferencí návštěvníků, vytvoření profilu návštěvníka a zjištění důvodů pro výběr destinace Pelhřimovska.

3.4 Určení problémů a návrh řešení

Výsledky analýz přírodních podmínek, turistických atraktivit a TIC v Pelhřimově; dotazníkových šetření na úrovni základní školy, střední školy, obyvatel Pelhřimova a návštěvníků regionu jsou převáděny do určitých závěrů. Následně jsou vytvářeny návrhy a doporučení k řešení zkoumaných problémů.

Poté jsou navrhovány nové produkty, které by mohly oslovit vybrané segmenty turistů. Návrh nového produktu je vytvořen na základě již stanovených výsledků šetření, analýz, vazeb na atraktivitu zvolené destinace, možnosti financování, atd.

4 Vlastní práce

4.1 Situační analýza

4.1.1 Popis kraje Vysočina, vybraného regionu a centra regionu – Pelhřimov

Pro vytvoření analýz atraktivit Pelhřimova a získání základních informací o sledované destinaci je nezbytné uvést popis a charakteristiku zvolené destinace.

4.1.1.1 Popis a charakteristika kraje Vysočina

Kraj Vysočina, jehož součástí je město Pelhřimov, leží v samotném srdci Evropy na pomyslné spojnici mezi Prahou a Vídní, na pomezí Čech a Moravy. Název kraje je odvozen od názvu Českomoravské vrchoviny, vyvýšené zvlněné krajiny mezi oběma historickými zeměmi České republiky. Přírodní podmínky rozptýlily obyvatele Vysočiny do více než tisíce sídel, která jsou propojena hustou sítí silnic. Pro Vysočinu jsou charakteristické malé vesnice nepříliš vzdálené od místního centra, kterým bývá klidné malé město s třemi až deseti tisíci obyvatel. Obrazem takového města je i město Pelhřimov. Metropolí kraje Vysočina je město Jihlava, jež má přes padesát tisíc obyvatel. Kraj je umístěn v dopravním i populačním středu země. Vysočinou prochází hlavní dopravní tepna ČR, dálnice D1. Strategická poloha Vysočiny jsem v posledních letech přilákala řadu zahraničních investorů, kteří jsem umisťují nejen výrobní kapacity, ale rovněž výzkumná a vývojová pracoviště. Výhodou Vysočiny je relativně čisté životní prostředí. Je možno říci, že je jakýmsi zdravým ostrovem mezi třemi aglomeracemi – pražskou, brněnskou a vídeňskou. I díky tomu se jako první z krajů stal členem organizace zdravých měst a regionů. Návštěvníci kraje bývají často okouzleni čistou a syrovou přírodou. (20)

Obrázek č. 1 - Kraj Vysočina



Zdroj: Kraj Vysočina

4.1.1.2 Popis a charakteristika regionu Pelhřimov

Pelhřimov leží v západní části Českomoravské vrchoviny. Rozlohou 1290 km² se řadí ke středně velkým okresům České republiky.

Krajina má na celém území vrchoviny až podhorský ráz, průměrná nadmořská výška se pohybuje na rozmezí 550 – 600 m, výšky pod 500 jsou ojedinělé. Část Českomoravské vrchoviny, na které leží Pelhřimov je tvořena z převážné míry Křemešnickou vrchovinou.

Klimatické poměry okresu jsou drsnější s větším množstvím srážek. Podle členění klimatických oblastí ČR patří okres Pelhřimov do oblastí mírně teplých. Níže položené oblasti na severu okresu mají teplejší podnebí než ostatní části okresu. Nejchladnější je Křemešník a okolí.

Největší část okresu je odvodňována řekou Želivkou. Na území okresu je přibližně 1100 rybníků větších než 0,25 ha. Nejstarší údolní nádrž v okrese je tzv. Velká přehrada (Sedlická). Patří k nejstarším údolním nádržím v Čechách.

V porovnání s jinými místy ČR je životní prostředí našeho okresu dobré. Přesto i zde dochází k negativnímu ovlivňování prашným spadem, koncentrací škodlivých látek, hlukem apod.

Velký význam má doprava silniční. Okres Pelhřimov disponuje velmi dobrým dopravním spojením prostřednictvím dálnice D1, která prochází severní částí okresu v délce cca. 20 km. (12)

4.1.1.3 Vznik a vývoj města Pelhřimov

Podle pověsti byl zakladatelem osady Pelhřimov biskup Peregrin (Pelhřim), který se zastavil u studánky „Belky“ v nynější Hrnčířské ulici při své cestě do Říma.

Koncem 13. století máme doloženo, že osada, která vznikla okolo kostela sv. Víta a Hrnčířské ulice, byla městem. V roce 1289 ji však přepadl a téměř zcela vyplnil Vítek z Hluboké.

Po tomto roce došlo k založení nového města pražským biskupem Tobiášem z Bechyně na pravidelném půdoryse, který je dodnes zachován. Až do roku 1415 byl Pelhřimov biskupským městem, které získalo řadu výsad. Roku 1415 se město dostalo do světských rukou Janka z Chotěmi, ale již roku 1422 jej spravují táborští hejtmani. Po porážce husitského hnutí, roku 1437 přešel Pelhřimov do držení Mikuláše Trčky z Lípy.

V roce 1550 se stali novou vrchností Říčanští z Říčan, s nimiž vedlo město dlouholeté spory, které vyústili až ve vykoupení z poddanství roku 1572.

Dne 21. září 1596 byl Pelhřimov majestátem císaře Rudolfa II. Povýšen mezi města královská.

V 16. století došlo k rozmachu obchodu a řemesel, mezi nimiž převládalo soukenictví, tkalcovství, plátenictví a později pekařství a perníkářství.

V době třicetileté války bylo dvakrát město vydrancováno Švédy.

Od 2. poloviny 17. století nastal postupný vzrůst majetku obce, o kterém svědčí četné veřejné stavby. V roce 1766 vypukl největší požár v historii města, který si vyžádal úpravy podstatné části historického jádra, včetně děkanského kostela a bývalého zámku Říčanských.

Od 2. poloviny 19. století se rozvíjel společenský a kulturní život.

V poslední čtvrtině 19. století vznikly v Pelhřimově první průmyslové závody.

Devatenácté a hlavně dvacáté století dalo Pelhřimovu řadu významných osobností (např. medailéra Josefa Šejnostu, historika prof. Josefa Dobiáše a děkana Msgre. Františka Bernarda Vaňka.

V průběhu 20. století přišel Pelhřimov o několik svých dominant, jako byly masné krámy, synagoga nebo barokní špýchar.

I přes tyto ztráty se dnes může starobylé město Pelhřimov pochlubit širokou nabídkou historických a kulturních památek.(3)

Počátky historického vývoje oblasti Pelhřimova jsou umístěny v Příloze č.1.

4.1.2 Přehled historických cílů na Pelhřimovsku

Historii Pelhřimova připomíná nejvýrazněji jeho centrum, vyhlášené za památkovou rezervaci, zejména pak náměstí s renesančními a barokními domy, pod jejichž fasádami lze tušit staré gotické jádro.(11) Historii poutního Pelhřimova však připomíná i mnoho dalších památek, které jsou buď v jiných částech města anebo ve vzdálenějším okolí Pelhřimova. Místem, jež je odedávna nesmazatelně spjato s městem Pelhřimov, je poutní místo Křemešník. I zde můžeme obdivovat řadu historických unikátů, přírodních krás a turistických atrakcí.

Přehled významných historických cílů Pelhřimova:

1. Náměstí – historické domy;
2. Dolní (Jihlavská) brána;
3. Radnice (čp. 1 na náměstí);
4. Dům čp. 3 na náměstí;

5. Fárův dům;
 6. Dům čp. 17;
 7. Zahradní domek v Děkanské zahradě;
 8. Šrejnarovský dům čp. 10;
 9. Východní strana náměstí čp. 79 a 80;
 10. Kašna se sochou sv. Jakuba a studánky;
 11. Horní (Rynárecká) brána;
 12. Zámek pánů z Říčan;
 13. Kostel sv. Víta;
 14. Kaple Pany Marie Sedmibolestné;
 15. Drechselova vila;
 16. Kostel sv. Kříže;
 17. Kostel sv. Barotoloměje;
- a mnoho dalších.

Podrobný popis jednotlivých historických památek je umístěn v Příloze č.2.

4.1.3 Analýza společenských cílů

Přehled společenských cílů Pelhřimova:

1. Městské divadlo;
2. Kino Vesmír;
3. Kulturní dům Máj.

Podrobný popis jednotlivých kulturních zařízení je umístěn v Příloze č.3.

4.1.3.1 Analýza návštěvnosti Městského divadla

V městském divadle převládají hry hrané spolkem pelhřimovských divadelních ochotníků RIEGER. Shlédnutí hry divadelního spolku RIEGER přináší kvalitní a nezapomenutelný zážitek, obecenstvo odchází spokojeno. Kromě pelhřimovských divadelních ochotníků jsou zde uváděny i hry známých českých divadelních společností.

Cena vstupného na představení pro dospělé se pohybovala, dle statistiky návštěvnosti za rok 2006, od 210 do 230 Kč. Cena vstupného na představení pořádaná pro rodiče s dětmi se pohybovala od 40 do 50 Kč. Dále proběhlo v městském divadle několik koncertů, u kterých se ceny vstupného pohybovaly od 50 do 170 Kč. Pravidelně se zde pořádají také akce pro MŠ, ZŠ a SŠ. Ceny vstupného se pohybují od 10 do 30 Kč. Ceny vstupného na

divadelní představení a koncerty uváděné v Městském divadle v Pelhřimově jsou srovnatelné s cenami obdobných divadelních scén.

Představení pro dospělé pravidelně navštěvovalo 200 až 300 návštěvníků a to v průběhu celé sezóny, což svědčí o průběžné vysoké návštěvnosti. Představení pro rodiče s dětmi byly návštěvnicky nevyrovnané, do značné míry hrála svou roli známost uváděné hry. Představení pro MŠ, ZŠ a SŠ navštěvovalo stabilně mezi 200 až 300 dětmi.

Z přehledu návštěvnosti za rok 2006 se dá usuzovat, že i v roce 2007 bude návštěvnost Městského divadla značně vysoká s mírně vzrůstající tendencí.

Statistika návštěvnosti není úplná, řada návštěvníků je pozvána městem z důvodu společných zájmů či jedná-li se o akce dobrovolné, jež jsou zdarma, pak se počet návštěvníků pouze odhaduje.

Tabulky návštěvnosti Městského divadla jsou umístěny v Příloze č.11.

4.1.3.2 Analýza návštěvnosti Kulturního domu Máj

V budově kulturního domu se pořádá celá řada zábavných, kulturních a společenských akcí. Konají se zde divadelní představení, diskotéky, karnevaly, akce pro rodiče s dětmi, koncerty, módní přehlídky, charitativní akce, kurzy tance a společenské výchovy, zábavné akce a v neposlední řadě také plesy.

K posouzení návštěvnosti v kulturním domě Máj bylo využito statistiky návštěvnosti za rok 2006. Akcí pro rodiče s dětmi se účastnilo od 56 do 233 návštěvníků, je však nutno říci, že návštěvnost značně kolísala. Nejnavštěvovanější byly koncerty populárních hudebních skupin a populárních zpěváků, u kterých návštěvnost dosáhla až 342 posluchačů. Naopak nejmenší návštěvnosti dosáhly přednáškové akce. Konaly se zde také koncerty, kde bylo vstupné zdarma a u těchto se návštěvnost pouze odhadovala. Zábavné pořady a plesy, jež zde také proběhly není možné objektivně posoudit, jelikož bylo zpracována pouze statistika vybraných akcí pořádaných městem či s jeho spoluprací v kulturním domě Máj. Na základě osobních rozhovorů s místními respondenty a dotazníkového šetření bylo zjištěno, že návštěvnost v roce 2006 byla velmi vysoká, mnohdy dokonce převyšovala kapacitu kulturního domu.

Tabulky návštěvnosti Kulturního domu Máj jsou umístěny v Příloze č.11.

4.1.3.3 Analýza návštěvnosti kina Vesmír

Na základě statistiky provedené za rok 2006 bylo zjištěno, že v kině Vesmír bylo odehráno celkem 340 filmových představení a přišlo celkem 23 116 diváků. Na jedno představení přišlo do kina v průměru 68 diváků. V porovnání s předchozím rokem 2005 se návštěvnost v roce 2006 zvýšila v průměru na jedno představení o 16 diváků.

Z uvedeného počtu představení bylo:

- 10 pro mateřské školy;
- 14 pro základní školy;
- 11 pro střední školy a učiliště;
- 13 představení Artkina, což jsou filmy pro náročnější diváky;
- 50 představení pro děti.

Mimo tento program v kině proběhly ještě další akce:

- 1 zábavná školní akademie;
- 7 výchovných koncertů pro základní školy;
- 3 výchovné přednášky pro základní školy.

Celkem se v průběhu roku 2006 v kině Vesmír uskutečnilo, i s filmovými představeními, 382 akcí. Rok 2006 byl rokem velmi úspěšným z hlediska návštěvnosti. Dá se tedy předvídat, že i v roce 2007 bude návštěvnost kina zaznamenávat mírný růst. Je třeba přihlídnout k faktu, že návštěvnost bude jistě kolísat podle druhu a kvality promítaných filmů.

Informace o návštěvnosti kina Vesmír v Pelhřimově byly čerpány z Pelhřimovských novin ze dne 23. února 2007. (16)

4.1.4 Přehled turistických cílů na Pelhřimovsku

1. Muzeum rekordů a kuriozit;
2. Muzeum strašidel;
3. Muzeum Vysočiny Pelhřimov;
4. Vyhlídková věž kostela sv. Bartoloměje;
5. Galerie M;
6. Síně Lipských aneb první české MÚZYum;
7. Výstavní síň kostela sv. Víta;
8. Stezka po stavebních slozích;
9. Stezka českou knihou rekordů;

10. Zlaté české ručičky

a mnoho dalších.

Podrobný popis jednotlivých turistických cílů na Pelhřimovsku (vyjma Galerie M) je umístěn v Příloze č. 4.

4.1.4.1 Analýza Muzea rekordů a kuriozit (18)

Muzeum rekordů a kuriozit nepatří pod Kulturní zařízení města Pelhřimov. Je spravováno Agenturou „Dobrý Den“ se sídlem v Pelhřimově. Agentura má právní statut společnosti s ručením omezením.

Webové stránky agentury: www.dobryden.cz

Webové stránky Agentury „Dobrý Den“ jsou velmi obsáhlé. Můžeme zde najít vše od přesných kontaktních adres, jednak agentury a jednak muzea, kromě toho však i informace o samotném městě, o vystavovaných exponátech, o připravovaných akcích, o Festivalu rekordů a kuriozit, ale dokonce i o firemních akcích. To všechno a mnohem více se dá nalézt na velmi precizně a zajímavě udělaných stránkách Agentury „Dobrý Den“.

Otevírací doba:

pondělí – neděle 9.00 – 17.00

Tato otevírací doba je zkonstruována pro hlavní sezónu, mimo sezónu je možno muzeum navštívit kdykoliv po telefonické domluvě.

Zhodnocení otevírací doby: Otevírací doba Muzea není příliš vhodným způsobem zkonstruována. V sezóně by bylo vhodné otevírací dobu protáhnout a zpřístupnit Muzeum i v pozdějších odpoledních hodinách.

Vstupné:

2 – 16 členná skupina: 40,- Kč na osobu; důchodci, studující také 40,-Kč.

Více jak 15 členná skupina: 30 Kč na osobu; děti od 6 do 10 let 20,- Kč.

Zhodnocení vstupného: Výše vstupného není příliš adekvátní k rozsahu expozice.

Z osobního dotazování u zaměstnanců TIC v Pelhřimově jsem zjistila, že zájem o Muzeum rekordů je značný. Informace o muzeu měli zájem získat jak domácí návštěvníci, tak i zahraniční turisté.

4.1.4.2 Analýza Muzea strašidel (22)

Muzeum strašidel je umístěno ve sklepních prostorách domu čp. 17 na Masarykově náměstí, kde je také v přízemí umístěna expozice Galerie M. Vystavené exponáty Muzea strašidel jsou určeny především menším návštěvníkům a skýtají skutečně pěkný zážitek.

Otevírací doba:

V sezóně (od 1.6 – 30.9.)

pondělí – pátek	9.00 – 12.00	12.30 – 17.00
sobota – neděle	10.00 – 12.00	12.30 – 17.00

Zhodnocení otevírací doby: Dnešní zkušenosti získané z několika evropských měst, poukazují nejvíce na nutnost rozšířit otevírací dobu muzeí například v neděli, což přispívá u návštěvníků k vnímání města jako turisticky vstřícného, otevřeného a živého. Dnes se ale také stále častěji diskutuje o zrušení poledních pauz, jež jsou přežitkem z dřívějšího období. Bude tedy třeba zrušit v budoucím období polední pauzy a opět tím přispět ke zvýšení návštěvnosti a přiblížení se návštěvníkům města Pelhřimova. V týdnu by bylo optimální otevírací dobu prodloužit do pozdějších odpoledních hodin z důvodu zvýšení návštěvnosti.

Zhodnocení návštěvnosti: Pokud budeme porovnávat návštěvnost Muzea strašidel s přehledy návštěvnosti získaných z ostatních muzeí v Pelhřimově, pak je možno vysledovat, že návštěvnost v tomto muzeu je jednou z nejvyšších mezi muzei v Pelhřimově. Nejsilnější měsíce jsou červen, červenec a srpen, ve kterých navštívilo muzeum až 5 436 dětí a dospělých. Ovšem i ve zbývajících kalendářních měsících není návštěvnost nevýznamná. Zájmu návštěvníků se těší Muzeum Strašidel po celý rok. Dá se tedy předpokládat, že i v následujícím roce 2007 bude návštěvnost poměrně vysoká.

Přehled návštěvnosti za rok 2006 je umístěn v Příloze č.11.

4.1.4.3 Analýza Muzea Vysočiny Pelhřimov (21)

Muzeum Vysočiny Pelhřimov, příspěvková organizace se nachází v horní části pelhřimovského náměstí, v zámku pánů z Říčan a pozdně renesančním Šrejnarovském domě.

V Muzeu Vysočiny lze navštívit:

- v přízemí výstavní síň;
- v prvním patře stálou expozici věnovanou historii a osobnostem Pelhřimova;
- v prvním patře přednáškový sál s dobrou akustikou;
- ve druhém patře knihovnu a čítárnu Muzea Vysočiny, zpřístupněnou v nedávné době.

Otvírací doba:

leden - březen:

úterý - pátek	9.00 – 12.00 a 13.00 – 16.00
sobota	10.00 – 12.00
neděle	13.00 – 15.00

duben - říjen:

úterý - pátek	9.00 – 12.00 a 13.00 – 17.00
sobota - neděle	10.00 – 12.00 a 13.00 – 17.00

listopad - prosinec:

úterý - pátek	9.00 – 12.00 a 13.00 – 16.00
sobota	10.00 – 12.00
neděle	13.00 – 15.00

Poslední vstup do expozice 30 minut před zavírací dobou.

Zhodnocení otevírací doby: Pro zvýšení návštěvnosti je nezbytné upravit polední pauzy, které jsou příliš dlouhé. V případě Muzea Vysočiny pauza na oběd trvá 1 hodinu, což je skutečně značně dlouhá polední pauza. Pauzy by měly být zkráceny anebo úplně zrušeny především v sezóně od dubna do října. Je to možné vyřešit střídáním zaměstnanců v době polední pauzy. Ke zvýšení návštěvnosti by přispělo také prodloužení otevíracích hodin.

Vstupné:

Děti a důchodci 15,- Kč.

Dospělí 30,- Kč.

Zhodnocení vstupného: Výše vstupného je cenově přijatelná vzhledem k rozsahu expozice muzea v porovnání s ostatními.

Audiovizuální technika využívaná v Muzeu Vysočiny:

2 informační panely: jeden z panelů se věnuje Josefu Šejnostovi, nabízí 5 různých tématických celků a to v pěti různých jazycích (češtině, němčině, angličtině, francouzštině a ruštině). Druhý panel se potom věnuje synu Josefa Šejnosty a to Zdeňku Šejnostovi. Podle mého názoru se jedná o poměrně pěkné moderní zařízení, které dokáže poměrně dobře nahradit přednes průvodce muzea.

audiovizuální paket: je využíván při přednáškách či seminářích pořádaných v přednáškovém sále ve druhém patře Zámku pánů z Říčan. Je vybaven DVD přehrávačem, video přehrávačem, zesilovačem a také promítačkou. Opět se jedná o poměrně nové a zachovalé zařízení, které dokáže zlepšit a usnadnit práci přednášejícího.

Výše uvedená audiovizuální technika v Muzeu Vysočiny slouží výhradně návštěvníkům Muzea a vyjma této techniky se zde nachází technika, jež není přístupná veřejnosti a to počítače, notebooky, kopírky a scanery.

Stávající audiovizuální technické zařízení v Muzeu Vysočiny je plně využíváno. Informační panely mají jednoduché ovládání, a proto jsou často využívány návštěvníky všech věkových kategorií. Audiovizuální paket je snadno přenosný a slouží přednášejícímu ke kvalitnímu výkladu.

Muzeum Vysočiny kromě stálé expozice a výstavní síně a koncertního sálu nabízí také čítárnu, jež se pyšní nádhernými starými publikacemi. Knihy však není možné odnášet z muzea vzhledem k jejich stáří, je však možné studovat je přímo v čítárně. *Podrobné informace o čítárně v Muzeu Vysočiny, ale i o samotném Muzeu Vysočiny je možné najít v Příloze č.4.*

Doporučení vztahující se k čítárně Muzea Vysočiny:

Knihovna a čítárna je zpřístupněna široké veřejnosti již druhým rokem. Návštěva knihovny a čítárny není zpoplatněnou službou, avšak kvůli nedostatečné propagaci je počet čtenářů nízký, od otevření čítárny zde bylo registrováno pouze 50 čtenářů. Zvýšení počtu návštěvníků čítárny by bylo možno dosáhnout prostřednictvím propagace knihovny (např. forma „áčka“, které by bylo umístěno před Muzeum Vysočiny; vhodné by bylo také vytvoření propagačních materiálů).

4.1.4.4 Analýza vyhlídkové věže kostela sv. Bartoloměje (22)

Věž kostela sv. Bartoloměje je velmi oblíbenou turistickou atrakcí města s poměrně značnou návštěvností. Vyhlídková věž je součástí stavby kostela sv. Bartoloměje, jež je situován v pravém horním rohu Masarykova náměstí. Vyhlídková věž patří mezi kulturní zařízení města Pelhřimova.

Otevírací doba:

Od 1. května do 30. září:

pondělí – pátek	9.00 – 12.00	12.30 – 17.00
sobota – neděle	10.00 - 12.00	12.30 – 17.00

Mimo tuto dobu:

Návštěvu lze sjednat individuálně na telefonním čísle: 565 326 924.

Zhodnocení otevírací doby: Otevírací doba je vyhovující.

Cena vstupného se pohybuje od 10 do 15 Kč.

Zhodnocení ceny vstupného: Cena vstupného je částka cenově přijatelná ve srovnání s expozicí, jež vyhlídková věž nabízí.

Zhodnocení návštěvnosti: Největší návštěvnosti bylo dosaženo v měsících od června do srpna. Kdy se návštěvnost pohybovala od 1530 do 2746 turistů, což znamená mírný nárůst oproti předcházejícím rokům. Nejnižší návštěvnost pak byla zaznamenána v měsíci září. Značný podíl na dosažené návštěvnosti mají klimatické podmínky.

Tabulky návštěvnosti vyhlídkové věže kostela sv. Bartoloměje jsou umístěné v Příloze č.11.

4.1.4.5 Analýza Galerie M (22)

Přízemní prostory Galerie M najdeme na Masarykově náměstí v bývalém Purkrabském domě čp. 17. Galerie spadá pod Kulturní zařízení města Pelhřimova. Pravidelně tam probíhají různé druhy vernisáží a výstav.

Otevírací doba:

V sezóně

pondělí – pátek	9.00 – 12.00	12.30 – 17.00
sobota – neděle	10.00 – 12.00	12.30 – 17.00
státní svátky		

Zhodnocení otevírací doby v sezóně: V sezóně by neměly být drženy polední pauzy, tím by bylo možno zvýšit atraktivnost pro turisty. Dále by mělo dojít k prodloužení otevírací doby a je možnost zkrátit otevírací dobu v dopoledních hodinách.

Vstupné: 10 Kč dospělí, 5 Kč děti, studenti, důchodci.

Zhodnocení ceny vstupného: Expozice Galerie M není příliš rozsáhlá, ale přesto nabízí zajímavý zážitek a tak je možné cenu vstupného mírně navýšit a to pro dospělé na 15 Kč a pro děti na 10 Kč.

Zhodnocení návštěvnosti: Ze statistiky návštěvnosti za rok 2006 udělané Kulturním zařízením města Pelhřimov vyplývá, že nejsilnějšími měsíci resp. měsíci s největší návštěvností byly měsíce únor s návštěvností 334 lidí, dále pak červen 172 návštěvníků a také měsíc říjen s návštěvností 102. Lze vypořádat ze sledované návštěvnosti předchozího roku, že počet návštěvníků v jednotlivých měsících značně kolísá. Z toho důvodu nelze na základě statistiky návštěvnosti za rok 2006 predikovat vývoj návštěvnosti v roce 2007, jelikož množství návštěvníků bude do značné míry záviset na druhu pořádané výstavy a zájmu obyvatel na Pelhřimovsku.

Tabulky návštěvnosti Galerie M za rok 2006 jsou umístěny v Příloze č. 11.

4.1.4.6 Analýza Síně Lipských (22)

Muzeum se nachází v horní části pelhřimovského náměstí v domě čp. 10 resp. v tzv. Šrejnarovském domě.

Expozice Síně Lipských je rozdělena do tří částí:

- v první se dozvíte o životě a dílu Lipských;
- ve druhé se dozvíte o filmové tvorbě Lipských;
- ve třetí můžete vstoupit do děje nejznámějších filmů Lipských.

Otevírací doba:

Sezóna od 1.6. – 30.9.

pondělí – pátek	9.00 – 12.00	12.30 – 17.00
sobota – neděle	10.00 – 12.00	12.30 – 17.00

Zhodnocení otevírací doby v sezóně: Otevírací doba není dobře zkoordinována se současnými potřebami návštěvníků. Měla by být prodloužena především v období hlavní sezóny.

Mimo sezónu

pondělí – pátek	9.00 – 12.30	13.00 – 17.00
sobota	9.00 – 12.30	zavřeno
neděle	zavřeno	

Zhodnocení otevírací doby mimo sezónu: Mimo sezónu není třeba provádět změnu otevírací doby, jelikož návštěvnost v tomto období je velmi nízká.

Cena vstupného: pro dospělé 25 Kč a pro děti a důchodce 15 Kč.

Zhodnocení ceny vstupného: Cena vstupného odpovídá rozsahu expozice.

Zhodnocení návštěvnosti: Ze statistiky návštěvnosti vyplývá, že nejsilnějšími měsíci z hlediska návštěvnosti jsou měsíce červenec a srpen defacto období školních prázdnin. Tomu je přizpůsobeno i plánování pomocné síly resp. brigádníků do Síně Lipských. Přes prázdniny je najímána jedna osoba na výpomoc a ve zbytku roku se o Muzeum a návštěvníky Síně Lipských starají zaměstnankyně TIC.

Návrhy a doporučení:

Muzeum je velmi zajímavé, avšak návštěvnost v porovnání k ostatním muzeím v Pelhřimově tomu příliš neodpovídá. Je třeba připravit novou reklamu, která by přitáhla více návštěvníků a stávající expozici inovovat, aby dokázala konkurovat ostatním kulturním zařízením.

Tabulky návštěvnosti Síně Lipských za rok 2006 jsou umístěny v Příloze č. 11.

4.1.4.7 Analýza Výstavní síně v kostele sv. Víta (22)

Po rekonstrukci byla zpřístupněna jedna z nejstarších budov Pelhřimova. Během roku jsou ze pořádány koncerty vážné hudby, v letních měsících zde probíhají výstavy. V objektu s nádhernou akustikou se nacházejí zrestaurované cenné barokní varhany.

Zhodnocení návštěvnosti dle statistiky za rok 2006. V průběhu roku zde probíhají koncerty komorní hudby. Nejnižší návštěvnost se pohybovala kolem 30 posluchačů a nejvyšší návštěvnost se pohybovala kolem 117 posluchačů na jeden koncert. Průměrný počet návštěvníků na jeden koncert se pohybuje kolem 40.

Vstupné je pro studenty a děti 10 Kč, pro všechny ostatní v předprodeji za 60 Kč a na místě za 75 Kč.

Zhodnocení vstupného na koncertní představení: Je možno vypořádat velký cenový rozdíl mezi vstupným pro děti a studenty a pro ostatní návštěvníky. Je nutno samozřejmě vzít v úvahu, že mládež nebude mít tak značný zájem o vážnou hudbu jako dospělí, ale přesto by se cena vstupného pro děti a studenty měla zvýšit cca o 10 Kč, aby došlo na jedné straně ke snížení cenového rozpětí mezi cenou vstupného pro dospělé a cenou

vstupného pro děti a na druhé straně následně tak byly sníženy celkové náklady na provoz výstavní síně.

Výstavy se konaly v roce 2006 od měsíce června do září, kdy v září už pouze tři dny. Nejvyšší návštěvnost byla dosažena v měsíci srpnu a to 364 lidí. V měsíci červenci to bylo 264 návštěvníků.

Cena vstupného na výstavu se pohybuje u dětí a studentů ve výši 10 Kč a u dospělých ve výši 15 Kč.

Zhodnocení vstupného na výstavu: Expozice není příliš rozsáhlá, a proto je cena vstupného optimální.

Tabulky návštěvnosti Výstavní síně kostela sv. Víta za rok 2006 jsou umístěny v Příloze č. 11.

4.1.5 Přehled přírodních cílů na Pelhřimovsku

Stručný přehled přírodních cílů na Pelhřimovsku:

- Městské sady - naučná stezka;
 - Křemešník – naučná stezka;
 - Areál zámeckého parku v Kamenici nad Lipou;
 - Významný strom – letní dub v Proseči – Obořiště;
 - Další památné stromy jsou na okraji obce Červená Řečice, v Čížkově, atd.;
 - Přírodní rezervace Hrachoviště;
 - Národní přírodní památka Jankovský potok;
 - Mnoho studánek a potůčků;
- a mnoho dalšího.

4.1.5.1 Naučná stezka – Městské sady

S rozmanitostí přírodních krás se lze seznámit návštěvou naučné stezky v pelhřimovských Městských sadech, která nenásilně, poutavě a přirozeně v přírodním prostředí přibližuje různorodost a hodnotu krásné a zachovalé přírody na Vysočině. Tento městský park byl

vytvořen pro obyvatele i návštěvníky města a byl osázen velkým množstvím druhů dřevin. *Podrobnější popis naučné stezky po Městských sadech je umístěn v Příloze č. 5.*

4.1.5.2 Křemešník – naučná stezka

Myšlenka o vybudování naučné stezky na Křemešníku není ničím novým. V roce 2001 bylo na Křemešník umístěno 8 ks lavic se stoly, nyní k těmto lavicím a stolům přibývá ještě 10 kmenů se stříškami a texty. Naučná stezka z větší části kopíruje přírodní rezervaci Křemešník. Dvě ze zastavení jsou ještě umístěna u Korců a Stříbrné studánky. Trasa je dlouhá přibližně 3 km a pěšky jí ujdete za 2 hodiny. Její slavnostní otevření proběhlo v září roku 2004. *Podrobnější rozpracování naučné stezky je umístěno v Příloze č. 6.*

4.1.6 Přehled turistických atraktivit na Křemešníku

4.1.6.1.1 Přehled přírodních krás, historických památek a zábavných atraktivit na Křemešníku

1. naučná stezka Křemešník;
 2. studánky (studánka U Buku, Stříbrná studánka, atd...);
 3. kostel Nejsvětější Trojice;
 4. Větrný zámek;
 5. kaplička Nejsvětější Trojice;
 6. poustevna;
 7. rozhledna Pípalka;
 8. sjezdovka s lanovou dráhou;
 9. Křížová cesta;
 10. poutní hotel Křemešník;
- a další.

Podrobný popis jednotlivých atraktivit (vyjma sjezdovky s lanovou dráhou) na Křemešníku je umístěn v Příloze č. 6.

4.1.6.2 Analýza hotelu Křemešník

Současný stav hotelu Křemešník

Poutní hotel Křemešník se nachází v ideálním poklidném prostředí vhodném nejen pro chvíle aktivního odpočinku, ale i pro pořádání firemních školení, kurzů, obchodních jednání i oslav. Hotel je situován v překrásné přírodě západní části kraje Vysočina, 9 km od města Pelhřimov, cca 24 km od dálnice D1 (EXIT Humpolec).

Hotel je kompletně zrekonstruován, s moderním a nadstandardním vybavením. Veškeré interiéry jsou provedeny tak, aby nebyl narušen ráz horského hotelu, respektující přitom zachování požadavku na velmi příjemné a moderní prostředí. Tomuto trendu odpovídají i použité materiály – masivní dřevo v kombinaci s kovem a kamenem. (19)

Otevírací doba hotelu na Křemešníku:

pondělí – čtvrtek	11.00 – 22.00
pátek – sobota	11.00 – 23.00
neděle	11.00 – 22.00

Zhodnocení otevírací doby: Otevírací doba hotelu se mi zdá velmi omezená vzhledem k možnostem hotelu. Otevírací doba od jedenácti hodin není nejvhodnější a to především v zimní sezóně, kdy jsou lidé na sjezdovce již od ranních hodin. Totéž se týká prodloužení otevírací doby do pozdějších hodin a to v týdnu alespoň do 23.00 hodin a o víkendu minimálně do 01.00 hodiny.

Hodnocení jídelního lístku restaurace na Křemešníku

Jídelní lístek je zpracován na formátu A5, je udělán velmi vkusně s bohatou nabídkou jídla a nápojů. Možnost značného výběru jídla (speciality brilantní české i evropské kuchyně), ale i nápojů. Je uspořádán správně, dle gastronomického sledu. Je zde nadstandardní nabídka vín, která je umístěna na konci jídelního lístku – velký výběr především z moravských vín. Cenová relace je srovnatelná s obdobnými gastronomickými zařízeními.

Interiér restaurace

Je velmi pěkný a vkusně zařízený. Samozřejmě zde nechybí klimatizace. Uvnitř restaurace je 66 míst k sezení včetně sezení u baru. Jak už jsem uvedla je zde velký bar a několik

stolů, ať už s větším či menším počtem míst k sezení. Restaurace je doplněna různými železnými sochami a soškami, což vyvolává dojem velmi moderního prostředí. V létě, kdy je pěkné počasí jsou stoly i na venkovní terase, kde je celkem připraveno k sezení 48 míst. (19) Hygienické zázemí restaurace je dobré.

Hodnocení ubytovacího zařízení na Křemešníku

Hotel Křemešník disponuje celkem 15 pokoji. Hotelové pokoje jsou zařízeny vkusným a moderním nábytkem. Jsou zde tři druhy pokojů a to pro běžné hosty (dvoulůžkové pokoje + možnost 8 přistýlek), dále pak pro návštěvníky s nějakým druhem postižení (dvoulůžkové pokoje) a třetí je pokoj pro svatebčany (1 dvoulůžkový pokoj), který se liší od běžných pokojů pouze rozšířenou vybaveností koupelny, kde se nachází vana namísto sprchového koutu. Veškeré pokoje jsou vybaveny TV, minibarem a CD přehrávačem, 10 pokojů je vybaveno SAT. Každý pokoj má vlastní WC a sprchový kout. Cena lůžka včetně snídaně je 555,- Kč - osoba /den. Cena přistýlky včetně snídaně je 255,- Kč. Cena dvoulůžkového pokoje obsazena 1 osobou činí 700,- Kč. (19)

Měla jsem možnost nahlédnout do pokojů křemešnického hotelu a mohu říct, že jsou zařízeny moderně, velmi vkusně a hygienické zázemí (koupelna s WC) je také velmi praktické a dobře umístěné a splňuje tak všechny hygienické požadavky. Cenová relace je poněkud vyšší než je běžné v obdobných ubytovacích zařízeních.

Hodnocení společenských místností v hotelu na Křemešníku – salónku a kamenného sklípku

Další možností, kterou nabízí hotel Křemešník je salónek s kapacitou až pro 50 osob. Byl zbudován pro zajištění společenských akcí jako jsou například rauty, svatební oslavy či narozeninové párty. Salónek je plně vybaven pro uspokojení i těch nejnáročnějších požadavků. K tomuto účelu slouží vlastní bar s obsluhou, sociálním zařízením, samostatným vstupem a venkovní terasou, na které je za příznivého počasí možnost posezení i úpravy pokrmů grilováním. Ve vybavení salonku je samozřejmostí TV (SAT), video, dataprojektor s projekčním plátnem a flipchart. Nechybí zde ani domácí kino a přípojka na internet. (19)

Další součástí hotelu je příjemné soukromé místo k posezení ať už s obchodními přáteli či s rodinnými příslušníky při různých druzích rodinných oslav. Hotel Křemešník nabízí Kamenný sklípek pro 12 osob, který se nachází v samotném nitru hotelu. (19)

Závěrečné hodnocení hotelu:

Můj osobní dojem z hotelu je velmi uspokojivý. Budova zvenčí připomíná horskou chatu spíše než hotel, ale uvnitř skrývá obrovské možnosti zábavy a kulturního vyžití. Hotel má skutečně velký potenciál pro budoucí využití. Restaurace i ubytovací zařízení se řadí na evropskou úroveň a tudíž si mohou získat i návštěvníky přicházející se vzdálených evropských měst a států. Spolu s krajinou a kulturním dědictvím tvořící okolí hotelu je možno zde rozvíjet různé druhy cestovního ruchu (např. kongresový CR, incentivní CR, obchodní CR, poznávací CR, apod.).

Celkové doporučení:

Je nutné zvýšit propagaci hotelu, ať už v médiích či billboardy nebo poutači rozmístěnými po celém regionu Pelhřimovska a také u sjezdu z dálnice D1 (EXIT Humpolec). Rozšíření internetových stránek o rezervační systém (resp. rezervace pokojů a společenských místností). Je třeba vymyslet na Křemešníku doprovodné akce, které tam turisty nalákají a to především akce pro malé děti např. karnevaly, soutěže, atd., pro dospělé by byly vhodné např. různé tematické přednášky či semináře na různá témata (pro zahrádkáře, pro čtenáře, pro běžné občany), ale i obchodní jednání. Když vyjdeme z kontextu, který tvoří hotel s krajinou, nabízí se vybudování půjčovny kol a jiných sportovních pomůcek, což by mohlo přilákat návštěvníky z řad sportovních nadšenců. Dále v zimní sezóně bych se nebránila zřízení půjčovny lyžařského vybavení včetně vybavení pro malé děti, jelikož se v blízkosti nachází sjezdovka s lanovou dráhou.

Nástroje promotion, které by měly být využity v případě realizace některých z výše uvedených doporučení:

- reklama;
- podpora prodeje;
- public relations.

Měla by být využita kombinace jednotlivých nástrojů k ovlivnění spotřebního chování zákazníka.

Analýza silných a slabých stránek hotelu Křemešník:

Silné stránky Křemešníku:

- výhodná poloha a dobrá dopravní dostupnost resp. silniční dostupnost, cca. 9 km od Pelhřimova a cca. 24 km od dálnice D1 (EXIT Humpolec);
- vybavení pro různé druhy cestovního ruchu (obchodní, incentivní, poznávací, společenský, atd..) na evropské úrovni;
- historické a přírodní zajímavosti (Kostel Nejsvětější Trojice, Křížová cesta, Kaplička Nejsvětější Trojice, studánky, naučná stezka, rozhledna Pípalka, atd.)
- stravovací zařízení s bohatým výběrem jídel a nápojů na evropské úrovni;
- ubytovací zařízení s moderním vybavením a velmi kvalitním technickým zařízením na evropské úrovni;
- běžná cenová relace.

Slabé stránky hotelu Křemešník:

- velmi malá znalost a známost poutního místa na Křemešníku a to především z řad zahraničních turistů, tedy nedostačující propagace místa;
- nedostatečná ubytovací kapacita;
- omezená otevírací doba;
- špatně prezentované produkty, opomíjení marketingových nástrojů (balíčky služeb).

Příležitosti hotelu Křemešník:

- zvýšit a zlepšit propagaci místa na Křemešníku;
- prodloužit otevírací dobu jednak v týdnu, ale také o víkendech;
- vytvořit balíčky služeb a následně je prezentovat a nabízet zákazníkům;
- vybudovat půjčovnu kol a lyžařských pomůcek;
- v zimní sezóně zabezpečit průjezdnost silnice k hotelu Křemešník;
- navázat oboustranně výhodnou spolupráci s městem Pelhřimov.

Hrozby hotelu Křemešník:

- zvyšuje se domácí i zahraniční konkurence pro investory;

- turisty lákají konkurenční střediska cestovního ruchu, která jsou neustále inovována a nabízejí více možností kulturního a zábavního vyžití;
- zvyšují se ceny energií, mzdy zaměstnanců, atd.

Analýza silných a slabých stránek byla vypracována na základě interních materiálů managementu hotelu Křemešník.

Návrhy a doporučení:

- Zlepšit propagaci místa Křemešník jako celku;
- Vybudovat půjčovnu kol a lyžařského vybavení a dalších pomůcek, které budou souviset se sportovními možnostmi okolí křemešnického hotelu;
- Vytvořit balíček služeb pro návštěvníky resp. navrhnout jednu cenu za několik různorodých služeb, tím docílit i prodloužení doby pobytu návštěvníků na Křemešníku;
- Vybudovat hřiště pro děti v blízkosti hotelu. Dnes jsou aktuální rodinné dovolené;
- Nastolení intenzivní spolupráce města Pelhřimov s majitelem hotelu Křemešník. Vznikla by tak oboustranně výhodná spolupráce, kdy město by propagovalo poutní místo Křemešník jako celek a naopak Křemešník by propagoval město Pelhřimov, jako místo turisticky velmi zajímavé, plné historických i zábavných atrakcí. Tuto spolupráci je možno zužitkovat i na samotných „letáčkách“, výčtem stručných informací o pelhřimovských a křemešnických zajímavostech;
- Zavedení a následná nabídka marketingových balíčků, kde Křemešník může nabízet např. vstupenku do několika muzeí v Pelhřimově nebo pravidelné prohlídky kostela Nejsvětější Trojice s odborným výkladem;
- Prodloužit otevírací dobu hotelu, tím se přizpůsobit současným trendům.

4.2 Analýza TIC v Pelhřimově

4.2.1 Analýza silných a slabých stránek TIC v Pelhřimově

Silné stránky TIC

Poskytuje 2 pracovní místa;

Provozuje TICKETPORTAL;

Prodej různých publikací, lístků do kina, do divadla, turistických map, upomínkových předmětů, atd.;

Poskytuje Pelhřimovské noviny;
Poskytuje TIM – Turistický informační
magazín, který je dvoujazyčný;
Možnost internetu – vybavení 2 počítači;
Dostupná velká škála letáků a brožur,
které jsou vícejazyčné;
Možnost dobíjení telefonů.

Slabé stránky

Nízká a neefektivní produktivita práce;
Nízká úroveň technické vybavenosti.

Příležitosti

Rozšíření stávající nabídky o zimní nabídku;
Zvýšení kvalifikace zaměstnanců prostřednictvím jazykových a odborných kurzů;
Navázání širší spolupráce s církví a Muzeem rekordů a kuriozit;
Nabídka balíčků služeb;
Prodloužení otevírací doby.

Rizika

Neustálý nárůst cen na vydávání letáků, brožur, apod.;
Vzrůstající nároky na odbornost zaměstnanců;
Změny v demografické struktuře obyvatelstva regionu.

4.2.2 Průzkum formou osobního dotazování u zaměstnanců TIC

Výzkum mezi zaměstnanci TIC byl proveden z důvodu zjištění jejich pracovního nasazení; zainteresovanosti do oblasti cestovního ruchu zkoumaného regionu a jeho blízkého okolí; osobních názorů na požadavky turistů, na rozsah poskytovaných služeb, atd. Jádrem práce je průzkum nabídky a poptávky po produktech, které nabízí TIC a také z tohoto důvodu bylo nutné provést průzkum mezi lidmi, kteří každodenně reprezentují nabídku TIC v Pelhřimově a zároveň se střetávají s poptávkou po produktech TIC.

Byly provedeny řízené rozhovory:

- s pracovníci TIC v Pelhřimově;
- s vedoucí oddělení kultury a informací.

Rozhovor s pracovníci TIC v Pelhřimově

Silné stránky – Rozsáhlá nabídka služeb a informací; – Rozsáhlá nabídka výletů do okolí; – Značná poptávka po Muzeu rekordů a kuriozit a po Muzeu strašidel; – Poptávka po službě TICKETPORTAL.	Slabé stránky – Nedostatek informací o poutním místě Křemešník; – Zaměstnankyně nemají vhodnou kvalifikaci pro výkon povolání v TIC; – Není vytvořen produkt na zimní sezónu; – Nedostatečné ubytovací kapacity; – Nedostatek „balíčků služeb“ pro turisty.
Příležitosti – Zvýšení odborné znalosti a motivace zaměstnankyň; – Zvýšit informovanost o poutním místě na Křemešníku; – Vytvořit produkt na zimní sezónu a „balíčky služeb“ pro turisty; – Rozšíření ubytovacích kapacit v Pelhřimově či jeho blízkém okolí.	Hrozby – Vyšší nároky turistů na ubytovací, stravovací a zábavná zařízení a v důsledku toho ztráta zájmu turistů o město Pelhřimov; – Zvyšující se konkurence v okolních městech; – Změny v demografickém složení obyvatel Pelhřimova (tzn. věk, povolání, atd.).

Zdroj: Vlastní výzkum

Rozhovor s vedoucí oddělení kultury a informací v Pelhřimově

Silné stránky – Růst návštěvnosti v jednotlivých kulturních zařízení oproti roku 2005; – Spolupráce s jednotlivými vlastníky kulturních zařízení v Pelhřimově; – Vytváření nových programů pro turisty; – Plánování a realizace různých zábavných akcí pro domácí i zahraniční návštěvníky Pelhřimova; – Využívání grantů a dotací z EU na tvorbu nových propagačních materiálů k jednotlivým kulturním zařízením; – Účast města Pelhřimov na různých veletrzích a výstavách.	Slabé stránky – Nedostatečné ubytovací kapacity a značně předražené ubytovací zařízení v Pelhřimově a jeho blízkém okolí; – Nevyhovující spolupráce s majiteli ubytovacích a stravovacích zařízení; – Zájem turistů o město především v sezóně resp. období letních prázdnin.
--	--

Příležitosti	Hrozby
– Vytvoření nových „balíčků služeb“ na období mimo hlavní sezóny; – Vybudování turistické ubytovny s čímž souvisí i možnost pro rozvoj obchodního a kongresového cestovního ruchu.	– Zvyšující se náklady na provozování kulturních zařízení; – Nemožnost využívání grantů z EU; – Zvyšující se konkurence v okolních městech; – Místní podnikatelé v cestovním ruchu nebudou mít zájem o spolupráci s městem na vytváření potenciálu pro rozvoj CR.

Zdroj: Vlastní výzkum

V Příloze č.7 je seznam pokládaných otázek zaměstnankyním TIC v Pelhřimově a odpovědi na ně, z nichž bylo vycházeno při sestavování silných, slabých stránek, příležitostí a hrozeb.

4.3 Analýza poptávky po produktech TIC

4.3.1 Dotazníkové šetření poptávky

Průzkum formou dotazníkového šetření byl zvolen z důvodu, že tímto způsobem mohou být osloveny různé věkové skupiny v poměrně značném početním zastoupení, s různým vzděláním, s různými koníčky a v důsledku toho bude možné dojít ke zlepšení stávající nabídky TIC v Pelhřimově podle požadavků dotázaných respondentů resp. žáků ZŠ, studentů SŠ, místních obyvatel a návštěvníků regionu.

4.3.1.1 Výsledky dotazníkového šetření z dotazníku pro žáky základních škol

Období dotazníkového šetření	2.12.2006 – 20.12.2006
Místo výzkumu	Základní škola Osvobození v Pelhřimově
Cílový segment	žáci základní školy v rozmezí věku 14 - 15let
Počet dotazovaných	50 žáků
Cílem dotazníkového šetření	Zjistit spokojenost žáků se službami cestovního ruchu, kulturním, společenským a přírodním zařízením v Pelhřimově či jeho blízkém okolí, následně tak odhalit nedostatky ve službách a jednotlivých turistických zařízeních v Pelhřimově.

Zdroje	Dotazník byl vytvořen na základě rozhovoru s vedoucím práce Ing. arch. Martinem Jirovským, PhD.
--------	---

Výsledky dotazníkového šetření byly zpracovány graficky. Grafy k jednotlivým otázkám je možné si prohlédnout v Příloze č.8. Jedná se o grafy č.1 - 14.

Nebyly zpracovány grafy ke všem otázkám daného dotazníku, ale pouze k vybraným otázkám. Některé z otázek byly pokládány pouze k mému osobnímu zjištění a doplnění informací, tudíž nebylo nutné vypracovávat k těmto otázkám grafy.

Závěr dotazníkového šetření:

- děti nejvíce postrádají v regionu letní koupaliště z důvodu velmi znečištěné vody v okolních rybnících Pelhřimova (koupaliště je již od minulého roku ve výstavbě);
- řada dětí se věnuje v zimních měsících lyžování, a proto si žádá zlepšení stávajících podmínek pro lyžaře a to konkrétně na Křemešníku;
- na druhé straně je nutné konstatovat, že děti ocenily vybudování fotbalového hřiště s umělým trávnikem.

K jednotlivým otázkám dotazníku pro děti základní školy byly zpracovány grafy, jež jsou umístěny v Příloze č. 8.

4.3.1.2 Výsledky dotazníkového šetření z dotazníku pro střední školy

Období dotazníkového šetření	2.12.2006 – 5.1.2007
Místo výzkumu	Obchodní akademie v Pelhřimově
Cílový segment	Studenti obchodní akademie ve věku 16 – 18 let
Počet dotazovaných	50 studentů
Cílem dotazníkového šetření	Zjistit spokojenost studentů se službami cestovního ruchu, kulturním, společenským a přírodním zařízením v Pelhřimově či jeho blízkém okolí, následně tak odhalit nedostatky ve službách a jednotlivých turistických zařízeních v Pelhřimově.
Zdroje	Dotazník byl vytvořen na základě rozhovoru s vedoucím práce Ing. arch. Martinem Jirovským, PhD.

Výsledky dotazníkového šetření byly zpracovány graficky. Grafy k jednotlivým otázkám je možné si prohlédnout v Příloze č.9. Jedná se o grafy č.15 - 28. Nebyly zpracovány grafy ke všem otázkám daného dotazníku, ale pouze k vybraným otázkám. Některé z otázek byly pokládány pouze k mému osobnímu zjištění a doplnění informací, tudíž nebylo nutné vypracovávat k těmto otázkám grafy.

Závěr dotazníkového šetření:

- studenty je nejvíce postrádáno letní venkovní koupaliště, které je však od minulého roku ve výstavbě, důvodem zbudování nového koupaliště je především znečištěná voda v okolních rybnících Pelhřimova;
- dále je studenty požadováno zlepšení lyžařských podmínek v okolí Pelhřimova, konkrétně by chtěli upravit lyžařské zázemí na Křemešniku.

4.3.1.3 Výsledky dotazníkového šetření z dotazníku pro místní obyvatele města Pelhřimov

Období dotazníkového šetření	2.12.2006 – 25.1.2007
Místo výzkumu	Masarykovo náměstí v Pelhřimově
Cílový segment	Obyvatelé města Pelhřimova ve věku 26 – 45 let
Počet dotazovaných	50
Cílem dotazníkového šetření	Zjistit spokojenost obyvatel Pelhřimova se službami cestovního ruchu, kulturním, společenským a přírodním zařízením v Pelhřimově či jeho blízkém okolí, následně tak odhalit nedostatky ve službách a jednotlivých turistických zařízeních v Pelhřimově.
Zdroje	Dotazník byl vytvořen na základě rozhovoru s vedoucím práce Ing. arch. Martinem Jirovským, PhD.

Výsledky dotazníkového šetření byly zpracovány graficky. Grafy k jednotlivým otázkám je možné si prohlédnout v Příloze č.10. Jedná se o grafy č.29 - 35.

Nebyly zpracovány grafy ke všem otázkám daného dotazníku, ale pouze k vybraným otázkám. Některé z otázek byly pokládány pouze k mému osobnímu zjištění a doplnění informací, tudíž nebylo nutné vypracovávat k těmto otázkám grafy.

Závěr dotazníkového šetření:

- obyvatelé Pelhřimova nejvíce postrádají venkovní koupaliště (na tuto problematiku již poukázali děti ZŠ a studenti SŠ), od minulého roku je však koupaliště ve výstavbě;
- podle značného počtu oslovených respondentů chybí v Pelhřimově půjčovna kol;
- dále obyvatelé poukazují na problematiku, která se týká nedostatečných ubytovacích kapacit pro turisty resp. chybějící turistickou ubytovnu;
- z výsledků dotazníku bylo možné vydedukovat, že obyvatelé Pelhřimova využívají velmi často služeb TIC v Pelhřimově;
- na druhé straně však byla zjištěna celá řada nedostatků TIC, které je zapotřebí odstranit (např. nedostatečná informovanost zaměstnanců o poutním místě na Křemešníku o programu a možnostech prohlídky poutního kostela na Křemešníku).

4.3.1.4 Výsledky dotazníkového šetření z dotazníku pro návštěvníky regionu

Produkty a služby informačního centra nejsou určeny pouze místním obyvatelům města Pelhřimova, ale také turistům, kteří přijíždí do regionu. Je tedy nezbytné dotázat se také těchto respondentů, jak jsou spokojeni se službami, s infrastrukturou, s produkty TIC, s personálem TIC Pelhřimova.

Období dotazníkového šetření	leden - prosinec 2006
Místo výzkumu	Turistické informační centrum v Pelhřimově
Cílový segment	návštěvníci regionu ve věku 26 – 49 let
Počet dotazovaných	50
Cílem dotazníkového šetření	Zjistit spokojenost návštěvníků regionu se službami cestovního ruchu, kulturním, společenským a přírodním zařízením v Pelhřimově či jeho blízkém okolí, následně tak odhalit nedostatky ve službách a jednotlivých turistických zařízeních v Pelhřimově.
Zdroje	Dotazník byl vypracován krajem Vysočina.

Na základě získaných výsledků dotazníkového šetření mezi návštěvníky regionu jsem vypracovala grafy. Grafické znázornění k jednotlivým otázkám je možné si prohlédnout v Příloze č.11. Jedná se o grafy č.36 – 48.

Závěr dotazníkového šetření:

- Pelhřimov byl v minulém roce 2006 navštíven především turisty, jež přicestovali z různých koutů České republiky;
- Naopak návštěvníků ze zahraničí přicestovalo o poznání méně;
- Nejvíce z dotázaných turistů přicestovalo do regionu automobilem a to ze vzdálenosti nad 100 km (cestování autem do regionu Pelhřimova je nejjednodušší a nejpohodlnější vzhledem k tomu, že krajem prochází nejfrekventovanější dálnice České republiky, D1);
- Délka pobytu oslovených návštěvníků se převážně pohybovala v rozmezí 3 až 7 přenocování resp. šlo o týdenní pobyty;
- Téměř polovina z dotázaných odpověděla, že přicestovala do regionu Pelhřimova s přítelkyní, přítelem či skupinou přátel;
- Značná část návštěvníků při pobytu v regionu využívá restauračních zařízení;
- Nejčastějším důvodem návštěvy je poznání a relaxace;
- Z forem turistiky převládaly především pěší a poznávací turistika;
- Více jak polovina z dotázaných odpověděla, že uvažuje o opakované návštěvě Pelhřimova;
- Dalším zjištěním bylo, že turisté utrací v Pelhřimově a jeho blízkém okolí spíše méně peněz;
- Nejvíce přicestovalo návštěvníků se středoškolským a vysokoškolským vzděláním;
- Převážnou část z dotázaných tvořily ženy, ovšem zastoupení mužů bylo pro dotazníkové šetření dostačující.

Profil návštěvníka regionu Pelhřimov (vytvořený na základě dotazníkového šetření prováděného mezi návštěvníky regionu)

Z dotazníků pro návštěvníky regionu lze vytvořit profil návštěvníka, jež se podílí největším počtem na návštěvnosti našeho regionu.

- jedná se o ženu či muže v rozmezí věku od 26 do 49 let;
- přicestuje do Pelhřimova z jiných částí České republiky;

- přicestuje ze vzdálenosti nad 100 km a to osobním automobilem nebo vlakem (cestování vlakem v posledních letech v našem kraji značně stouplo);
- bude se jednat o turistu se zájmem o historii, přírodní atraktivity a kulturní zařízení;
- dále to bude návštěvník fyzicky zdatný, který bude mít zálibu v pěší turistice či cykloturistice;
- v Pelhřimově či jeho blízkém okolí bude chtít strávit přibližně sedm dní;
- bude se jednat o turistu, jež neutratí v našem regionu příliš mnoho peněz, denně utratí částku v rozmezí 200 – 500 Kč.

4.4 Marketingový plán (9)

1. Situační analýza

Popis současné situace:

Pelhřimov nabízí:

- značné množství historických památek;
- široký výběr sportovních zařízení;
- přírodní zajímavosti;
- možnosti kulturního vyžití;
- širokou škálu turistických programů, tipy na výlety;
- výlety do bližšího i vzdálenějšího okolí Pelhřimova;
- nabídka turistického servisu prostřednictvím TIC Pelhřimov;
- ubytování v centru i v okolí Pelhřimova;
- stravování v centru i v okolí Pelhřimova;
- množství doplňkových turistických služeb (kadeřník, kosmetika, apod.);
- vlastní internetové stránky města Pelhřimov;
- nákupní střediska s širším i užším výběrem zboží;
- dobré dopravní spojení především silniční (dálnice D1);
- relativně dobré životní prostředí.

Silné stránky města:

- výhodná poloha a dobrá dopravní dostupnost, má velmi dobré silniční spojení (dálnice z Prahy do Brna – EXIT Humpolec), jedno vlakové nádraží, jedno autobusové nádraží;
- náměstí Pelhřimova vyhlášeno za městskou památkovou rezervaci, což zaručuje ochranu historických objektů zde umístěných;
- „Pelhřimov – město rekordů a kuriozit“, slogan známý po celé ČR i v zahraničí;

- ubytovací zařízení pro cestovní ruch na regionální, některá na evropské úrovni (viz. hotel Křemešník, penzion Lucerna), kulturní zařízení (kino, divadlo, muzea, galerie), mnoho historických zajímavostí;
- stravovací zařízení na regionální, některá na evropské úrovni;
- možnosti pro různé druhy CR (rekreační, sportovní, obchodní, incentivní); možnosti jak pro domácí tak i zahraniční cestovní ruch; možnosti pro individuální, skupinový i ekologický cestovní ruch;
- možnosti sportovního vyžití (např. tenisové kurty, sportovní hala, plavecký bazén, atd.);
- kulturní program, především v sezóně – Festival Rekordů a kuriozit;
- nižší cenová relace (za ubytování, stravování, další druhy služeb).

Slabé stránky města:

- nedostatečné ubytovací kapacity pro turisty;
- špatné dopravní spojení městskou dopravou a to zejména o víkendech, kdy nejezdí žádný ze spojů městské hromadné dopravy. Dále také v týdnu během hodin kolem polední dvanácté hodiny, ale i od 16.30 do pozdních nočních hodin;
- nevyhovující otevírací doby (jednak stravovacích zařízení a jednak kulturních zařízení – muzeí, galerie, historických zajímavostí, atd.);
- nedostatečná vybavenost turistickou infrastrukturou (půjčovny kol, úschovny kol a servis);
- nepravidelná sněhová pokrývka v zimních měsících;
- absence marketingových nástrojů (reklama, přímý marketing, „balíčky služeb“, event marketing, apod.).

Příležitosti města:

- zlepšit image města jako místa starobylého, poutního a využít sloganu „Pelhřimov – město rekordů a kuriozit“;
- prodloužení otevírací doby jednotlivých stravovacích zařízení, ale především kulturních zařízení;
- vybudovat nové ubytovací zařízení se značnou ubytovací kapacitou pro turisty – turistickou ubytovnu;
- zvýšit motivaci zaměstnanců v cestovním ruchu v Pelhřimově tak, aby byli především příjemní, komunikativní a měli zájem o rozvoj cestovního ruchu, dále

zvýšit jejich informovanost a odbornost prostřednictvím různých kvalifikačních kurzů;

- zlepšit místní dopravní spojení městskou dopravou, zvýšit frekvenci dopravních spojení;
- bohatší nabídku kulturních, společenských a sportovních aktivit;
- zaměřit se na marketing a vytvořit nové produkty, které návštěvníka osloví, vytvořit „balíčky služeb“ takové, aby bylo město celoročně přitažlivé a provádět pravidelné marketingové výzkumy ke kontrole správnosti použití nových, ale i stávajících marketingových nástrojů;
- propagace muzeí a inovace jejich nabídky;
- zlepšit, zpřehlednit, zatraktivnit stránky na internetu tak, aby byla možná oboustranná komunikace (např. rezervace vstupenek do různých kulturních zařízení, rezervace ubytování, apod.);
- zahájit spolupráci a koordinaci s jinými městy v oblasti cestovního ruchu, ale i s investory, které je nutno přesvědčovat o správnosti investic do různých oblastí pelhřimovského kulturního, ale i společenského života;
- a v neposlední řadě zlepšit celkový obraz Pelhřimova (např. oprava kulturních památek a historických památek, péče o zeleň v Pelhřimově, o odpočinková místa, apod.).
- zkvalitnění doplňkové vybavenosti pro cestovní ruch (půjčovna kol, úschovna kol, atd.);
- výstavba nového venkovního koupaliště;
- certifikace ubytovacích zařízení;
- využití finančních zdrojů a podpory od kraje Vysočina a fondů EU.

Hrozby města:

- zvyšuje se jak domácí tak zahraniční konkurence pro investory v cestovním ruchu;
- omezení finančních prostředků z fondů Evropské unie;
- nepravidelná inovace produktů či „balíčků služeb“;
- nárůst cen nájmu, cen energie a platů zaměstnanců v jednotlivých sportovních, kulturních, společenských a přírodních zařízeních;
- turisty lákají konkurenční střediska cestovního ruchu, která jsou neustále inovována a nabízejí více možností kulturního a zábavného vyžití. Ztráta zájmu o kulturní a přírodní atraktivitu našeho regionu;

- nedostatečná aktivita některých subjektů spolupracovat za účelem dosažení rozvoje regionu;
- drobné krádeže a loupeže.

Hlavní problémy jimž bude třeba čelit:

1. Omezení finančních prostředků z EU. Kulturní a historické zajímavosti v Pelhřimově jsou především neziskovým záležitostí, které ovšem vyžadují stále vyšší investice. Kde tedy vzít v budoucnu potřebné finanční prostředky, které nyní získáváme od EU? Jak velké budou zapotřebí finanční obnosy na péči, ale i inovaci do turistických cílů?
2. Co dělat, abych obstáli v konkurenci jiných měst? Jak vytvořit konkurenční výhodu? O jaké druhy konkurenčních výhod vůbec může město usilovat?
3. Jak zvýšit zájem návštěvníků o město a jeho historické a kulturní památky? Co bychom měli udělat, abychom zvýšili jejich zájem? Jakou strategii bychom měli zaujmout? Na co je přilákat?
4. Jak zvýšit informovanost zaměstnanců TIC, ale i ostatních zaměstnanců kulturních a zábavných zařízení? Provádění školení, zvýšení motivace? Má smysl investovat do zvýšení kvalifikace zaměstnanců TIC?

Hlavní předpoklady:

1. Široká nabídka doplňkových produktů vedle hlavních produktů. Nastartovat celoroční přitažlivost města Pelhřimov.
2. Upravit spoje městské dopravy především v odpoledních hodinách, ale i o víkendech.
3. Zlepšit image města, dostat se tak do podvědomí turistů především lepším přístupem k turistům, aktivním předáváním informací turistům a vylepšením vzájemné komunikace mezi turistou a zaměstnancem TIC.
4. Obstát v současné konkurenci ze strany jiných měst.
5. Disponovat dostačujícím množstvím finančních prostředků věnovaných na péči, provoz a stálou inovaci jednotlivých druhů historických, kulturních a společenských zařízení.

2. Vytyčení záměrů a cílů

Záměry:

- zvýšit návštěvnost;
- zvýšit příjmy z cestovního ruchu, dosažení ekonomické efektivnosti;
- zajistit spokojenost zákazníků, ale i spokojenost místních obyvatel;
- zvýšit atraktivitu města Pelhřimov pro návštěvníky;
- investovat do marketingu, vylepšit stávající nabídku muzeí a dalších obdobných zařízení.

Cíle:

- reklamní billboardy s upoutávkami na jednotlivá kulturní zařízení v Pelhřimově;
- vytvořit nové produkty, které budou nabízeny turistům a to konkrétně jednotná vstupenka do muzeí, celoroční vstupenka do Galerie M či do Muzea Vysočiny, dále vytvoření několika „packages“ pro zákazníky;
- zvýšit atraktivitu poutního místa Křemešník, prostřednictvím marketingových nástrojů vytvořit nový produkt, který bude nabídnut návštěvníkům;
- zvýšit četnost spojů městské dopravy v odpoledních hodinách a o víkendech a zařadit je do jízdního řádu;
- upravit otevírací doby v kulturních zařízeních města Pelhřimov;
- vylepšit internetové stránky města Pelhřimov; stránku www.pelhrimovsko.cz, která je nepřehledná, chybí zde několik podstatných informací o jednotlivých zařízeních v Pelhřimově a kontaktní adresy; chybí možnost objednávat vstupenky do divadla, kina a dále možnost rezervace vstupenek, atd.;
- doplnit webové stránky Křemešníku o rezervační systém, tak aby si potenciální klienti mohli objednat ubytování či další doplňkové služby předem a rezervovat si je;
- vybudovat nové ubytovací zařízení s větší kapacitní možností a tím v důsledku otevřít možnosti pro nové druhy cestovního ruchu jako je například kongresový cestovní ruch či obchodní cestovní ruch, apod..

3. Volba strategie

V této části bude volena strategie, prostřednictvím níž lze dosáhnout výše vytyčených cílů. Konkrétní produkty vytvořené pomocí zvolené strategie jsou uvedeny v kapitole č. 5. Strukturu strategie lze popsat šesti prvky:

- *Cílový trh* – zvolím několik cílových trhů resp. potencionálních segmentů návštěvníků a pro ně pak bude vytvářen nový produkt;
- *Stěžejní prezentace* (core positioning) – v této části je nutné zaměřit se na stěžejní myšlenku(y) či přínos(y), který nově vytvořený produkt představuje;
- *Cenová prezentace* (price positioning) – v této fázi je nutné určit cenu či cenovou hladinu v jaké se bude nově vytvořený produkt pohybovat;
- *Celková hodnotová proklamace* (total value positioning) – nyní by náš produkt měl být schopen přesvědčivě odpovědět na otázku kupujícího: „Proč bych měl nakupovat Váš produkt?“;
- *Distribuční strategie* – je nezbytné zajistit distribuční služby bez nichž se nově vytvořený produkt neobejde;
- *Komunikační strategie* – na konec je třeba vyčlenit konkrétní finanční prostředky na propagaci nového produktu, public relations, podporu prodeje, apod.

Navrhovatel produktu by měl hotový produkt ještě jednou projít a ubezpečit se, že neexistují žádné rozpory mezi jednotlivými částmi strategie.

Dále je třeba věnovat pozornost konkrétním opatřením. V tomto okamžiku by mělo dojít k převedení plánů a zvolené strategie na konkrétní opatření, která se uskuteční v konkrétních termínech. To znamená stanovení termínů pro reklamní kampaně, akce na podporu prodeje, atd.

Kontrolní strategie slouží k tomu, že jejím prostřednictvím se ověří, zda plánovaná opatření zabezpečují dosažení plánovaných cílů.

Na úplný konec je nutné „Posouzení, zda je marketingový plán správný“. V této finální části je třeba položit několik otázek vyššímu vedení k posouzení, zda je plán správný. Pokud jsou všechny otázky bez problémů zodpovězeny, pak je možné marketingový plán realizovat.

5 Návrhová část ⁽⁹⁾

Turistické informační centrum v Pelhřimově disponuje obrovskou škálou produktů různých druhů, ale je zde naprostá absence tzv. „balíčků“ služeb, které jsou stále více požadovány návštěvníky a v budoucnu bude značně růst jejich význam. Z toho důvodu byly vytvořeny dva „balíčky“ služeb, a tak rozšířena a doplněna stávající nabídka informačního centra v Pelhřimově.

5.1 Produkt č. 1 - „Víkend s rodinou na Křemešníku“.

Cílový trh (byl zvolen na základě provedených dotazníkových šetření):

Jak lze vydedukovat již z názvu produktu, cílovým trhem bude rodina (resp. 2 dospělí a děti starší 10 let).

Demografické charakteristiky: Věk rodičů není pro nově tvořený produkt určující. Převážně se bude jednat o rodiče produktivního věku, není třeba ho však více specifikovat. Děti by měly být ve věku od 10 do 15 let. Pohlaví dětí není podstatné. Vytypovaný segment by měl být ve střední příjmové skupině (tzn. příjem 10 000 – 30 000 Kč měsíčně). Z výsledků dotazníkových šetření bylo zjištěno, že náš region je navštěvován převážně lidmi se středním a vysokoškolským vzděláním, a proto i s tento produkt budeme zaměřovat na tento segment zákazníků. Skupina, na níž se zaměříme bude zahrnovat převážně domácí návštěvníky se zájmem o cykloturistiku a pěší turistiku, v neposlední řadě také se zájmem poznat zajímavé kulturní, společenské a přírodní atraktivity.

Zvolený segment by měl dávat přednost méně známým koutům České republiky, dovolené v typické české krajině s relativně čistým životním prostředím.

Nákupní preference: Z dotazníkových šetření opět bylo zjištěno, že turisté v našem regionu utrací spíše méně peněz, z toho důvodu je třeba vytvořit produkt v přijatelné cenové relaci.

Vybraný segment turistů bude ze vzdálenosti cca 100 km či delší od Pelhřimova a bude cestovat do našeho regionu autem.

Stěžejní prezentace:

- kvalitní a pohodlné ubytování v nově zrekonstruovaném hotelu;
- stravovací zařízení na evropské úrovni;
- zachovalé životní prostředí;
- přijatelná cenová relace;

- společenské, kulturní a přírodní atraktivita;
- možnost pěší turistiky a cykloturistiky.

Celková hodnotová proklamace:

„Totéž za méně“

Téměř každého potěší může-li si koupit typický produkt za nižší než normální cenu. A právě s touto cenovou proklamací se bude ztotožňovat i produkt výše vytvořený. Bude nabízet běžně dostupné služby, jež se dají nakoupit také samostatně bez jakýchkoliv problémů, avšak cena vytvořená formou balíčku je levnější a nabízí přitom zákazníkovi služby ve stejné kvalitě, znamená to tedy určitou výhodu pro zákazníka. Zákazník jim pak věnuje větší pozornost a má tendenci daný „balíček“ koupit.

Program produktu „Víkend s rodinou na Křemešníku“:

1.den - pátek

- příjezd na poutní místo Křemešník mezi 16.00 a 17.00
- ubytování v hotelu Křemešník
- návštěva rozhledny Pípalka
- příchod do hotelu a večere v 19.00 hodin

2.den - sobota

- snídane mezi 8.00 a 9.00
- vypůjčení kol z hotelové půjčovny
- cca v 10.00 odjezd z Křemešníku na kolech
- cca v 12.00 příjezd do Pelhřimova, kola dát do úschovny
- doporučujeme prohlídku náměstí a oběd (ten není v ceně „balíčku“)
- mezi 13.00 a 16.00 prohlídka Muzea rekordů a kuriozit a Muzea strašidel
- (v případě, že máte čas, můžete ještě navštívit vyhlídkovou věž na kostele sv. Bartoloměje, není však v ceně „balíčku“)
- cca v 16.30 odjezd zpět na Křemešník
- cca v 18.30 příjezd na Křemešník
- večere v 19.00 hodin

3.den - neděle

- snídaně mezi 8.00 a 9.00
- cca 9.30 hodin prohlídka Kostela Nejsvětější Trojice na Křemešníku s průvodcem
- procházka „Naučnou stezkou“ na Křemešníku – cca 2 hodiny
- do 14.00 musí být hotelový pokoj vyklizen a předány klíče od pokoje
- hotelový personál se s Vámi rozloučí a předá balíčky s jídlem na cestu.

Strategie místa:

Nově vytvořený produkt je směřován na poutní místo Křemešník, který se nachází cca 10 km od města Pelhřimov. Pelhřimov je cca 15 km od sjezdu z dálnice D1 (EXIT Humpolec).

Distribuční strategie:

V této fázi je třeba se zaměřit na dodavatele služeb, jimiž budou:

- průvodce kostela Nejsvětější Trojice
- zaměstnanec rozhledny Pípalka resp. vlastníka rozhledny Pípalka
- zaměstnance muzeí rekordů a strašidel v Pelhřimově resp. Agenturu „Dobrý Den“ a oddělení kultury a informací v Pelhřimově
- poskytovatele služby úschovna kol v Pelhřimově.

Komunikační strategie:

Je nezbytné k prodeji vytvořeného produktu vytvořit reklamní kampaň. Žádný produkt se neprodá sám. Dnes nejvyužívanějším zdrojem informací je internet, proto by bylo vhodné umístit reklamu na nový produkt na webové stránky hotelu Křemešník, ale i na webové stránky města Pelhřimov. Dále by bylo vhodné umístit reklamu do periodického tisku.

4. Plán konkrétních opatření

V tomto kroku je nezbytné vytvořit konkrétní kroky, ve kterých bude nový produkt zaváděn na trh.

1. marketingový průzkum – zahrnuje vytvoření cca 50 dotazníků, jež budou rozdány návštěvníkům hotelu v průběhu letních prázdnin. V dotazníku bude stručný popis nového produktu a jedna otázka, zda by turisté měli či neměli o nově vytvořený produkt zájem.

2. účast na veletrzích a výstavách – zjistit, zda existují na trhu podobné „balíčky služeb“ a poradit se s tvůrci těchto balíčků, období září – říjen.
3. kontaktovat zainteresované osoby – domluvit konkrétní podmínky s dodavateli služeb.
4. tvorba formy produktu a reklamní kampaň – vytvořit vhodný reklamní poutač a umístit ho na webové stránky a do různých periodik, období listopad – prosinec.
5. zřízení půjčovny kol – zakoupení cca 6 kol pro dospělé (3 pánská kola, 3 dámská kola) a 8 kol pro děti a zajištění vhodných prostor, nákup v období leden – březen.

Posouzení, zda je marketingový plán správný

K uvedení produktu na trh bude zapotřebí vypracovat mnoho plánů, jež budou muset být posuzovány jednotlivými zainteresovanými lidmi (tzn. majitelem hotelu, dodavateli služeb, atd.).

Na závěr je nutné si položit několik otázek ohledně podnikového plánu?

1. Uvádí produkt nějaké vzrušující nové příležitosti?

Návštěva kostela Nejsvětější Trojice na Křemešníku s průvodcem, kde je k vidění trojdílný oltář, jež je unikátem. Dříve zde mohly být slouženy tři bohoslužby najednou.

2. Jsou v plánu jasně definovány segmenty cílového trhu a jejich relativní potenciál?

Segment je přesně definován a existuje i relativní potenciál, že produkt bude touto skupinou využit.

3. Budou zákazníci v každém cílovém segmentu považovat naši nabídku za nejlepší?

V několika ohledech může být nový produkt považován za nejlepší, např. v koordinaci služeb, v hutnosti programu, apod.

4. Zdají se být strategie vzájemně kompatibilní?

Strategie jsou vytvořeny tak, aby byly vzájemně kompatibilní a neodporovaly si.

5. Jaká je pravděpodobnost, že plán dosáhne svých vytyčených cílů?

Ze sestaveného plánu nelze specifikovat pravděpodobnost, se kterou produkt dosáhne vytyčených cílů.

6. Co by manažer z plánu eliminoval, kdybychom mu dali jen 80 % požadovaných prostředků?

Vynechal by zřízení půjčovny kol. Místo výletu do města na kolech, by rodiny jezdily na výlet do Pelhřimova vlastními automobily.

7. Co by manažer do plánu přidal, kdybychom mu dali 120 % požadovaných prostředků?

Investoval by do rozsáhlejší propagace produktu. Nebo by rozšířil vybavenost materiálně technické základny hotelu, např. vybudováním sauny či pořízení „fotbálku“, atd.

5.2 Produkt č.2 - „Aktivně strávený týden v Pelhřimově“ (9)

Cílový trh (byl zvolen dle profilu návštěvníka, který byl sestaven na základě dotazníkového šetření mezi návštěvníky regionu – kapitola 4.3.1.4):

Produkt je určený jak mužskému tak ženskému pohlaví ve věku nad 26 let, se zájmem o pěší turistiku a cykloturistiku, ale také poznávací turistiku. Produkt je vytvořen pro segment turistů, kteří do našeho kraje přicestují osobními automobily z různých regionů České republiky. Produkt je cenově přijatelný. Vytypovaní návštěvníci by se měli pohybovat ve střední příjmové skupině (tzn. příjem 10 000 – 30 000 Kč/měsíčně). Dále vybraný segment bude vyžadovat kvalitní a pohodlné ubytování.

Stěžejní prezentace:

- moderní a pohodlné ubytování v penzionu v centru města;
- výběr jídel z české kuchyně, drůbež a zeleninové pokrmy;
- cykloturistické trasy, pěší turistika, historické a kulturní pamětihodnosti;
- výlet do okolí Pelhřimova;
- prohlídka města Pelhřimov s průvodcem.

Celková hodnotová proklamace:

„Víc za totéž“

Jedná se o produkt, který nabízí vysokou úroveň kvalitních služeb stravovacích, ubytovacích a mnoha dalších v „balíčku“, které by zákazník mohl získat samostatně, ale musel by vynaložit značné úsilí, aby je zkoordinoval způsobem, který nabízí výše uvedený balíček služeb. Dále se jedná o produkt, který v sobě má určitou konkurenční výhodu a nabízí také výhodu zákazníkovi, jak ušetřit čas na plánování dovolené a přitom získat mnoho zážitků a dopřát si kvalitní dovolenou.

Program produktu „Aktivně strávený týden v Pelhřimově“:

1. den - pondělí

- příjezd do penzionu Lucerna mezi 9.00 – 10.00

- v 11.00 vypůjčení kol, mapy a odjezd do Třeště (trasa dlouhá 67 km, středně těžká obtížnost, silnice II. a III. třídy)
- návrat do penzionu cca v 16.00
- 18.00 večeře

2. den – úterý

- snídaně 9.00 – 10.00
- v 11.00 sraz s průvodcem na Masarykově náměstí, absolvování vnitřního i vnějšího okruhu Pelhřimovem a absolvování Stezky po stavebních slozích;
- ve 14.00 oběd v penzionu
- v 15.30 prohlídka expozice Muzea Vysočiny
- v 17.00 prohlídka Muzea rekordů a kuriozit
- v 19.00 večeře v penzionu

3.den – středa

- snídaně 9.00 – 10.00, u snídaně obdrží hosté balíčky s občerstvením na cestu
- 10.30 výlet pěšky na Křemešník (po červené turistické značce, 8 km);
- cca ve 12.00 příchod na Křemešník
- 13.00 prohlídka kostela Nejsvětější Trojice s průvodcem
- 14.30 návštěva rozhledny Pípalka
- 15.00 návrat pěšky do Pelhřimova
- v 18.00 večeře

4.den – čtvrtek

- snídaně 9.00 – 10.00
- v 10.30 výlet automobilem okruh Pelhřimov – Telč – Jihlavské vrchy – Roštejn – Pelhřimov (trasa dlouhá 73 km)
- v 19.00 večeře v penzionu

5. den - pátek

- snídaně 9.00 – 10.00
- 10.30 návštěva Vyhlídkové věže na kostele sv. Bartoloměje
- 11.00 návštěva Síně Lipských
- 12.00 oběd, předání balíčků s občerstvením na cestu
- do 14.00 vyklizení pokojů

Strategie místa:

Nově vytvořený produkt je umístěn v blízkosti Masarykova náměstí v Pelhřimově. Jedná se o poznání jednak Pelhřimova, ale i jeho blízkého okolí. Pelhřimov leží cca 15 km od dálnice D1 (EXIT Humpolec).

Distribuční strategie:

V této fázi je třeba se zaměřit na dodavatele služeb, jimiž budou:

- průvodce kostela Nejsvětější Trojice
- průvodce města Pelhřimov
- zaměstnanec rozhledny Pípalka resp. vlastník rozhledny Pípalka
- zaměstnanci Muzea rekordů a kuriozit v Pelhřimově resp. majitelé Agentury „Dobry Den“
- zaměstnanci Muzea Vysočiny resp. odpovědní zástupci muzea pro kraj Vysočina
- zaměstnanci Síně Lipských resp. vedoucí kultury a informací města Pelhřimov
- majitele půjčovny kol
- a ostatní.

Komunikační strategie:

Je nezbytné zajistit propagaci nového produktu. Samozřejmostí je umístění reklamy nového produktu na webové stránky penzionu Lucerna a na webové stránky města Pelhřimova. Dále je třeba umístit reklamu do novin kraje Vysočina, ale i krajů okolních. V neposlední řadě je třeba produkt nabídnout cestovním kancelářím a cestovním agenturám, aby ho zařadily do svých nabídek.

4. Plán konkrétních opatření

V tomto kroku je nezbytné vytvořit konkrétní kroky, ve kterých bude nový produkt zaváděn na trh.

1. marketingový průzkum – vytvořit dotazníky jednak pro návštěvníky penzionu a jednak pro návštěvníky Pelhřimova, zda by měli o nově vytvořený produkt zájem či nikoliv. V krátkosti jim produkt v dotazníku představíme a budeme se ptát, zda by měli o takový produkt zájem. Namísto papírových dotazníků, lze využít přímé osobní dotazování turistů města.
2. účast na veletrzích a výstavách – zjistit, zda existují na trhu podobné „balíčky služeb“ a poradit se s tvůrci těchto balíčků o výhodách a nevýhodách.

3. kontaktovat zainteresované osoby – domluvit konkrétní podmínky s dodavateli služeb a uzavřít s nimi smlouvy o poskytnutí daných služeb.
4. propagace produktu – vytvořit reklamní leták a umístit ho na webové stránky penzionu Lucerna (www.penzionlucerna.cz), ale i na webové stránky města Pelhřimov a do různých periodik kraje Vysočina, ale i krajů jiných, období listopad – prosinec.

Posouzení správnosti marketingového plánu

K uvedení produktu na trh bude zapotřebí vypracovat mnoho plánů, jež budou muset být posuzovány jednotlivými zainteresovanými lidmi (tzn. majitelem penzionu, dodavateli služeb, městem, atd.).

Na závěr je nutné si položit několik otázek ohledně podnikového plánu?

1. Uvádí produkt nějaké vzrušující nové příležitosti?

Produkt dává možnost návštěvníkům využití druhů turistiky, jež jsou pro region Pelhřimova typické. Nabízí možnost strávit dovolenou aktivně a přitom si odpočinout a poznat krásy kraje Vysočina a zajímavosti, které nelze vidět nikde jinde v České republice jako např. exponáty Muzea rekordů a kuriozit, atd.

2. Jsou v plánu jasně definovány segmenty cílového trhu a jejich relativní potenciál?

Ano, v plánu je konkretizován segment potencionálních návštěvníků, jež by mohl nový produkt oslovit.

3. Budou zákazníci v každém cílovém segmentu považovat naši nabídku za nejlepší?

Zda bude nabídka daného produktu „ta nejlepší“ je diskutabilní, avšak lze říci, že by mohla být něčím novým, co potencionální zákazníky osloví a co budou mít zájem. Jedná se o produkt specifický pro vytypovaný segment zákazníků, který vychází z předpokladů kulturních, historických a přírodních atraktivit, jež náš kraj nabízí.

4. Zdají se být strategie vzájemně kompatibilní?

Vytvořená strategie se zdá být kompatibilní a logicky sestavená.

5. Jaká je pravděpodobnost, že plán dosáhne svých vytyčených cílů?

Pravděpodobnost, že nový produkt dosáhne vytyčených cílů je přibližně padesátiprocentní. Z vytvořeného plánu nelze přesně specifikovat pravděpodobnost úspěchu nového produktu.

6. Co by manažer z plánu eliminoval, kdybychom mu dali jen 80 % požadovaných prostředků?

Pravděpodobně by se snažil ušetřit na propagaci produktu. Vynechal by reklamu v periodikách a výrobu letáků.

7. Co by manažer do plánu přidal, kdybychom mu dali 120 % požadovaných prostředků? Nakoupil by kola na cykloturistické výlety do svého majetku a nepůjčoval by si je z půjčoven kol.

5.3 Návrhy a doporučení muzeím (9)

5.3.1 Marketingové možnosti muzea

Ze získaných statistik návštěvnosti (Příloha č.11) a následného zhodnocení muzeí v Pelhřimově (kapitola 4.1.4), se můžeme dostat k závěru, že muzea jsou pravděpodobně nejatraktivnějším lákadlem pro mnoho turistů, jež do našeho regionu přijíždějí. Nejvýznamnější z hlediska návštěvnosti je Muzeum rekordů a kuriozit a Muzeum strašidel. Postavení muzeí v Pelhřimově je velmi důležité a nezastupitelné především z toho důvodu, že je zde značná absence hradů, zámků a jiných historických atraktivit. A právě z důvodu důležitosti postavení muzeí v Pelhřimově je nutné zabývat se o to více propagací, inovací produktů muzeí, sledovat návštěvnost apod. Problematikou muzeí se dnes zabývá mnoho z evropských měst, jelikož si řada z nich uvědomuje, že je nutné inovovat nabídku muzeí, aby se zvýšila jejich atraktivnost pro návštěvníky a aby mohly konkurovat stávajícím kulturním zařízením.

Produkt muzea

Podstata muzea spočívá v produktu jež nabízí. Co je takovým produktem v případě muzea? Je to **myšlenka, hodnota nebo soubor hodnot** předkládaný ve formě výstavy, stálé expozice, sbírky, přednášky nebo publikace prostřednictvím historické osobnosti, instituce muzea, přírodního útvaru, určité události, sbírkového předmětu, osoby informátora, lektora. Je to ale také *image města či regionu*, kde se muzeum nachází. Tyto muzejní produkty musí svým potencionálním uživatelům přinášet určitý užitek, pomáhat jim řešit jejich problémy, musí být aktuální. I tyto produkty se vyznačují svojí jedinečností, neopakovatelností, dostupností a mají určitou značku spojenou s muzeem či městem, odkud pocházejí. Není důležité, že je muzeum prezentuje, ale *proč je prezentuje*.

Rozšířený produkt muzea

Marketingová teorie v komerční sféře mluví o **rozšířeném produktu**, o něčem navíc, čím se produkt odliší a stane zajímavějším oproti podobným produktům stejného typu, kterých je na trhu mnoho. V případě muzea to může být příjemná kavárna, parkoviště, sleva na jízdné MHD pro návštěvníky muzea, společná vstupenka do několika zajímavých muzeí ve městě či regionu zároveň apod. V současné době mnoho muzeí na světě již využívá

rozšířené produktu či „balíčku služeb“, aby mohla konkurovat obdobným kulturním zařízením. Pelhřimov také bude muset přijít s nabídkou „balíčků“, aby si udržel alespoň stávající návštěvnost.

Návštěvníci muzea

Každý produkt má svého spotřebitele, stálého i potenciálního zákazníka. Muzeum se snaží udržet si své stálé návštěvníky a získávat další, nové. Je však také institucí, která může výrazně ovlivňovat image města i regionu a tedy i názory těch, kteří do muzea nechodí, ale žijí v daném regionu nebo tam přijíždějí jako turisté, obchodníci či investoři.

Promotion muzea

Muzeum stejně jako komerční firmy svoje produkty nabízí (prodává) pomocí reklamy (letáky, plakáty, skládačky, televizní a rozhlasové spoty, inzeráty, billboardy), podpory prodeje (soutěže, upomínkové předměty), osobního prodeje (předplatné, kluby přátel) a public relations (články v tisku, spolupráce s novináři).

Reklama nabízí výstavu, která přináší novou myšlenku, osvětluje určitý problém, pomáhá znepráteleným skupinám navzájem snáz pochopit svá stanoviska, promítnout je do širšího kontextu staleté historie. Navíc může ještě upozornit, že se koná poprvé v daném místě („u nás“), je možné ji navštívit i večer. Musíme také sdělit, že v prostorách výstavy je příjemná restaurace či místnost, kde školní děti mohou sníst svoje svačiny a koupit si limonády.

Základem úspěchu každého muzea je orientace na zákazníka, k čemuž nám pomůže marketingový výzkum. Základem komunikace v multikulturní společnosti je znalost zpětné vazby, kterou lze zjistit prostřednictvím dotazníkových šetření mezi návštěvníky, osobním dotazováním atd., a schopnost posuzovat dění kolem nás s ohledem na souvislosti, ve kterých probíhá. Chce-li se muzeum dozvědět něco více o svých návštěvnících, musí občas (kromě pečlivě a průběžně zpracovávané statistiky návštěvnosti) přikročit i k marketingovým výzkumům. Každý takový výzkum nám pomáhá lépe poznat návštěvníka a jeho konkrétní potřeby a zvyklosti. Nelze se však domnívat, že jedním výzkumem se o návštěvníkovi dozvíme úplně všechno.

Marketingový výzkum není věcí složitou ani přehnaně náročnou. V muzeu lze provést marketingový výzkum poměrně jednoduchou dotazníkovou metodou a přitom lze získat hodnotné výsledky. Používány budou otevřené otázky (např. Který z vystavených exponátů vás nejvíce zaujal?) a uzavřené otázky (např. Byli jste spokojeni s rozsahem expozice muzea?). Stačí vytvořit cca 30 dotazníků a požádat o jejich vyplnění některé

z návštěvníků muzea, a poté dotazníky stačí zpracovat a ze získaných výsledků zjistit profil zákazníka, na něhož by se mělo muzeum zaměřit a pro něj by mělo utvářet a upravovat stávající produkty.

Inovace muzeí

Muzea díky svému vědomostnímu a sbírkovému potenciálu mohou oživit osobnosti, události či předměty, které prezentují, a zařadit je do velmi zajímavého kontextu.

Aktuálnost muzeí může spočívat i v tom, že:

- budou cíleně prezentovat myšlenky a hodnoty, které v současné společnosti chybějí nebo nemají dostatečný prostor ve sdělovacích prostředcích nebo ve školní výchově;
- budou svoje sbírky nejen převádět na milionové částky, ale budou také zdůrazňovat úsilí badatelů, kteří díky pilné práci, nadšení a zájmu o věc po mnoha neúspěšných pokusech a s primitivními nástroji dosáhli dodnes platných výsledků.

Zaměstnanci muzea

Konečně jakkoliv dobře zpracovaná prezentační a marketingová strategie muzea nám nebude nic platná, budou-li pokladní neochotné, dozorcí otrávení a zmaření, zaměstnanci nevšímaví a hádaví a vedení muzea bez zájmu a neschopné řídit.

Pokud se v dotaznících či v návštěvnických knihách objevují nějaké konkrétní připomínky, týkají se velmi často personálu, který je označován jako nevlídný, návštěvníci jej obtěžují, není dostatečně informovaný. Pak je třeba vynaložit určité finanční investice do personálu, aby jejich přístup k návštěvníkům byl vlídnější a aktivnější. Vhodné jsou akce typu „team buildingu“, rozhovory s psychology, odborné a vzdělávací kurzy, jazykové kurzy, apod.

(8)

6 Závěr

Území (obec či region) se musí snažit nabídnout jak občanům tak i návštěvníkům co nejvíce různorodých informací. Jakákoliv osoba vyskytující se na území regionu Pelhřimova se zde musí dokázat bez větších problémů zorientovat. Musí ji být jasné, kde získá potřebné informace o destinaci, v níž se nachází. A právě proto je důležité uvědomit si význam turistického informačního centra, které přispívá velmi významně k rozvoji regionu a k rozvoji cestovního ruchu. Turistické informační centrum v našem regionu se snaží vytvořit z Pelhřimova turistickou destinaci, která skýtá bohatou škálu historických, kulturních a přírodních zajímavostí.

Základním kamenem této bakalářské práce bylo analyzovat Pelhřimovsko z hlediska cestovního ruchu resp. analyzovat přírodní, historické a kulturní turistické atraktivity vyskytující se v regionu. Důležitou částí práce bylo ohodnocení současného stavu poskytovaných služeb cestovního ruchu.

Po provedení výše zmíněných analýz je třeba konstatovat, že na Pelhřimovsku existuje celá řada různorodých turistických atraktivit od tajemství obestřeného poutního místa na Křemešníku přes kulturně-historické památky až po společenské akce evropského významu jako je Festival rekordů a kuriozit. Rozsah a úroveň poskytovaných služeb na Pelhřimovsku neodpovídá počtu a struktuře návštěvníků, jež tento kraj navštěvují.

Neméně důležitým cílem práce bylo posoudit význam města Pelhřimova jako centra regionu a oblast, která náleží do pelhřimovského regionu pro rozvoj cestovního ruchu. Toto bylo možné posoudit na základě provedené situační analýzy. Cestovní ruch je koncentrován především ve městě Pelhřimově, které disponuje širokou nabídkou služeb dopravních, ubytovacích, stravovacích, ale i doplňkových a také se zde nachází celá řada kulturně-historických památek. Přesto však město Pelhřimov a celé pelhřimovsko není zcela turisticky vytíženo. Pelhřimov nepatří mezi turisticky nejpritažlivější a nejnavštěvovanější regiony, avšak na jeho území je možné obdivovat celou řadu zajímavostí, které nejsou k vidění v jiných částech České republiky. Pelhřimov ještě nedosáhl potenciální hranice návštěvnosti, ale dá se předpokládat, že jeho sílí společenské postavení v kraji Vysočina bude stoupat a situace v oblasti cestovního ruchu se v budoucím období změní.

Vedlejším cílem práce byla analýza nabídky a poptávky po produktech turistického informačního centra v Pelhřimově. Z provedeného výzkumu vyplynulo, že TIC disponuje značným množstvím produktů a nabízených služeb, které jsou jednak nepřehledně a nedostatečně prezentovány a jednak je třeba je inovovat, aby dokázaly odolat stále rostoucí konkurenci.

Pracovní hypotézy, které byly stanoveny na začátku práce, byly vyvráceny dotazníkovým šetřením a osobními rozhovory se subjekty působícími v oblasti cestovního ruchu. Jednalo se o hypotézy, že region Pelhřimova má nedostatečné turistické značení a samotné město je nedostatečně propagováno. Bylo však zjištěno, že turistických tras je široká škála a značeny jsou poměrně jednoduše a přehledně. V případě propagace města bylo zjištěno, že největší reklamu městu zajišťuje Agentura „Dobrý Den“ se sídlem v Pelhřimově a to především každoročně konaným Festivalem rekordů a kuriozit. Je však třeba uvést, že stále je propagace nedostatečná a je třeba zapojit další subjekty z oblasti cestovního ruchu, které působí na Pelhřimovsku, aby se zasloužily o rozvoj a zviditelnění města.

Na základě zjištěných údajů byly vytvořeny návrhy a doporučení na zlepšení činnosti TIC v Pelhřimově. Dále bylo stanoveno spektrum návrhů a doporučení městu Pelhřimovu, jednotlivým turistickým cílům konkrétně muzeím v Pelhřimově a dále byly zkonstruovány návrhy a doporučení určené hotelu Křemešník.

Podle stávající nabídky produktů a služeb, kterou nabízí turistické informační centrum v Pelhřimově byly navrženy dva nové produkty resp. „balíčky“ služeb. Hodnocením aktuální nabídky TIC bylo v důsledku zjištěno, že produktů je velká škála a jsou zcela dostačující pro stávající poptávku, ale to co zcela chybí v nabídce TIC jsou „packages“, které jsou stále žádanější domácími i zahraničními turisty. Byly proto vytvořeny dva produkty, první s názvem Víkend s rodinou na Křemešníku a druhý s názvem Aktivně strávený týden v Pelhřimově. Cílem těchto produktů je obohatit nabídku TIC o produkty, které zde chybí. Docílit zvýšení návštěvnosti regionu a rozvinout sportovně rekreační aktivity, které jsou pro region Pelhřimovska typické.

Na úplný závěr byly umístěny návrhy muzeím, které plní v Pelhřimově velmi důležitou a nezastupitelnou funkci. Analýzou muzeí bylo zjištěno, že návštěvnost není příliš vysoká a je proto třeba se na problematiku muzeí zaměřit detailněji.

7 Summary

The territory (city or region) have to try to offer at full blast heterogeneous information for citizens and visitors. Every person visiting Pelhřimov region must be provided with all requisite information about visited destination. The Tourist information centre also provides information and it is important to pay him a considerable attention.

Foremost task of this bachelor work is to analyze natural, historical and cultural interests of Pelhřimov region. Another goal was the present state of tourism services valuation.

After fulfilment above - mentioned analysis it is necessary state, that the range and level of delivering services mismatches number and structure visitors regularly visit Pelhřimov region.

Next goal is to call in a question the importance of Pelhřimov town like a centre of this region and pertaining the area for tourism development. It was possible on the base of situation analysis.

The tourism in our region is concentrated into the Pelhřimov town, which is secured a wide offer of traffic, accommodation, catering and also additional services. However, Pelhřimov town still has a reserve in the tourism. Pelhřimov is out of court among most desirable and attended regions, but on his territory it is possible to visit and admire many interesting places that there are not to seen in other parts of Czech Republic.

Secondary target of this work was the Tourist information centre supply-demand analysis.

TIC manages many products and services, but they are untimely propagandized.

On the base of findings were created suggestions and recommendations to activities of Pelhřimov TIC, city and museum improvement.

In the current offer of TIC the „packages” are missing, so the two of them were created: first was named „Weekend with family on Křemešník” and second was named „An active week in Pelhřimov”. These two products should increase the visit rate and upgrade the Pelhřimov TIC offer.

Lastly there were placed suggestions and recommendations to the Pelhřimov's museums, because of crucial and outsider function.

Key words:

TIC = Tourism information centre; region; packages.

8 Seznam použité literatury

Odborné publikace:

1. Dojavová, M.: Stříbrný vrch Křemešník. Pelhřimov: Kulturní zařízení města Pelhřimova s Novou tiskárnou Pelhřimov, 2006.
2. Dojavová, M.: Tajemství zdí města Pelhřimova. Pelhřimov: Kulturní středisko Pelhřimov s Novou tiskárnou Pelhřimov, 2002.
3. Fajt, J., Rothbauer, J.: Pelhřimovsko – brána Českomoravské vysočiny. Praha: Merkur, 1974.
4. Foret, M., Floretová, V.: Jak rozvíjet místní cestovní ruch. Praha: Grada Publishing, 2001.
5. Fröhlich, J.: Prameny k pravěku Pelhřimovska. Archeologické výzkumy v jižních Čechách č. 12. Praha, 1999.
6. Hesková, M. a kol.: Cestovní ruch. Praha: Fortuna, 2006.
7. Hulpach, V.: Báj a pověsti z Čech a Moravy. Praha: Libri, 2005.
8. Chaloupek, J., Chaloupková D.: Pelhřimovsko a krásy Vysočiny očima fotografa Josefa Chaloupka. Pelhřimov: Vydavatelství 999, 2005.
9. Kotler, P.: Marketing podle Kotlera. Praha: Free Press, 2000.
10. Kubisková, M.: Sdružení mikroregionu Pelhřimov 2005. Humpolec: Tiskárna David, 2005.
11. Okresní muzeum v Pelhřimově: Pelhřimov a okolí. Pelhřimov: MěÚ Pelhřimov, 1993.
12. Okresní muzeum v Pelhřimově: Pelhřimovsko ve druhém tisíciletí. Pelhřimov: Okresní úřad, 2000.

13. Okresní muzeum v Pelhřimově: Průvodce Pelhřimovským muzeem. Pelhřimov: MěÚ Pelhřimov, 2001.
14. Vlastivědný sborník Pelhřimovska 7/1996: Veřejné studny a kašny v Pelhřimově. Pelhřimov: Okresní muzeum v Pelhřimově, 1996.
15. Vlastivědný sborník Pelhřimovska 16/2005: Expozice Josefa a Zdeňka Šejnostových. Pelhřimov: Muzeum Vysočiny Pelhřimov, 2005.

Novinové články:

16. Pelhřimovské noviny. Číslo 4. Ročník IX. 23. února 2007, článek otázka pro vedoucího pelhřimovského kina Vesmír Zdeňka Zemana.

Internetové zdroje:

17. www.csu.cz – internetové stránky Českého statistického úřadu.
18. www.dobryden.cz – internetové stránky Agentury „Dobrý Den“ v Pelhřimově.
19. www.hotelkremesnik.cz – internetové stránky hotelu Křemešník.
20. www.kr-vysocina.cz – oficiální internetové stránky kraje Vysočina.
21. www.muzeumpe.cz – internetové stránky Muzea Vysočiny Pelhřimov.
22. www.pelhrimovsko.cz – oficiální internetové stránky města Pelhřimova.

9 Seznam příloh

- Příloha č. 1 - Historie nejstaršího osídlení oblasti Pelhřimovska
- Příloha č. 2 - Přehled historických pamětihodností na Pelhřimovsku
- Příloha č. 3 - Přehled společenských cílů na Pelhřimovsku
- Příloha č. 4 - Přehled turistických cílů na Pelhřimovsku
- Příloha č. 5 - Přehled přírodních atraktivit na Pelhřimovsku
- Příloha č. 6 - Přehled turistických atraktivit na Křemešníku
- Příloha č. 7 - Řízené rozhovory se zaměstnanci TIC v Pelhřimově
- Příloha č. 8 - Grafy k dotazníku pro děti základní školy
- Příloha č. 9 - Grafy k dotazníku pro studenty střední školy
- Příloha č.10 - Grafy k dotazníku pro místní obyvatele regionu Pelhřimova
- Příloha č.11 - Grafy k dotazníku pro návštěvníky regionu Pelhřimova
- Příloha č.12 - Tabulky návštěvnosti k jednotlivým turistickým zařízením v Pelhřimově za rok 2006

Příloha č.1 - Historie nejstaršího osídlení oblasti Pelhřimova

Osídlení Pelhřimovska

Nejstarší stopy přítomnosti člověka v této oblasti představují archeologické nálezy, nejstarší, jako např. pazourkové čepelky, pocházejí ze střední doby kamenné (8000 - 5000 př.n.l.). Nejvíce bylo v muzeích nashromážděno nálezů z mladší a pozdní doby kamenné. (5)

(Fröhlich J., 1999: 101)

V době bronzové byl zaznamenán příliv různých kultur, většina nálezů z regionu pochází ale až z 1. poloviny 20. století a nebyly dostatečně odborně popsány. Z úlomků keramiky se lze domnívat, že Pelhřimovsko bylo v té době obydleno Kelty.

V 9. a 10. století patřila oblast do zájmové sféry Slavníkovců a po jejich vyvraždění se dostala pod nadvládu Přemyslovců. V roce 1444 zde byl vystavěn benediktinský klášter pražským biskupem Ottou a začala intenzivní osidlovací činnost. Severní část byla kolonizována dříve a rychleji, o což se zasloužila šlechta ze středních Čech. Jižní část kolonizovalo obyvatelstvo směrem od Třeboně a Jindřichova Hradce. Intenzitu osidlování ve východní části ovlivnilo dolování stříbra na Křemešnicku a v okolí Jihlavy. (13)

(Okresní muzeum v Pelhřimově, 2001: 18)

Příloha č. 2 – Přehled historických památek na Pelhřimovsku

1. Náměstí – historické domy (2)

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

Na náměstí jsou zastoupeny snad všechny významné stavební slohy gotikou počínaje a funkcionalismem 1. republiky konče. Původní gotická zástavba, která vzala za své při zhoubných požárech 16. století, byla nahrazena domy ve slohu renesančním (domy čp. 17 a 61 se v renesančním slohu zachovaly a u domů čp. 1, 2 a 3 se zachovaly původní renesanční kamenné sloupy podloubí). Po velkém požáru města roku 1766 byla většina fasád domů přestavěna ve slohu barokním (např. domy čp. 4, 5 a 6). 19. a 20. století poznamenalo charakter náměstí několika stavbami, např. hotel Slávie v secesním slohu a budova Komerční banky ve slohu prvorepublikového funkcionalismu.

Původní historické domy se zachovaly jen na západní a severní straně náměstí, tam kde je podloubí.

2. Dolní (Jihlavská) brána

Brána byla vystavěna v 16. století jako pevná součást městského opevnění. Je pětipatrová, vysoká 36 metrů. Střecha má starší středověký čtyřboký stanový tvar – z hřebenu vystupuje osmiboká lucerna s cibulí, bání a praporkem s hvězdou. Zakončení tvoří římsa s renesančním profilem, nad ní vystupují dva čtyřboké hodinové ciferníky (hodiny byly instalovány pravděpodobně koncem 17. století).

V současnosti je zde umístěna expozice Muzea rekordů a kuriozit.

3. Radnice

První zmínka o radnici v Pelhřimově je z roku 1491 (bývala prý v domě čp. 80 na náměstí - viz Historické domy na náměstí). Po požáru roku 1582 byla radnice přemístěna do zámku Říčanských a zde vydržela až do roku 1849, kdy byl zámek postoupen c. k. Okresnímu soudu. Radnice pak přesídlila do domu čp. 1, který město vlastnilo již do roku 1671. Dům míval původně štít, který však byl roku 1841 snesen a navzdory pozdějším snahám dodnes neobnoven. Z okna v patře byl 28. října 1918 oznámen vznik samostatné Československé republiky.

4. Dům čp. 3

Nejstarší část domu pochází patrně ze 14. století. Na současný půdorys byl dům rozšířen na přelomu 15. a 16. století. Další přestavba se uskutečnila po velkém požáru města (r. 1561) zřejmě v roce 1566 (svědčí o tom deska s kamenickou značkou a letopočtem nad portálem).

Hlavní změnou byl tehdy vznik podloubí, které bylo zaklenuto klenbami dochovanými do současnosti. Podstatná část dochovaného objektu pochází z přestavby po dalším požáru v roce 1766, kdy dům obdržel barokní fasádu. V roce 1878 bylo zazděno podloubí (obnoveno v roce 1994 v rámci celkové rekonstrukce domu).

5. Fárův dům

Za zmínku stojí dům čp. 13 nazývaný též podle původního majitele Fárův dům. V tomto domě, původně s barokní fasádou a mansardovou střechou, byl hostinec „U zlatého soudku“. V letech 1913 - 1914 byl, podle návrhu významného pražského architekta Pavla Janáka, přestavěn v kubistickém slohu.

Architekt Janák v Pelhřimově zanechal ještě dvě stavby. Vypracoval také návrh kubistické přestavby jižní strany náměstí, ale z tohoto záměru se zachovala pouze barevná studie.

6. Dům čp. 17

Krásným příkladem italského renesančního stavitelství je dům čp. 17, postavený v 16. století Jenem Broumem z Chomutovic a posléze Janem Kržem z Plotiště (erby obou a jejich manželék se dochovaly v průjezdu domu). Na domě bylo koncem 20. let našeho století obnoveno původní renesanční psaníčkové sgrafito. Dnes se v budově nachází Galerie M a ve sklepení domu unikátní Muzeum strašidel.

7. Zahradní domek v Děkanské zahradě

V zahradním domku v Děkanské zahradě zřídilo město pomníček pelhřimovskému děkanu, papežskému prelátovi Msgre. Františku Bernardu Vaňkovi (1872 – 1944) vlasteneckému knězi, který zemřel v roce 1944 v koncentračním táboře v Dachau. V zahradním domku rád pobýval a psal své články a kázání.

8. Šrejnarovský dům

V průjezdu domu je umístěno lapidárium, které představuje různé kamenné artefakty z Pelhřimova a okolí, jako například kamenná nadpraží z měšťanských domů, některá datovaná nebo zdobená domovními značkami. Za zmínku stojí hlavně lomený oblouk gotického okna z Proseče – Obořiště.

V malém dvorku jsou vystaveny hodinové stroje z věží pelhřimovských městských bran. V levém horním rohu dvorku jsou k vidění dvě původní kamenné desky sejmuté ze zdi Horní městské brány. Je na nich vytesaný nápis, který připomíná jeden z velkých požárů města v roce 1561. Stálá expozice ve Šrejnarovském domě mapuje historii Pelhřimovska, od osídlování oblasti, založení města, vlivů husitských válek a protireformace až po národní obrození, dále je zde zachycena historie cechů, řemesel, počátky průmyslu na Pelhřimovsku

a expozice ručních střelných a chladných zbraní.

V roce 2003 byly nově zpřístupněny sklepní prostory s instalovanou výstavou archeologických sbírek.

9. Domů čp. 79 a 80

Na východní straně náměstí vpravo stojí rohový dům čp. 80 s modrou fasádou. Na tomto místě údajně ve středověku stávala radnice, v níž se v rozmezí let 1444 – 1450 konalo šest sněmů zástupců městské panské jednoty a Jednoty poděbradské za účelem sjednání zemského míru. Sněmů se zúčastnil též budoucí český král Jiří z Poděbrad.

V sousedním domě čp. 79 bylo v období mezi dvěma světovými válkami pověstné cukrářství „U Lipských“. V tomto domě se narodily dvě známé osobnosti, bratři Oldřich a Lubomír Lipští.

10. Kašna se sochou sv. Jakuba

Kašna, která je ústředním bodem Pelhřimovského náměstí, je poprvé zmiňována roku 1546. Podle německého nápisu, vytesaného na jednom z pilastrů, pochází její dnešní podoba z dílny J. Schlesingera ve Světlé nad Sázavou a je datována do roku 1828.

Uprostřed kašny stojí osmiboký sloupek ze zdobenou římskou, na níž je čtyřboká hlavice se čtyřmi lvími hlavami, chrlícími vodu. Na vrcholu hlavice je umístěna socha sv. Jakuba Většího v poutnickém šatu zdobeném lasturami a s kloboukem spuštěným na záda. V ruce má poutnickou hůl zakončenou křížkem. Sv. Jakub je patronem Španělska a kromě jiného i patronem poutníků.

Umístění jeho sochy na kašně je symbolické, protože Pelhřimov má ve znaku poutníka a pokud bychom vzali v úvahu, že název Pelhřimov se odvodil od latinského Pelegrinus, což v podstatě znamená poutník, pak ho můžeme považovat i za patrona Pelhřimova.

11. Horní (Rynárecká) brána

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

12. Zámek Římských

Jeho počátky jsou obestřeny mnoha nejasnostmi. Byl snad původně věžovitou gotickou stavbou asi z 15.století. Zbytky se dochovaly v tzv. Gotické síni v přízemí zámku a dokládají, že tento objekt byl zakomponován do městského opevnění.

Adam Říčanský z Říčan, který koupil pelhřimovské panství od Viléma Trčky z Lípy, nechal zámek postavit v letech 1510 – 1551 na místě starého panského domu a využil i věž městského opevnění. Po požáru města roku 1561 byl zámek přestavěn v renesančním slohu.

O deset let později se zámek stal sídlem městské rady. Jako radnice sloužil až do roku 1849, kdy sem přesídlil c. k. okresní soud, který zde byl až do roku 1907. Od roku 1908 jsou v zámku expozice muzea.

V současné době má zámek pozdně barokní podobu, o kterou se zasloužila přestavba po velkém požáru města roku 1766. Na přelomu 17. a 18.století byla k východní straně zámku přistavěna městská věznice s vězeňskou kaplí.

Nejcennějším interiérem zámku i celého města je freskový sál. Do roku 1572 sloužil jako zámecká hodovní síň, po přestěhování radnice do zámku se stal radní síní.

V sousedství sálu se dochovala původní černá kuchyně, kde se v 16.století připravovalo jídlo.

13. Kostel sv. Víta

Je nejstarším pelhřimovským kostelem a původním farním kostelem obce. Byl patrně založen ve 2. nebo 3. třetině 13. století. Původně byl vystavěn v gotickém stylu, patrně v zakončení jeho presbytáře. Za husitských válek přešel roku 1422 Pelhřimov do rukou táboritů a v kostele byla vysluhována mše svatá pod obojí. Fara od sv. Víta byla přenesena

ke kostelu sv. Bartoloměje pravděpodobně roku 1463. Kolem kostela sv. Víta se od nepanští rozkládal hřbitov a po přenesení farnosti ke kostelu se na dlouhá léta stal kostelem hřbitovním.

Po roce 1600 došlo k přestavění a kolem roku 1614 k úpravě renesanční, která se projevila v přestavbě přední části lodi a ochozů. Kostel byl zvenčí vyzdoben sgrafitem. Roku 1646 kostel vyhořel a konečné barokní úpravy se dočkal až v rozmezí let 1739 až 1740. Věž kostela (zvonice a původní brána na hřbitov) byla přistavěna roku 1575 a při barokní úpravě kostela byla zvýšena o jedno patro. Dispozice kostela je trojlodní, orientovaná na východ, kněžiště je uzavřeno pěti boky pravidelného osmiúhelníku. Barokní úpravou bylo pozměněna přístavba sakristie. Uvnitř kostela jsou na klenbě a stěnách vymalovány výjevy ze života a mučednické smrti sv. Víta, jakož i alegorie Víry, Naděje a Lásky. Hlavní oltář je raně barokní z roku 1687. Náhrobní kameny jsou renesančního původu.

V současné době se zde konají koncerty vážné hudby a kostel též slouží jako výstavní síň.

14. Kaple pany Marie Sedmibolestné

Roku 1658 dal pelhřimovský purkmistr Jan Eusebius na tomto místě postavit boží muka. Poté, co se v Pelhřimově údajně odehrálo několik zázračných uzdravení, které byly dávány do souvislosti s obrazem Panny Marie na těchto božích mukách, byla postavena na jejich místě měšťanem Tobiášem Grötzelem v letech 1710–1714 kaple. Slohově nejčistší stavba ve městě je dílem italských stavitelů Reverelliových a jako jediný církevní objekt si zachovala dodnes původní podobu, pouze část ambitů byla stržena kvůli stavbě silnice. Kupole centrální osmiboké kaple a dvě hranolové věže jsou kryté šindelem. Do oltáře byla zabudována již zmiňovaná boží muka, umělecky hodnotná je kovaná mříž a malby na kopuli zobrazující zemské patrony. V kryptě kaple byli pohřbíváni příslušníci měšťanských rodin. Městský hřbitov sem byl přenesen roku 1787 od sv. Víta a sloužil svému účelu až do roku 1906.

15. Drechselova vila

Byla postavena v kubistickém slohu v letech 1912-1913 podle návrhu arch. Pavla Janáka stavitelem Karlem Postráneckým pro císařského radu a okresního hejtmána Jana Drechsela.

V evropském kontextu je významnou kubistickou stavbou. Patrová nárožní vila má výraznou hlavní římsu, uliční průčelí v přízemí člení čtyři okna s lineární a diagonální kubistickou plastikou. Krytou terasu zdobí po celé šíři boční fronty pět sloupů křížového půdorysu, které jsou stylizovány do podoby kubistického kalichu.

16. Kostel sv. Kříže

Roku 1671 dal pelhřimovský měšťan a radní Jan Kryštof Blažejovský s chotí Dorotou vybudovat nad městem malou církevní stavbu. Měla předsíňku, kapli a vlastní Kristův hrob. V roce 1750 došlo k jejímu rozšíření. Ke kapli byl přistavěn kostel s věží, uvnitř byla vyzdobena malovaným cyklem Kristova utrpení. Zkáze v době josefinských reforem unikla jen prodejem do soukromých rukou, přesto však chýtrala nedostatečnou údržbou. Městská rada se roku 1865 usnesla, že ji zboří a vystaví kostel nový. Prostředky na něj sbíral již několik let pelhřimovský děkan P. Vojtěch Holý. Návrh místního stavitele Josefa Šlechty byl realizován v letech 1883-1886. Stavba, postavená v čistě pseudogotickém slohu, je obrácena k městu vysokou věží.

17. Kostel sv. Bartoloměje

Kostel byl postaven v roce 1300. Má typickou středověkou polohu – blízko náměstí, ale vchod je odvrácen od tržiště, aby křik trhovců a lomoz vozů nerušily bohoslužby. Původně malá asi jen 11m dlouhá gotická bazilika zasahovala do městského opevnění, a proto byla také nazývána kostelem P. Marie ve zdech. Pravděpodobně roku 1463 sem byla přenesena farnost od sv. Víta. Kdy byl kostel přejmenován se neví s jistotou. V 16.století byl přestavěn renesančně a ozdoben sgrafity, aby byl podtržen renesanční ráz centra města. Roku 1576 byla přistavěna věž. Hlavnímu pelhřimovskému kostelu se nevyhnul žádný z tří velkých požárů města v letech 1561, 1646 a 1766, ale jak kostel tak město po požárech vyrostly do nové krásy. Po požárů roku 1646 bylo započato s vnitřními a později i vnějšími barokními přestavbami. V letech 1724-1725 byla loď prodloužena až za původní hradbu. Nové varhany dostal kostel v roce 1768 a na věži bylo nainstalováno 5 nových zvonů. Největší z nich Bartoloměj, při požáru roku 1794 pukl a ostatní spadly. Po tomto požáru byla věž opatřena novou bání.

(Dojavová M., 2002: 44-46)

Příloha č. 3 – Přehled společenských cílů na Pelhřimovsku

1. Městské divadlo

Budova byla původně vystavěna jako solnice (sklad soli) v roce 1707. Roku 1766 při požáru města vyhořela a sklad soli byl přemístěn do špýcharu. V roce 1882 byl založen fond na postavení městského divadla (Národního domu). K tomuto účelu město darovalo starou budovu solnice. Divadlo postavil v letech 1895 – 1896 místní stavitel Stanislav Rokos jako podlouhlou jednopatrovou budovu v neoklasicistním stylu. Vstupní část zdůrazňuje balkon na pilířích a velké, půlkruhově zakončené okno ke schodišti. (2)

(Dojavová M., 2002: 48)

3. Kulturní dům Máj

V objektu se nachází:

- velký sál;
- malá scéna;
- salónky, klubovny;
- Ředitelství kulturních zařízení města Pelhřimova.

Velký sál

Kapacita: 250 – 500 dle uspořádání.

Sál, foyer, přísálí, šatny, restaurace.

Využití pro plesy, konference, koncerty a další kulturní a společenské akce.

Uspořádání: konferenční – 250 míst, společenské – 500 míst, divadelní – 400 míst.

Malá scéna

Kapacita: 143

Využití pro koncerty, divadla, kulturní akce.

Salónky

Salónek I.: 64 - 92 míst – dle uspořádání.

Salónek II.: 20 - 36 míst – dle uspořádání.

Klubovny

Cca 30míst

Využití pro školení, kurzy, prezentace, apod..

Uspořádání stolů a židlí dle přání objednavatele.

Vybavení: zpětný projektor, tabule, velkoplošná projekce, a další - dle potřeb objednavatele.

Ceny pronájmu jsou smluvní – dle prostorové a organizační náročnosti objednavatele. (22)

Příloha č. 4 – Přehled turistických cílů na Pelhřimovsku

1. Muzeum rekordů a kuriozit

Největší, nejmenší, nejdelší, nejtěžší, nejrychlejší, nejvytrvalejší ... To vše jsou přívlastky, s nimiž se v expozici Muzea rekordů a kuriozit setkáte na každém kroku. Muzeum mapující unikátní výkony českých a světových rekordmanů, z nichž mnozí jsou zapsáni v České knize rekordů a někteří také v publikaci Guinnessovy světové rekordy, sídlí v Pelhřimově - městě rekordů. V pěti nově zrekonstruovaných patrech pelhřimovské Dolní brány se podařilo nashromáždit unikátní exponáty jinde na světě se nevyskytující. Muzeum bylo otevřeno 1. července 1994 jako jediné zařízení svého druhu ve střední Evropě. Fotografická expozice zachycuje unikátní momenty z průběhu uplynulých ročníků festivalu „Pelhřimov – město rekordů“, záběry z dalších netradičních akcí agentury Dobrý den i dalších rekordních pokusů pořádaných na území ČR a přibližuje atmosféru zahraničních festivalů ve Francii, Belgii a Německu, kde agentura Dobrý den reprezentovala Českou republiku. Přes padesát nejrůznějších trojrozměrných maxiexponátů a miniatur spolu se zasvěceným výkladem průvodce představuje průřez oblastmi kuriózních lidských činností. Expozice je agenturou využívána pro různé mediální soutěže a každý nový exponát je prostřednictvím celostátních médií představován široké veřejnosti. (18,22)

2. Muzeum strašidel

Exponáty vystavené v Muzeu strašidel jsou repliky nadpřirozených bytostí, které se v okolí Pelhřimova skutečně vyskytují nebo vyskytovaly. Toto je doloženo nejen ve vyprávění očitých svědků, ale i zapsáno ve vlastivědných sbornících. Expozici vytvořil tým nadšenců ve složení: Martin Ecler, Věra Vacková, Drahoslava Kolářová, Jiří Hašek, žáci ZUŠ Pelhřimov, učni SOU Pelhřimov a pracovníci Kulturních zařízení města Pelhřimova. Muzeum vzniklo za finanční podpory Kulturních zařízení města Pelhřimova a Fondu Vysočiny. (22)

3. Muzeum Vysočiny Pelhřimov (21)

Historie Muzea Vysočiny v Pelhřimově

Návrh na založení muzejního spolku a muzea v Pelhřimově, podaný ředitelem reálného gymnázia Václavem Petřem, schválilo pelhřimovské obecní zastupitelstvo dne 11. září 1901. Koncem roku 1907 byl z podnětu Jana Frieda, Karla Juna a JUDr. Antonína Linharta muzejní spolek reorganizován a následujícího roku byla zpřístupněna ve třech místnostech bývalého zámku pánů z Říčan první stálá expozice pelhřimovského muzea. Členové muzejního spolku se soustředili především na činnost sbírkotvornou a publikační. RNDr. Jan Fried vedl veškerou muzejní agendu až do zániku muzejního spolku v roce 1951. Pravděpodobně k 1. lednu 1954 došlo k převzetí muzea do státní správy. Muzeum dostalo oficiální název Okresní vlastivědné muzeum v Pelhřimově a bylo řízeno Okresním národním výborem v Pelhřimově. Do roku 1960 podléhalo pelhřimovské muzeum metodickému řízení Krajského muzea v Jihlavě. Po reorganizaci státní správy a zrušení Jihlavského kraje přešlo muzeum pod metodické řízení Jihočeského muzea v Českých Budějovicích. Ve Šrejnarovském domě (Masarykovo náměstí č.p. 10) byla zpřístupněna v roce 1985 druhá část stálé expozice, zaměřená na historii pelhřimovského regionu. V roce 1991 muzeum oslavilo 90. výročí založení otevřením nové stálé expozice v zámku

Říčanských, která připomíná významné osobnosti Pelhřimovska a také ve větší míře představuje sbírkový fond z depozitářů muzea. O dva roky později byla reinstalována též stálá expozice ve Šrej-narovském domě. Počátkem roku 2003 se z bývalého Okresního muzea Pelhřimov stává, v důsledku změny územně správních celků, příspěvková organizace zřizovaná krajem Vysočina s názvem Muzeum Vysočiny Pelhřimov. V souvislosti s těmito změnami dochází i k podstatné reorganizaci ve vedení muzea i jeho struktuře. Současné vedení připravilo rozsáhlé změny stylu práce muzea jako odborné organizace a radikální změny v náplni a prezentaci stálých expozic.

Expozice "Městská šatlava"

Tato expozice je koncipována jako historická, kdy se vycházelo z autenticity místa a bohatého pramenného materiálu. Městská věznice je v těchto místech doložena od 16. století (její nejstarší část v bývalé baště-věži). V čísle popisném 11, tedy bývalé městské šatlavě, je zpřístupněno nádvoří, cela, mučírna a vězeňská kaple. Ústředním místem "šatlavy" je mučírna v bývalé baště, zařízení přesnými a věrohodnými kopiemi mučícího nástroje - skřipce a pulpitu (stolku pro písaře). Unikátní je bývalá vězeňská kaple, zařízení prostým oltářem, krucifixem a liturgickými artefakty. Vlastní "loď" kaple má instalovanou malou expozici liturgických potřeb a textilií. Výstavba této expozice bude pokračovat pořízením přesných replik dalších mučících nástrojů.

Expozice "Josef a Zdeněk Šejnostovi"

Muzeum Vysočiny Pelhřimov spravuje rozsáhlou sbírku medailí, plaket, plastik, modelů a kreseb z dílny významného českého sochaře-medailéra Josefa Šejnosta (rodáka z Těšenova pod Křemešníkem). Dosavadní malá expozice tohoto umělce neodpovídala významu a hodnotě jeho díla. Po získání podstatné části pozůstalosti akademického sochaře Josefa Šejnosta a jeho syna akademického sochaře Zdeňka Šejnosta zahájilo Muzeum Vysočiny Pelhřimov budování nové a skutečně reprezentativní expozice těchto umělců. Vypracováním plánu a rozpočtu této expozice bylo přistoupeno k postupné realizaci ve čtyřech místnostech zámku Říčanských z Říčan.

Čítárna

Knihovna Muzea Vysočiny Pelhřimov byla zapsána v souladu se zákonem 257/2001 Sb. do evidence knihoven na Ministerstvu kultury ČR pod pořadovým číslem 1490/2002. Je specializovanou veřejnou knihovnou, zajišťující knihovnické služby prezenční formou. Spolu s muzejním archivem nabízí veřejnosti badatelnu se čtyřmi místy. Knihovna je veřejnosti přístupná od pondělí do pátku vždy od 13.00 do 16.00 hodin. V případě potřeby je možné domluvit i jiný termín návštěvy v pracovním týdnu.

V polovině listopadu 2003 měl knižní fond (odborná a regionální literatura) celkem **12 089 svazků**. Součástí knihovny je také sbírkový fond starých tisků (rozmezí let 1501 – 1850) s počtem více než 900 svazků. Knihovna odebírá 36 odborných a regionálních periodik. Knižní odborný fond je řazen podle systému MDT. V současné době užívá (kromě odborných pracovníků muzea) služby knihovny na 30 zapsaných čtenářů. Předpokládáme, že se jejich počet po registraci knihovny bude stále zvyšovat. Registrace je prováděna ručně na jednotlivé registrační lístky a poté je veden seznam registrovaných čtenářů, který je k dnešnímu dni už kolem 50. Připravuje se elektronická podoba katalogu knižních jednotek, které má k dispozici knihovna Muzea Vysočina. Provádí to knihovník a dodnes se mu podařilo zkatalogizovat přes 5500 knižních jednotek a ročně má v plánu zkatalogizovat na 1000 knižních jednotek. Jelikož jsou v knihovně ke studiu půjčovány i starší výtisky a to velmi vzácné, nejsou zde žádné absenční výpůjčky, zapůjčené knihy lze studovat pouze v budově Muzea. Služba je poskytována zdarma. Nejčastějšími registrovanými čtenáři jsou studenti a badatelé. Každý rok jsou nakupovány nové

publikace a knihovna je tak stále rozšiřována. Velkým problémem je, že o této knihovně nikdo neví, nemá žádnou reklamu, jediným zdrojem informací o dané knihovně je webová stránka www.muzeumpe.cz. V plánu muzea je však knihovnu v budoucím období propagovat, aby si získala více čtenářů.

Knižní fond je katalogizován elektronickou formou v systému Bach (řada ProArchiv – knihovna); muzejní knihovna není prozatím vybavena internetem.

Knihovna pelhřimovského muzea byla založena jako součást muzea v roce 1908. Akvizice knižního fondu probíhala v počátečním období zejména formou darů, a to jak soukromými osobami, tak i rozličnými institucemi (např. Českou akademií císaře Františka Josefa pro vědu, slovesnost a umění). Část knižního fondu získala knihovna z Magistrátu města Pelhřimova (zejména staré tisky), ale také z pelhřimovského gymnázia či městské spořitelny. Velká část historického knižního fondu (doposud nezapsaného podle nové evidence), včetně řad různých periodik, je doposud deponována mimo budovu muzea, nicméně tento fond je postupně zpracováván a vřazován do knihovny.

Důležitou součástí muzejní knihovny je fond regionální literatury, který svým obsahem mapuje v podstatě území celého bývalého okresu Pelhřimov. Fond regionální literatury dosahuje téměř 3000 svazků; je rozdělen na fond o Pelhřimovu, o bývalém okrese Pelhřimov, o jednotlivých městech Pelhřimovska a dále fond literatury, vážící se ke Kraji jihočeskému

a k současnému Kraji Vysočina. **Regionální knihovna pelhřimovského muzea je tak největší a nejlépe vybavenou regionální knihovnou v celém bývalém okrese Pelhřimov.**

Kromě knihovny je v zámku pánů z Říčan také velmi rozsáhlý muzejní archiv, který však není přístupný a slouží pouze k badatelské činnosti. Je zde také metodické centrum pro veřejnost.

4. Vyhlídková věž kostela sv. Bartoloměje

Věž je vysoká 67 m. Od roku 1796 zde bydlíval městský hlásný „ostrovid“ s rodinou. Hlásil čas od 22. hodiny noční do 5. hodiny ranní ze čtyřboké věže do tří stran. Směrem ke hřbitovu se netroubilo, aby nebyl rušen klid mrtvých a kvůli zasypaným horníkům ve stříbrných dolech na Křemešníku. Tradice troubení se udržovala až do 30. let 20. století, nyní se z věže troubí jen o štědrovečerní noci.

V současnosti věž nabízí nádherný výhled na město i okolní kraji z ochozu z výšky třiceti metrů. V horní části věže je zpřístupněna i komůrka hlásného s historickými fotografiemi města Pelhřimova. Cestou na ochoz se prochází kolem pelhřimovských zvonů. (12)

(Dojavová M., 2002: 46)

5. Síně Lipských aneb první české MÚZYum

Pelhřimov vzdal hold svým slavným rodákům vytvořením Síně Lipských, která byla umístěna do přízemí čp. 10 (tzv. Šrejnarovského domu) na pelhřimovském Masarykově náměstí.

Do podvědomí lidí se z rodu Lipských dostali zejména režisér Oldřich Lipský a jeho bratr herec Lubomír, ale mnoho práce v divadle, filmu či televizi odvedli i další členové této slavné umělecké dynastie. Expozice je rozčleněna do tří částí. V první se dozvíte o životě a dílu Lipských, o jejich působení v Pelhřimově a je zde zmapována jejich divadelní činnost.

Od ochotnického působení v místním Riegeru, přes Divadlo satiry až po Lubomírovo působení v pražských divadlech. K nahlédnutí jsou zde i články a recenze jejich prací. V druhé části, která je věnována filmové tvorbě, navštívíte biograf, kde můžete shlédnout sestřih nejznámějších filmových scén bratrů Lipských. Uvidíte zde řadu scének a rolí, které se vryly divákům do paměti, včetně skvělého monologu alchymisty, kterého ztvárnil Lubomír Lipský ve filmu „Císařův pekař“. Zde se můžete seznámit i s oceněními, které dostaly filmy Oldřicha Lipského, jsou zde k shlédnutí snímky z natáčení či filmové plakáty.

Třetí část se nazývá podle filmu vytvořeného O. Lipským „Velká filmová loupež“. Zde můžete obdobně jako ve zmíněném filmu vstoupit do děje nejznámějších filmů bratrů Lipských. Je možné zde poslat švestičky jako Hujer, vstoupit do cirkusového šapitó a zkusit nějaké figle klauna Cibulky nebo v uctivé vzdálenosti obejít Adélu, neboť nebudete vědět, jestli ještě nevečeřela. Budete zde moci otevřít dveře, aby jste se zděsili, jako John Camel ve „Čtyři vraždy stačí, drahoušku“ či vyzkoušet kouzelné dary ze „Třech veteránů“. Samozřejmě, vše neprozradíme, neboť zde můžete zažít ještě spoustu dalších dobrodružství.

Návštěva Síně Lipských potěší malé i velké návštěvníky a v každém jistě zanechá kousek moudra či radosti, které členové této dynastie kolem sebe rozdávali a rozdávají. (13)

7. Výstavní síň kostela sv. Víta

Po rekonstrukci zpřístupněna jedna z nejstarších budov Pelhřimova. Během roku jsou zde pořádány koncerty vážné hudby, v letních měsících zde probíhají výstavy. V objektu s nádhernou akustikou se nacházejí zrestaurované cenné barokní varhany. (13)

8. Stezka po stavebních slozích

Pelhřimov za dobu své existence prošel dlouhým vývojem, velmi podobným tomu, jakým procházela i jiná města srovnatelné velikosti a významu. Od převážně dřevěné zástavby původních polozemnic přes úzké gotické domy s hospodářským zázemím zde vyrůstaly výstavné renesanční objekty s podloubími zdobenými sgrafity a mohutné barokní stavby až po moderní zástavbu 19. a 20. století. Právě 19. století přineslo nejvýznamnější změny do charakteru městské zástavby. Do té doby uzavřený celek omezený hradbami silně ovlivnil rozvoj průmyslu a techniky. Střed města v předchozích staletích utrpěl dvěma ničivými požáry, které se však paradoxně zasloužily o jeho nynější malebný ráz. Ani ty však nezasáhly do jeho vývoje tak radikálně jako století páry. Zhruba od jeho poloviny byla postupně zazdívána všechna podloubí a ve vzniklých prostorách zřízeny obchody, dílny a výčepy. Na minérském plánu z roku 1777 je zachycena podoba centra města s dosud existujícím i již odstraněným loubím. Víme proto, že podloubí měly nejen všechny domy na náměstí, ale i v bočních ulicích. Do současnosti zůstalo zachováno pouze na dvou stranách náměstí, u dvou domů v Palackého ulici a v Růžové ulici. Podílely se na tom další požáry, které postihly město koncem 19. století, a také podnikatelské ambice různých společenstev i měšťanů, kteří se zhlédli ve velkoměstské architektuře. Místo domů provinčního charakteru je zaujaly stavby v módních historizujících a moderních slozích - secesi, kubismu, funkcionalismu. Město se uvolnilo z omezujícího sevření hradeb a začalo se rozrůstat. V jeho okrajových částech vyrostly nejen průmyslové podniky, ale také vilové čtvrti. Mezi těmito stavbami se nalézají i architektonické skvosty. Podobně jako hradby, byly i obě gotické brány vnímány jako omezující prvky. Jejich úzké rozpětí bránilo rozvoji automobilismu, a proto město uvažovalo o jejich stržení. K tomu naštěstí nedošlo, zbořena byla jen jejich předbraní. Dvacáté století však zanechalo na pelhřimovském náměstí i jiné,

příznivější stopy. Hned na jeho počátku byl dům čp.13 přestavěn v kubistickém slohu podle návrhů významného pražského architekta Pavla Janáka. V sedmdesátých letech byla provedena sanace podzemních prostor domů na náměstí. V poslední čtvrtině 20. století došlo k obnově podloubí v čp.1–6 a čp.13–17 a k zrestaurování renesančních sgrafit a fasád všech objektů na náměstí i v přilehlých uličkách. Tyto práce přinesly i několik překvapivých objevů, jako např. nález sgrafit na čp.14 nebo odkrytí srubu v čp.83. Pelhřimov se může pyšnit tolika nádhernými stavbami, že byl právem prohlášen městskou památkovou rezervací. Většina jich je prezentována na těchto stránkách pod názvem Stezka po stavebních slozích. (13)

Na webových stránkách města Pelhřimova www.pelhrimovsko.cz si můžete prohlédnout i interaktivní mapu, jež zobrazuje jednotlivé architektonické skvosty města Pelhřimova.

9.Stezka českou knihou rekordů

Mluvicí tabule rozmístěné v různých částech města Pelhřimova Vám poví dle Vašeho výběru to nejzajímavější z České knihy rekordů. Procházkou podél říčky Bělé můžete narazit na rekordmany i obří předměty. (14)

10. Zlaté české ručičky

Nová expozice Muzea rekordů a kuriozit v Domě dobrých dnů na Nábřeží rekordů a kuriozit 811 (na mostě v ulici V.B.Juhna) – kytary, housle, mandolíny, vázy, obrazy – vše ze sirek. Přes 80 staveb, 571 871 sirek a 248 344 zápalkových hlaviček 63 310 hodin práce jediného člověka (autor: Tomáš Korda) + loutka malující obrazy, parní stroj ze skla, sochy motorovkou...

Tomáš Korda, jež je autorem unikátů ze sirek, vložil již do své práce přes 40 let svého života.

Jedná se o soubor plastik, obrazů i trojrozměrných předmětů vytvořených v průběhu 40 let jedním člověkem. Veškeré stavby jsou výhradně z různobarevných zápalek použitím několika druhů lepidel a impregnačních, jedinou výjimku v záplavě sirek tvoří kovové mechaniky zápalkových hudebních nástrojů, čočky dalekohledu a skla zrcadel se zápalkovými rámy. (14)

Příloha č. 5 – Přehled přírodních atraktivit na Pelhřimovsku

Městské sady

Změna životního stylu a prudký rozvoj průmyslu po roce 1848 si vyžadovaly budování oddechových zón pro obyvatele průmyslových měst. Proto byly ve městech zakládány sady a parky.

Pelhřimov nechtěl zůstat za tímto trendem pozadu, proto roku 1880 Spolek pro zakládání sadů a krášlení města za předsednictví MUDr. Miloslava Kralerta zřídil na okraji města v blízkosti soukenického rybníka, valchy a sušárny první část městských sadů. Členy spolku byli lékaři, právníci, učitelé, průmyslníci, církevní činitelé, lesníci, úředníci.

Na určeném místě byly postupně káceny staré a vysazovány nové okrasné a ovocné stromky. Zavezením hygienicky závadného soukenického rybníka a regulací břehů říčky ozdravilo životní prostředí města. Podle možností byly Přikupovány a rekultivovány další plochy, směrem k Radětínu byla vybudována okružní cesta. Celkovou rozlohou 16 ha patřily sady k největším v Čechách.

Plány na rekultivaci druhé části zhotovil profesor zahradnictví z Tábora Karel Němec – syn B. Němcové.

Prostředky na budování a rozšiřování sadů byly získávány prodejem sena, dřeva a ovoce, z výtěžků plesových tombol, příspěvky od města, peněžních ústavů i soukromých dárců. Proto mohla být v roce 1890 na místě zrušené valchy postavena cihlová restaurace, v roce 1925 dětské hřiště, pak kluziště a v roce 1927 dřevěný hudební pavilon. Sady se staly oblíbeným výletním místem občanů města. Pro pohodlí výletníků byly v sadech a parcích instalovány lavičky.

Spolek pro zakládání sadů a krášlení města se staral i o rekultivaci dalších ploch ve městě a okolí. Tak byly vysázeny stromy na místě zrušeného hřbitova u sv. Víta, u kaple Panny Marie, dále vznikl háj na místě zrušeného hřbitova u Skrýšova, došlo k zalesnění železničního náspu a založení aleje směrem ke dvoru Peklo, aleje při silnici na Křemešník a na Pražské ulici, osázena byla i hráz rybníka Stráž.

V současné době probíhá z iniciativy MÚ rekultivace městských sadů a dalších ploch. (2)
(Dojavová M., 2002: 48)

Přírodní atraktivita na Křemešníku

(umístěny v Příloze č.6)

Příloha č. 6 – Přehled turistických atraktivit na Křemešníku

Přírodní rezervace Křemešník (1)

Zalesněný skalnatý vrch s poutním kostelem se nachází 8 km východně od Pelhřimova v katastru obce Sázava. Vrcholová partie vrchu Křemešník byla vyhlášena přírodní rezervací v roce 1985. Její výměra je 37 ha a nadmořská výška se pohybuje mezi 676 – 765 m. Chráněné území se nachází v těsné blízkosti kostela a lyžařské sjezdovky. Porost rezervace tvoří vzácné druhy chladnomilných rostlin a druhově i věkově rozrůzněné lesní porosty dřevin. Rovněž skladba živočichů je velmi pestrá. Bylo zde zaznamenáno více než 300 druhů motýlů, vzácné můry, mnoho druhů ptáků, mj. výr velký a plštík lískový. Šetrné lesnické hospodaření směřuje k ještě pestřejší druhové skladbě lesních porostů. Přes tuto rezervaci prochází řada turisticky značených cest.

1. Naučná stezka na Křemešníku

Cílem naučné stezky je seznámit co nejširší veřejnost s přírodními a kulturními hodnotami Křemešníku, sblížit návštěvníky s přírodním prostředím a naplnit rekreační funkce příměstského lesa.

Naučná stezka začíná příjemnou procházkou Lesním statkem královského města Pelhřimova a dále pokračuje přírodní rezervací Křemešník, která se nachází na balvanitém hřebenu severně od vrcholu Křemešník v nadmořské výšce 680 – 740 metrů. Po příjemné procházce překrásnou přírodou se dostaneme ke studánce U Buku, o které se vypravuje, že je propojena se zázračnou studánkou na druhé straně kopce a stejně jako v ní, tak i v této studánce je periodický výskyt vývěru pramene. Současnou podobu získala v roce 2001. Jméno má podle velkého buku, který u ní kdysi rostl. Můžeme ovšem obdivovat i kulturní památky, kterými se Křemešník může také pyšnit. Patří mezi ně mimo jiné „zázračná studánka“, „Křížová cesta“, „Poustevna“, „Kaplička Nejsvětější Trojice“. Pěkný pohled nabízí i myslivna Korce. V archivních materiálech se objevuje zpráva o existenci vesnice Korce již v roce 1454. Ta se v poměrně krátké době stala pustou. Koncem 16. století se uvádějí na Křemešníku revíry, z čehož lze předpokládat, že tu bylo i obydlí myslivce. Kdy byla myslivna postavena, není známo. První prokázané působení myslivce na Korcích je z roku 1756, stejnojmenná správa revíru je uváděna po roce 1790. V roce 1998 bylo přikročeno k její zásadní renovaci, současnou podobu má od roku 2000. Posledním zastavením je Stříbrná studánka a přírodní památka Ivaniny rybníčky.

2. Stříbrná studánka a Studánka u Buku

Stříbrná studánka se nalézá přibližně 1 km od zázračné studánky s kapličkou. Má stejné chemické složení. Stříbrná studánka pod hájovnou v Korcích je hojně navštěvována pro svoji mimořádně kvalitní vodu, která teče celoročně. V 15 století se zde dolovalo stříbro a šachty se táhly od Vyskytné přes Sázavu až na Křemešník. Ještě dnes můžete pozorovat zbytky štol a hald. (www.pelhrimovsko.cz)

O studánce U Buku se vypravuje, že je propojena se zázračnou studánkou na druhé straně kopce a stejně jako v ní, tak i v této studánce je periodický výskyt vývěru pramene. Objevení vody bývá přibližně ve stejný čas, obvykle o něco později a také končí dříve, bývá i slabší. Zřejmě má souvislost se spodním, níže položeným pramenem. Voda podrobená rozboru, ke kterému ji v r. 1876 zaslal do Prahy spolu s vodou z poutní studánky tehdejší korecký revírník Farka, zjištěna ještě čistší, i zde se stříbrem ve sloučeninách. Studánka zaznamenána jako roubená již v roce 1900, (málo známá).

Současnou podobu získala v roce 2001. Jméno má podle velkého buku, který u ní kdysi rostl. (www.pelhrimovsko.cz)

3. Kostel Nejsvětější Trojice

Nejstarší známou stavbou byla dřevěná kaplička z roku 1555, kterou nechal na vrcholku vystavět pelhřimovský měšťan Matouš Chejstovský ke cti Nejsvětější Trojice. Roku 1750 byl položen základní kámen k novému kostelu, který se zachoval v původní podobě do dnešní doby. Že je to stavba rozlehlá, trojlodní, s věží, stylu barokního atd., je nejlépe si prohlédnout na místě. Veliké množství nástěnných maleb se scénami od stvoření světa, ze Starého zákona, obrazy českých patronů, neobvyklý trojboký oltář, řady soch, nápisů, zlacené výzdoby – to vše se zde také nenechá popřít.

4. Větrný zámek

V roce 1930 si známý sochař a medailér Josef Šejnost, rodák z nedalekého Těšenova (jeho odkaz můžeme obdivovat v Okresním muzeu Vysočiny v Pelhřimově), začal stavět pseudogotický hrádeček „U sedmi havranů“, nebo také „Větrný zámek“. Plánoval zde zřízení muzea všech svých dosavadních medailérských prací. Stavba zůstala do dnešních dnů nedokončena. Jedním z důvodů byly spory o pozemek. Autorem projektu byl věhlasný pražský architekt Kamil Gilbert, který v roce 1929 dokončil stavbu katedrály sv. Víta na Pražském hradě, započatou už ve 14. století.

5. Kaplička Nejsvětější Trojice

Barokní kaplička pod kostelem byla postavena asi roku 1689 nad „zázračným“ pramenem. Má půlkruhový portál a trojúhelníkový štít s reliéfem od Františka Bílka. V roce 1896 byla kaplička opravena a doplněna o sochy sv. Josefa a sv. Anny, roku 1939 byla opatřena železnou mříží. Uvnitř kapličky je dřevěná deska s jednou z mnoha básní opěvující Křemešník.

6. Poustevna

Kaplička u Stříbrné studánky je sama o sobě historickým klenotem. Pokud však uděláme několik kroků za kapličku, otevře se před námi otvor do země – podle pověsti je to dávné obydlí poustevníka Jiřího Mrňávka.

7. Rozhledna Pípalka

Klub českých turistů splnil sen mnoha návštěvníků a v letech 1992-93 vybudoval podle projektu Ing. Vladimíra Žáka a za pomoci armády rozhlednu nazvanou Pípalka podle předsedy turistického oddílu Pelhřimov Pavla Pípala. Je vysoká 52 m, vede na ni 206 schodů a vyhlídková plošina s orientačními tabulemi se nachází ve výšce 44 m. Při běžné viditelnosti je rozhled do okruhu 30 km, za mimořádné viditelnosti na jaře a na podzim je možné spatřit např. Klet, Boubín a Velký Javor na Šumavě, Novohradské hory, dokonce i 200 km vzdálené Krkonoše.

9. Křížová cesta

Expozita František Bernard Vaněk začal po svém příchodu na Křemešník budovat křížovou cestu od „zázračné“ studánky ke kostelu. Autorem návrhu je Vaňkův spolužák, sochař František Bílek. Kapličky postavil Antonín Thein z Černova, původní obrazy v kapličkách byly dílem Viktora Foerstera. Kristův hrob rovněž navrhl František Bílek a sochu Krista zhotovil Antonín Bílek. Obrazy v kapličkách za II. světové války podlehly zkáze, proto byly nahrazeny novými, které namaloval tehdejší pelhřimovský výtvarník Raimund Ondráček. Viktor Foerster vytvořil kromě obrazů křížové cesty i mozaiku nad vchodem do fary.

10. Skalka

Léčivý pramen, čistá příroda, zajímavá barokní stavba kostela a romantický výhled ze skalky na vrcholu, to vše lákalo odedávna poutníky na Křemešník. Dnes je výhled ze skalky zakryt vzrostlými stromy. Skalka je opředena mnoha pověstmi. Podle jedné z nich dívku, která na skalku vystoupí bosá a oběhne křížek stojící na jejím vrcholu, čeká do roka svatba. Druhá pověst vypráví, že jakýsi zlý člověk se kdysi vloupal do kostela, ukradl zlatý kalich a vynesl jej pod kabátem ven. Původně lehký kalich však přechajícího zloděje každým krokem více tížil. Po padesáti krocích od kostela už byl těžký jako cent. Proto jej musel položit na zem. Rozhlédl se, zda jej někdo nepronásleduje, a chtěl pokračovat v cestě. Stalo se však něco neuvěřitelného. Ukradený kalich se proměnil ve skalku.

11. Rozhledna Pípalka

Klub českých turistů splnil sen mnoha návštěvníků a v letech 1992-93 vybudoval podle projektu Ing. Vladimíra Žáka a za pomoci armády rozhlednu nazvanou Pípalka podle předsedy turistického oddílu Pelhřimov Pavla Pípala. Je vysoká 52 m, vede na ni 206 schodů a vyhlídková plošina s orientačními tabulemi se nachází ve výšce 44 m. Při běžné viditelnosti je rozhled do okruhu 30 km, za mimořádné viditelnosti na jaře a na podzim je možné spatřit např. Klet, Boubín a Velký Javor na Šumavě, Novohradské hory, dokonce i 200 km vzdálené Krkonoše.

12. Hotel Křemešník

Zájezdni hospoda na Křemešníku je doložena už kolem poloviny 19. století. Sloužila k ubytování a občerstvení poutníků, později turistů. V roce 1911 ji přestavěl pelhřimovský stavitel Karel Postránecký. Na počátku II. světové války architekt Otakar Bouška při dalších úpravách vtiskl objektu ráz horského hotelu, který zůstal zachován i při poslední rekonstrukci v letech 2001-2002, kdy se po změnách majitelů a složitých jednáních dostal hotel zpět do vlastnictví města. Jeho interiéry prošly zásadními úpravami, takže odpovídají požadavkům moderní doby. Přestavbu provedla První kamenická stavební a obchodní společnost s.r.o. Autorem projektu je Ing. ach. Ivan Drobny.

Návštěvníkům slouží restaurace, vinárna, salonek a patnáct dvoulůžkových pokojů s přistýlkami. Při přestavbě hotelu se počítalo i s možností občerstvení návštěvníků nedaleké lyžařské sjezdovky s vlekem.

13. Škola na Křemešníku

První zprávy o vyučování dětí na Křemešníku pocházejí již z roku 1796. Škola zde existovala od roku 1848 jako jednotřídní, od roku 1881 jako dvojtřídní pro děti ze Sázavy, Lešova, Stříteže, Proseče a Kamenicka. Když si tyto obce postupně postavily kvůli docházce dětí do školy v nepříznivých povětrnostních podmínkách vlastní školy, byla škola na Křemešníku v roce 1935 zrušena a její budovu odkoupila nově zřízená Matice křemešnická pro své účely.

(Dojavová M., 2006: 3-15)

Příloha č. 7 – Řízené rozhovory se zaměstnanci TIC v Pelhřimově

Řízené rozhovory byly provedeny dne 6.12.2006.

1. Kolik je v Pelhřimově průvodců, jaké informace podávají a jaké je jejich vzdělání?

Odpověď:

Odborný výklad podávají 2 dámy se vzděláním v oblasti historie, které jsou zaměstnány městem. Pracoviště obou historiček je v Muzeu Vysočiny, kde se mimo sezónu starají o exponáty a vedle toho se také věnují badatelské činnosti, přes léto pak poskytují odborné výklady návštěvníkům Pelhřimova. Možnost získání kontaktu na obě dámy v Informačním centru. Částka za hodinu výkladu je 150 Kč. Prohlídky po historickém jádru města – 2 okruhy – 1. okruh po náměstí a dále 2. okruh kolem města po různých historických památkách.

2. Co poskytuje Informační centrum v Pelhřimově?

Odpověď:

- poskytování informací o Pelhřimově a jeho blízkém okolí;
- o aktuálních kulturních akcích, ale i o plánovaných kulturních akcích;
- o otevíracích dobách;
- o službách, které poskytuje MěÚ;
- možnost internetu (k dispozici jsou 2 počítače, čtvrt hodinové připojení na internet je zdarma a pak se platí);
- dostupnost různých druhů letáčků a brožur s informacemi o památkách, přírodních zajímavostech, kulturních a sportovních vyžitích, ubytovacím zařízení, stravovacích zařízeních, informace o okolních městech a zajímavostech nacházejících se v blízkosti Pelhřimova;
- možnost zakoupení lístků na divadelní představení a lístků do kina, také lístky na obdobná představení v kostelech atd.;
- služba TICKETPORTAL – zaměstnankyně mohou objednat prostřednictvím internetové sítě lístky např. do Národního divadla, do Národního muzea atd...(pouze omezený počet zařízení);
- prodej různých publikací, upomínkových předmětů, atd.;
- k dostání zdarma Pelhřimovské noviny;
- k dostání zdarma také TIM – Turistický informační magazín – dvoujazyčný;
- k dostání programy do kina, divadla, atd.;
- informace jsou poskytovány ve dvou jazycích (německy a anglicky).

3. Co zajímá především místní obyvatele?

Odpověď:

- nákup nově vydávaných publikací vztahujících se k Pelhřimovu;
- objednávky a následný prodej lístků do divadla a kina;
- využívají služby TICKETPORTAL;
- programy kina a divadla v Pelhřimově;
- odběr Pelhřimovských novin a to především lidé z venkova, kterým tyto noviny nechodí zdarma do schránky;
- chodí si také pro TIM.

4. Co zajímá zahraniční turisty a turisty ze vzdálenějších míst?

Odpověď:

- nejčastější otázka „Co mohou vidět a navštívit v Pelhřimově?“;
- tipy na výlety do okolí;
- zajištění ubytování;
- zajímají se i o širší okolí Pelhřimovska a historické památky – zájem o balíčky služeb;
- nakupují turistické mapy;

5. Jaké problémy řešíte s návštěvníky Pelhřimova?

Odpověď:

Velký problém je s ubytováním – nedostatek ubytovací kapacity pro cizince. Zcela chybí turistická ubytovna či obdobné zařízení se značnou ubytovací kapacitou (příklad: když přijede zájezd o 400 lidech není možné je ubytovat v celém Pelhřimově.)

- důvodem příliš drahé ubytování a malá kapacita stávajících ubytovacích zařízení;
- hodně jezdí turisté na konference či nějaká jednání, není je kde ubytovat, je třeba vybudování ubytovacích zařízení s většími ubytovacími kapacitami.

6. Co mi můžete říct o poutním místě Křemešník?

Odpověď:

- budova kostela je v majetku církve, tudíž je problém získat nějaké informace v Turistickém informačním centru;
- o budovu kostela pečuje starší pán, je možné mu zavolat a požádat ho o prohlídku kostela, nicméně kontakt na něj není možno získat na Informačním centru, pouze na farnosti či přímo dojedat za ním na Křemešník – bydlí v jedné z budov pod Křemešníkem, což jsem se dozvěděla od vedoucí oddělení kultury a informací paní Vlasty Vlčkové;
- problém s programem na Křemešníku – od zaměstnankyně TIC v Pelhřimově jsem se dozvěděla, že má být v jedné z publikací a to konkrétně v publikaci: „Stříbrný vrch Křemešník“, přesto ho tam slečna na informacích nenašla, tudíž mi ani nedokázala říct, kde bych ho našla?, paní Vlčková mi řekla, že by měl být vyvěšený na dveřích kostela;
- Informační centrum spolupracuje s patronem kostela pouze v sezóně, konkrétně v souvislosti s konáním určitých akcí.

7. Existuje nabídka na zimní sezónu?

Odpověď:

- konkrétní nabídka na zimní sezónu není;
- z Křemešníku dávají vědět krátce dopředu telefonicky na město, jaký je stav sněhu a zda se tam lyžuje a jaká bude otvírací doba lanové dráhy; V případě zájmu si každý může telefonicky zjistit, jaké jsou podmínky lyžování na Křemešníku a to od zaměstnankyně TIC v Pelhřimově.
- V sezóně jsou informace o lyžařských podmínkách na Křemešníku umístěny na webové stránky města.

- další sjezdovka na Křemešníku „dětská“, začala fungovat před rokem. Název této sjezdovky je „Na Horách“, ovšem slečna na informacích nevěděla zda toto je přesný název.

8. *Existuje nabídka na letní sezónu?*

Odpověď:

Nabídka na letní sezónu je velmi rozsáhlá. Produkty jsou nabízeny jednotlivě a ke každému produktu je vytvořený nějaký propagační materiál (např. leták či brožura). V nabídce TIC není žádný „balíček“ služeb, o který návštěvníci začínají projevovat v narůstajícím počtu velký zájem.

9. *Jména a vzdělání stávajících zaměstnankyň TIC v Pelhřimově?*

Odpověď:

Eva Nováková – Soukromá obchodní škola v Humpolci, obor: Obchodník. Dosažené vzdělání: středoškolské s maturitním osvědčením.

Lenka Potěšilová – Vysoká škola Jana Evangelisty Purkyně – obor: Revitalizace krajiny, státnice z německého jazyka. Dosažené vzdělání: vysokoškolský diplom. Je třeba uvést, že slečna Potěšilová zastupuje jinou slečnu, která zde má uzavřený stálý pracovní poměr a právě je na mateřské dovolené.

10. *Jaký je zájem obyvatel a návštěvníků Pelhřimova mimo sezónu o TIC v Pelhřimově?*

Odpověď:

I mimo sezónu navštěvuje TIC značné množství lidí a to z různých důvodů, které jsou již výše uvedeny.

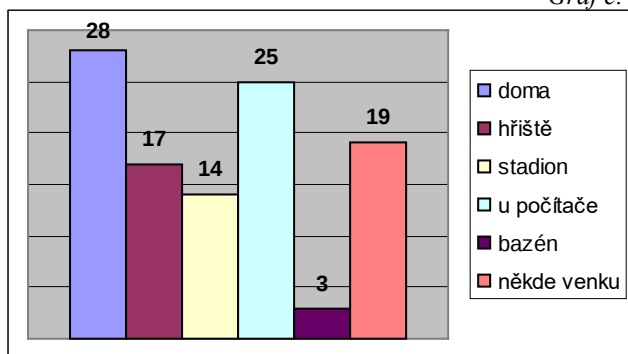
Příloha č. 8 - Dotazník pro přímé dotazování u žáků základních škol

(Z důvodu zvýšení přehlednosti byly vypracovávány dva druhy grafů a to u odpovědí ANO/NE byly využity **výsečové grafy** a u ostatních odpovědí byly využity **grafy sloupcové**.)

Dotazování bylo prováděno mezi dětmi ZŠ Osvobození v Pelhřimově ve věku 14 až 16 let. Dotazníků bylo rozdáno ve spolupráci s paní zástupkyní ředitele ZŠ Osvobození 50. Dotazování bylo prováděno od 2.12.2006 – do 20.12.2006.

1) Kde trávíte obvykle váš volný čas? (hřiště, sportovní haly, Lidová škola umění,...)

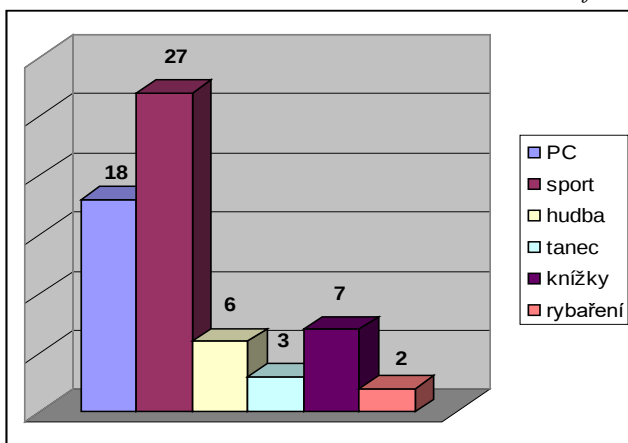
Graf č. 1



Závěr: 28 z dotazovaných dětí tráví svůj volný čas doma a 23 z nich u počítače hraním především hraním počítačových her. 19 z dotazovaných dětí svůj volný čas tráví obvykle někde venku s kamarády, ale nemají žádnou konkrétní zálibu či koníčka. 17 dětí z dotázaných chodí ve svém volném čase na hřiště a 14 na stadion.

2) Jaké jsou vaše koníčky, záliby či zájmy?

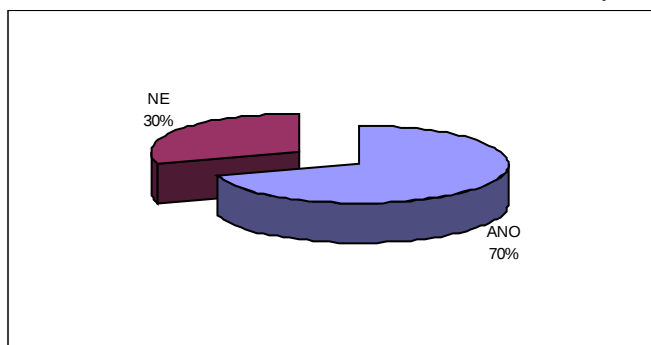
Graf č. 2



Závěr: Značná část dotazovaných dětí a to konkrétně 27 se věnuje nějakému druhu sportu, poměrně značná část a to 18 dětí se věnuje počítačovým hrám nebo jiné práci s PC. Co se týče hudby, tance, čtení knížek a rybaření v žebříčku zálib dětí z Pelhřimova, pak se dá konstatovat, že jsou velmi nízké.

3) Chodíte se někam bavit?

Graf č. 3

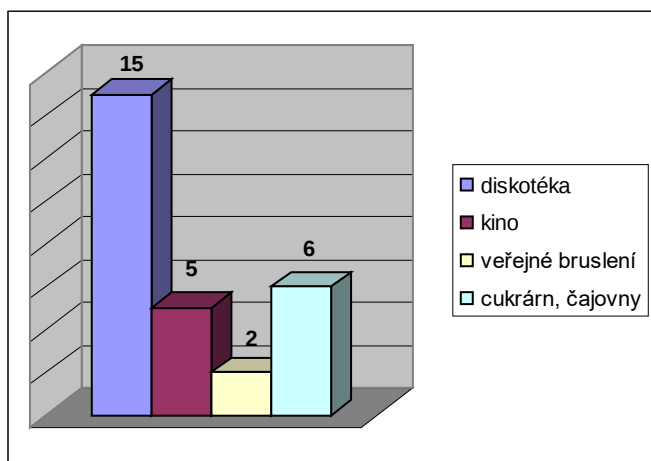


Zdroj: Vlastní výzkum

Závěr: Většina z dotázaných dětí má zájem chodit se někam bavit ať už s kamarády či s rodiči.

4) Kam se chodíte bavit?

Graf č. 4

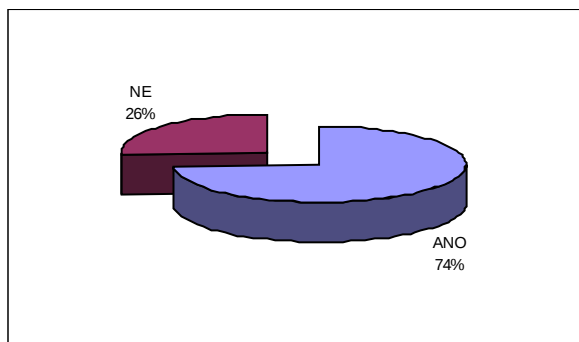


Zdroj: Vlastní výzkum

Závěr: Nejvíce z dotázaných dětí (15) se chodí bavit na diskotéky a o poznání méně dětí (6) chodí do cukráren, čajoven a podobných zařízení.

5) Chodíte se v létě koupat?

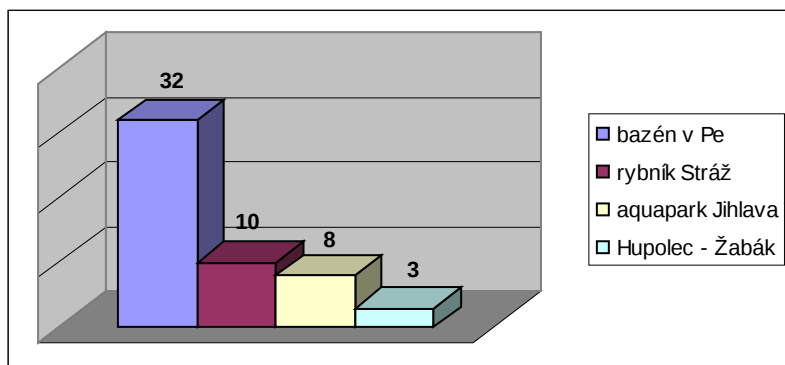
Graf č. 5



Závěr: 74 procent dotázaných dětí se v letních měsících chodí koupat.

6) V případě odpovědi ANO, kam se chodíte koupat v Pelhřimově či jeho blízkém okolí?

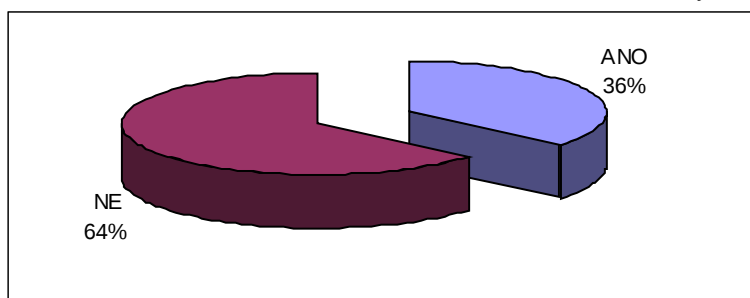
Graf č. 6



Závěr: Z výše uvedeného grafu vyplývá, že většina dětí v letním období využívá ke koupání pelhřimovský bazén, důvodem pravděpodobně je velmi znečištěná voda v okolním rybnících.

7) Jste spokojeni s koupáním v Pelhřimově či jeho blízkém okolí?

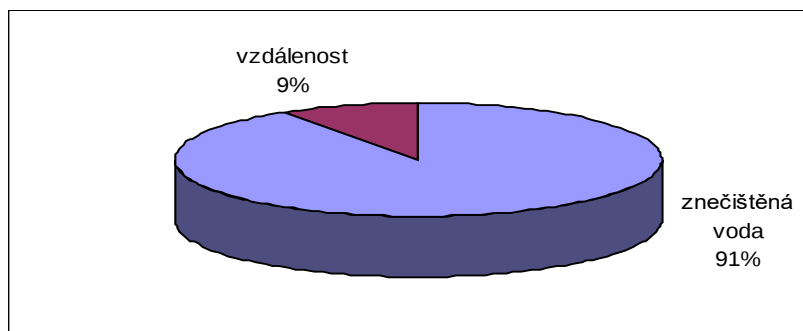
Graf č. 7



Závěr: Více jak padesát procent dotázaných není spokojeno s koupáním v Pelhřimově či jeho blízkém okolí.

8) V případě odpovědi NE, jaký je důvod?

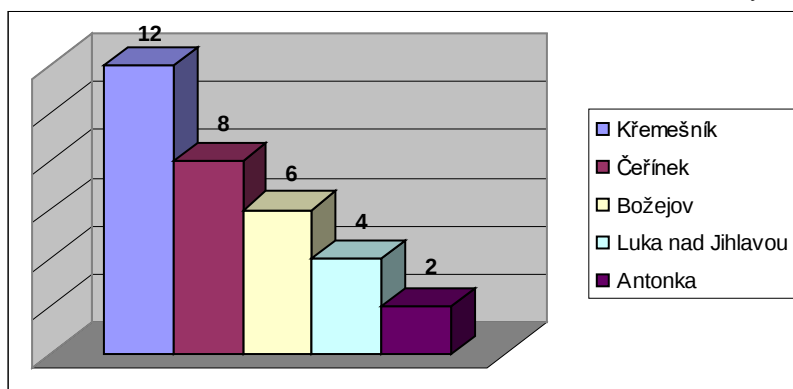
Graf č. 8



Závěr: Důvodem proč většina z dotázaných odpovídala na otázku Jste spokojeni s koupáním v Pelhřimově či jeho blízkém okolí? NE je především značně znečištěná voda čemuž odpovídá velmi častý zákaz koupání v letních měsících.

9) Kam chodíte sáňkovat či lyžovat v Pelhřimově či jeho blízkém okolí?

Graf č. 9

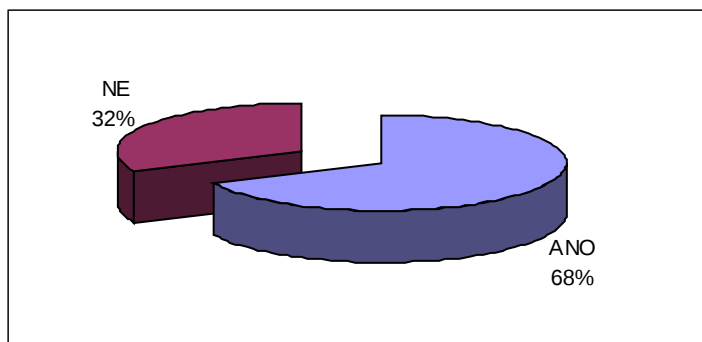


Zdroj: Vlastní výzkum

Závěr: 12 z dotazovaných respondentů odpovědělo, že nejčastěji vyhledávanou lokalitou v zimním období je Křemešník a dále Čerínek.

10) Vyhovuje Vám dané lyžařské/sjezdařské zařízení, pokud nějaké existuje v daném místě sáňkování či lyžování?

Graf č. 10

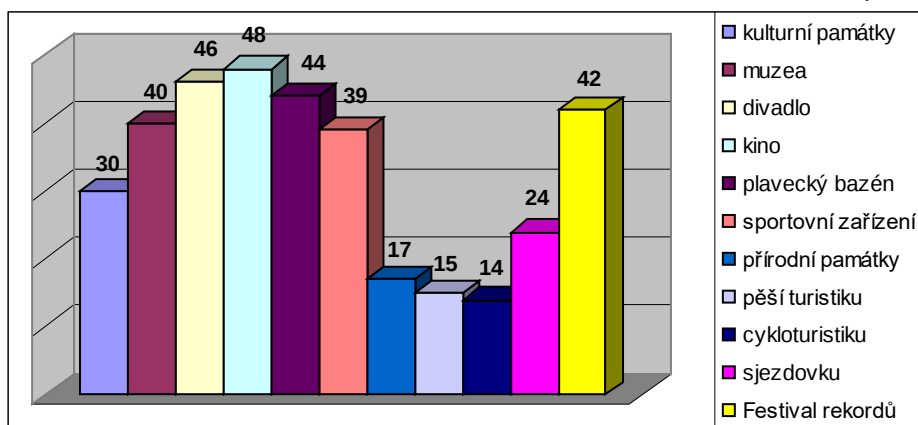


Zdroj: Vlastní výzkum

Závěr: Téměř 70 % z dotázaných odpovědělo, že stávající zařízení není příliš vyhovující. Přáním většiny tak bylo zbudování lepšího lyžařského zázemí.

11) Co jste již na Pelhřimovsku navštívili či absolvovali?

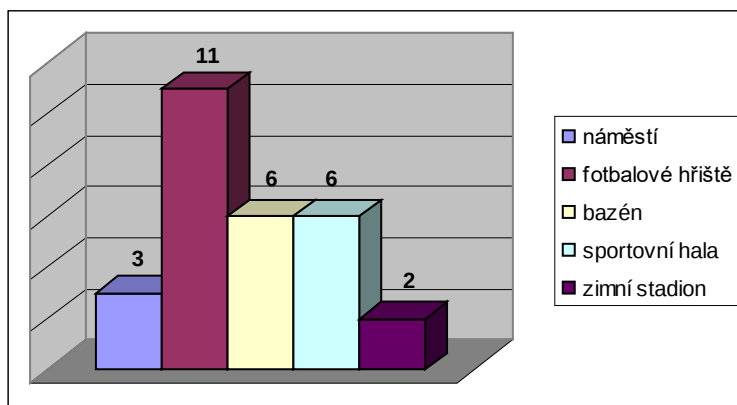
Graf č.11



Závěr: Z daného grafu vyplývá, že většina se největší oblibě těší kino, divadlo, muzea a tedy značná část kulturních památek a v pozadí nezůstává ani Festival rekordů a kuriozit, který navštívilo 42 z dotázaných.

12) Co se vám v Pelhřimově líbí nejvíc?

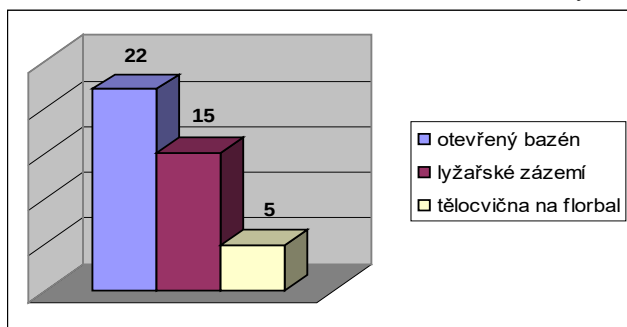
Graf č.12



Závěr: Největší oblibě se těší fotbalové hřiště, na kterém byl vybudován umělý trávník. Musíme brát však v potaz, že dotazování probíhalo na ZŠ v Pelhřimově a že většina z dotázaných byli kluci.

13) Co v Pelhřimově postrádáte?

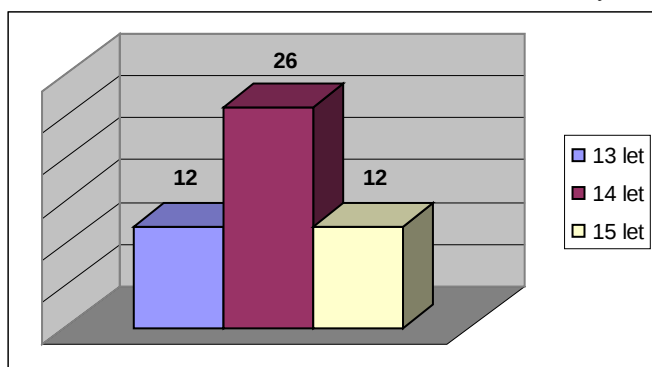
Graf č.13



Závěr: 22 z dotázaných postrádá v Pelhřimově otevřený bazén a to především z důvodu velmi znečištěné vody v okolních rybnících a tak nemožnost koupání v letních měsících. 15 z dotázaných postrádá lepší lyžařské zázemí.

14) Věková skupina

Graf č.14



Závěr: 26 z dotázaných bylo ve věku 14 let a 12 z dotázaných bylo ve věku 13 a stejný počet dotázaných bylo ve věku 15 let.

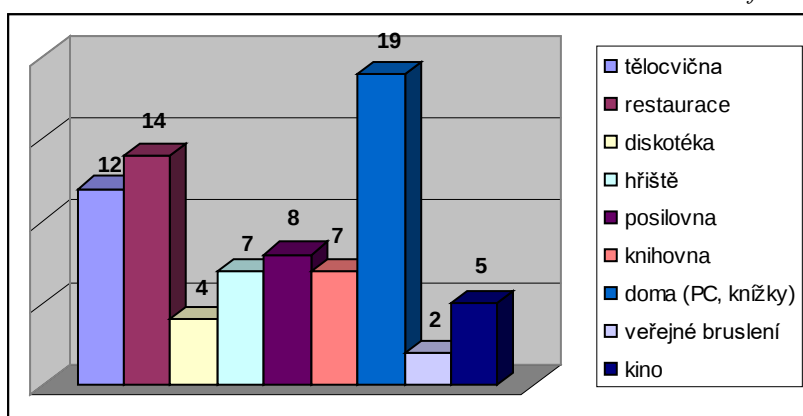
Příloha č. 9 - Dotazník pro přímé dotazování u studentů Obchodní akademie v Pelhřimově

(Z důvodu zvýšení přehlednosti byly zpracovány dva druhy grafů a to u otázek, na něž byly odpovědi ANO/NE bylo využito výsečových grafů s procentním vyjádřením; u otázek ostatních byly využity sloupcové grafy s hodnotami.)

Dotazování bylo prováděno mezi studenty Obchodní akademie v Pelhřimově ve věku 16 až 18 let. Dotazníků bylo rozdáno a následně zpracováno ve spolupráci s ředitelem a následně zástupkyní ředitele OA v Pelhřimově 50. Dotazování bylo prováděno od 2.12.2006 – do 20.12.2006.

1) Kde trávíte Váš volný čas?

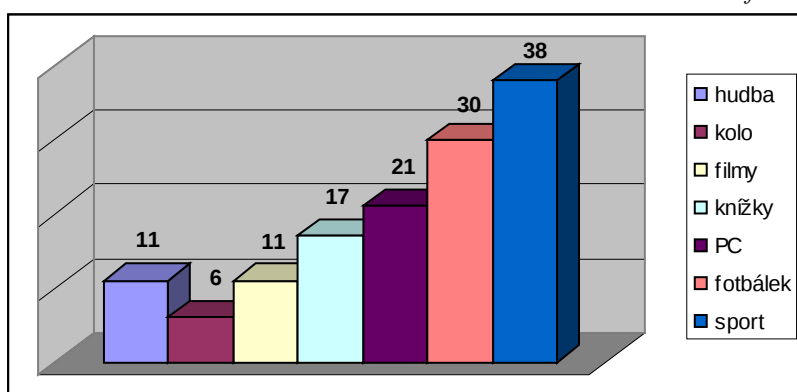
Graf č.15



Závěr: Nejvíce z dotázaných studentů tráví svůj volný čas **doma u PC**. 14 z dotázaných odpovědělo, že tráví svůj volný čas velmi často **v restauracích** a 12 z dotázaných svůj volný čas tráví **v tělocvičně**.

2) Jaké jsou Vaše záliby, zájmy, koníčky?

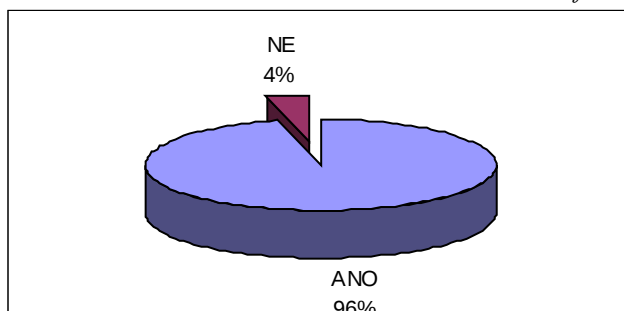
Graf č.16



Závěr: Téměř většina z dotázaných, konkrétně 38 studentů se věnuje **sportu**, velké zálibě se těší i **fotbálek**, kterému se věnuje 30 z dotázaných.

3) Chodíte se někam bavit?

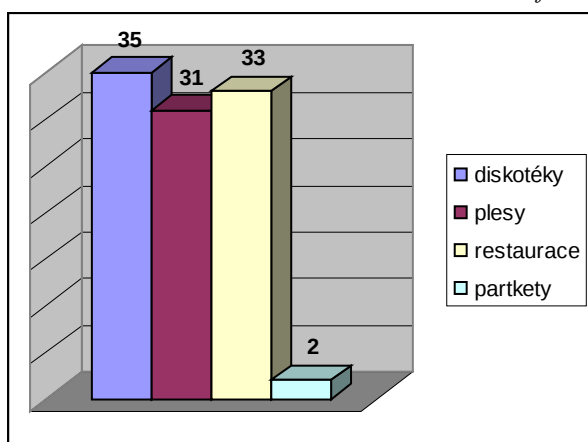
Graf č.17



Závěr: Většina studentů z OA Pelhřimov se chodí bavit ve svém volném čase.

4) V případě odpovědi ANO, kam se chodíte bavit?

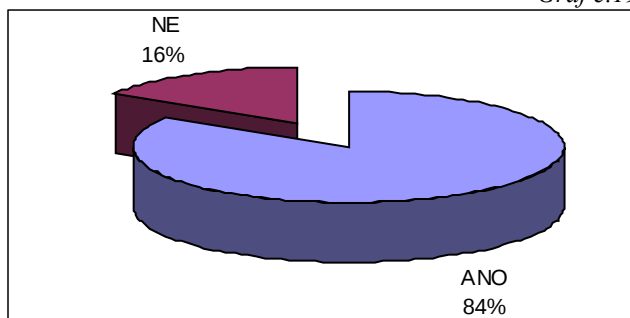
Graf č.18



Závěr: Nejvíce z dotázaných se obvykle chodí bavit **na diskotéky** (35) dále **do restaurací** (33) a v pozadí nezůstávají ani **plesy** (31).

5) Chodíte se v létě koupat?

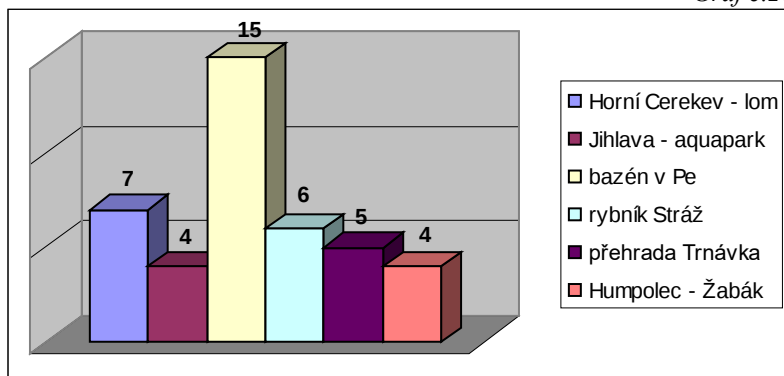
Graf č.19



Závěr: Zpravidla se v letním období chodí studenti OA koupat.

6) V případě odpovědi ANO, kam se chodíte koupat v Pelhřimově či jeho blízkém okolí?

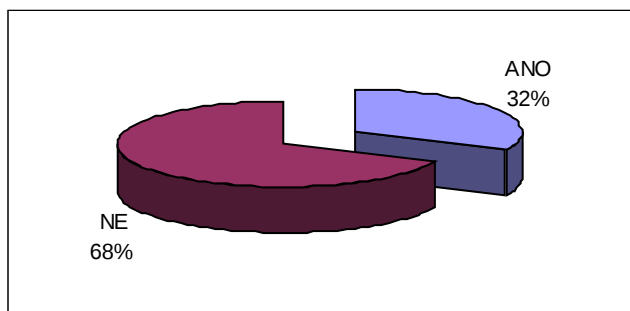
Graf č.20



Závěr: Nejvíce z dotázaných se chodí koupat **do pelhřimovského bazénu**, v poměrně menším počtu se pak chodí koupat do různých rybníků v okolí Pelhřimova.

7) Jste spokojeni s koupáním v Pelhřimově či jeho blízkém okolí?

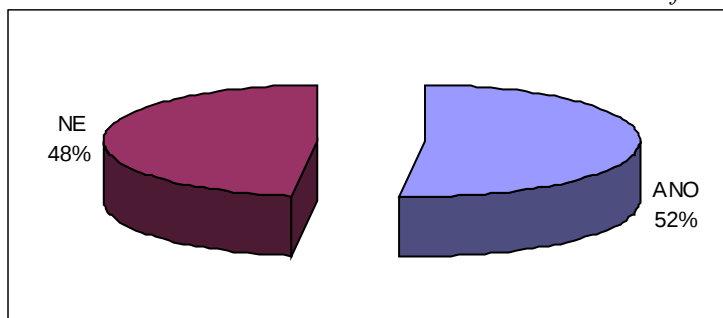
Graf č.21



Závěr: 68 procent z dotázaných není spokojeno s koupáním v Pelhřimově ani jeho blízkém okolí a hlavním důvodem je **znečištěná voda** a poměrně **značná vzdálenost**.

8) Chodíte či jezdíte v zimě lyžovat?

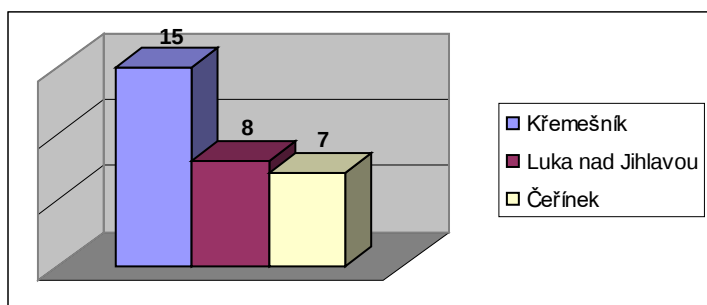
Graf č.22



Závěr: Polovina dotázaných jezdí a polovina dotázaných nejedí v zimní sezóně lyžovat.

9) Kam konkrétně chodíte či jezdíte lyžovat v Pelhřimově či jeho blízkém okolí?

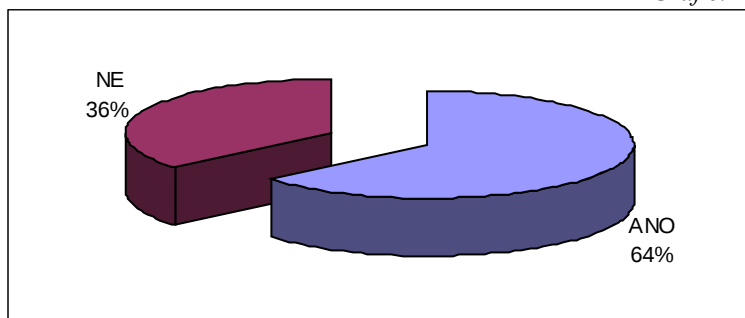
Graf č.23



Závěr: 15 z dotázaných studentů jezdí lyžovat na Křemešník, 8 pak do Luk nad Jihlavou a 7 na Čerřínek.

10) Vyhovuje Vám dané lyžařské zařízení, pokud nějaké existuje v daném místě lyžování?

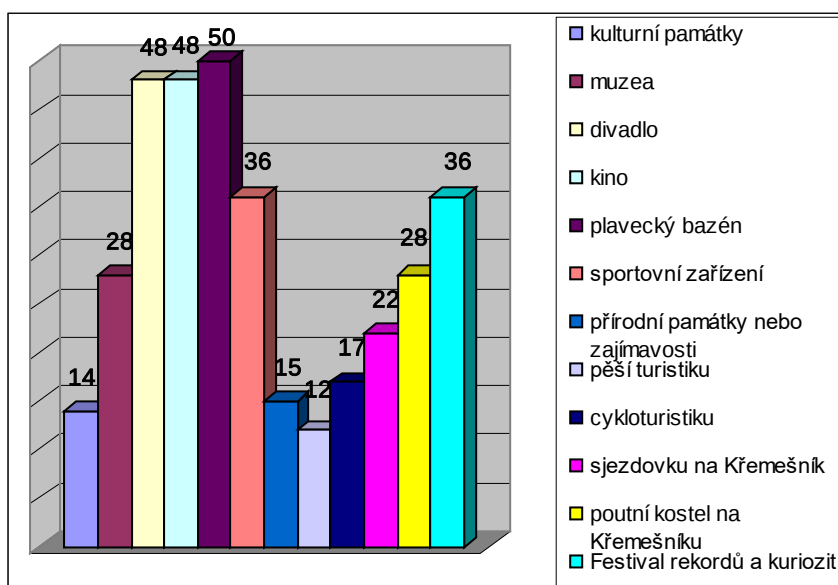
Graf č.24



Závěr: Více jak polovině z dotázaných stávající lyžařské zařízení vyhovuje, nevyhovuje 36 procentům dotázaných a to především z důvodu, že se jedná o značně náročné lyžaře.

11) Co jste již na Pelhřimovsku navštívili či absolvovali?

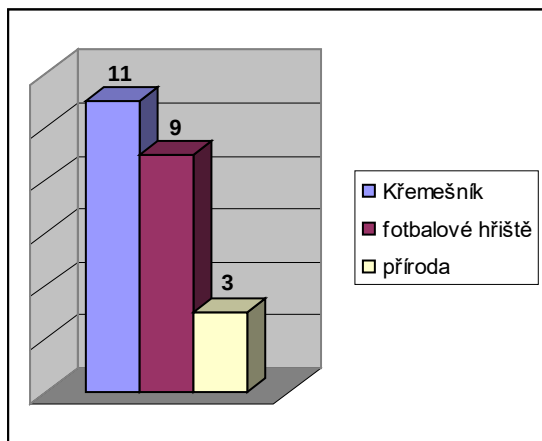
Graf č.25



Závěr: Nejvíce z dotázaných studentů již navštívilo **plavecký bazén, kino, divadelní představení**, ale velké návštěvnosti se těší také **sportovní zařízení a Festival rekordů a kuriozit** každoročně pořádaný na pelhřimovském náměstí. 28 z dotázaných, což také není nízké číslo již navštívilo poutní kostel na Křemešníku a muzea v Pelhřimově.

12) Co se Vám v Pelhřimově či jeho blízkém okolí líbí nejvíc? (plavecký bazén, fotbalové hřiště, kostel sv. Bartoloměje, poutní místo Křemešník, atd.)

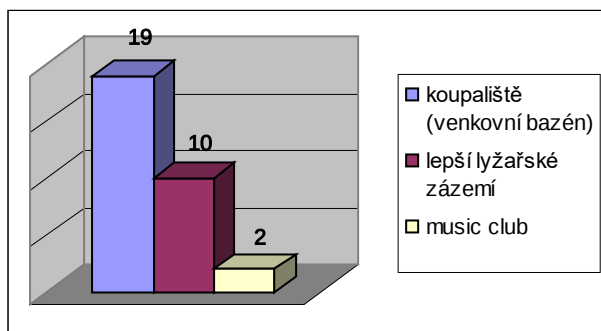
Graf č.26



Závěr: Nejvíce obdivovaný studenty OA je poutní místo **Křemešník** a zejména studentům se nejvíce líbí nedávno zrenovované fotbalové hřiště.

V odpovědi se vyskytovalo více oblíbených míst, ale vždy pouze jednomu konkrétnímu studentovi, což jsem do grafu nezahrnula. Jednalo se např. o cyklistické trasy, bowling, atd.

13) Co v Pelhřimově postrádáte?



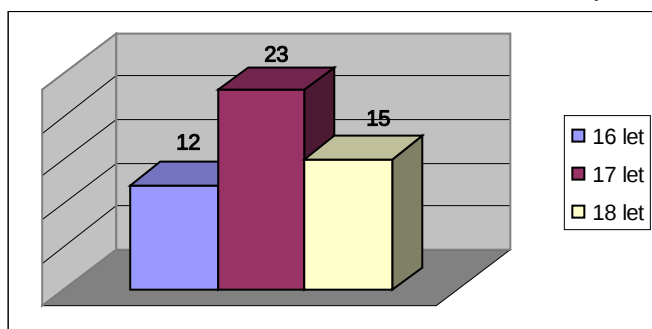
Graf č.27

Závěr: Nejvíce a to konkrétně 19 z dotázaných studentů postrádá v Pelhřimově vhodné **letní koupaliště** a 10 z dotázaných pak **lepší lyžařské zázemí**.

I u této otázky jsem dostala více různorodých odpovědí, ale opět se jednalo pouze vždy o jednoho studenta, takže jsem to do grafu nezahrnula. Mezi nezahrnuté odpovědi patří např. dráha na motokáry, music club či aquapark.

14) Jaký je Váš věk?

Graf č.28



Závěr: 23 z dotázaných studentů bylo ve věku **17 let**, 15 z dotázaných pak bylo ve věku **18 let** a 12 z dotázaných bylo ve věku **16 let**.

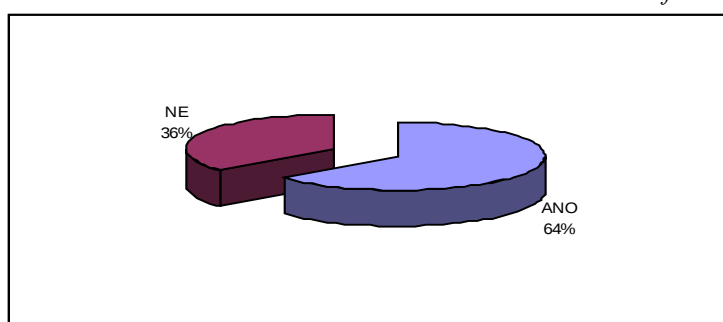
Příloha č. 10 - Dotazník pro přímé dotazování u místního obyvatelstva

(Z důvodu zvýšení přehlednosti byly zpracovány dva druhy grafů a to u otázek, na něž byly odpovědi ANO/NE bylo využito výšečových grafů s procentním vyjádřením; u otázek ostatních byly využity sloupcové grafy s hodnotami.)

Dotazníkové šetření mezi občany města Pelhřimova proběhlo ve dnech od 1.12. 2006 do 25.1. 2007. Celkem bylo osloveno a následně zpracováno 50 dotazníků. Nejčetnější skupinou oslovených byli lidé ve věku od 26 do 45 let. Prostřednictvím dotazníků byly zjištěny následující závěry.

1) Využíváte služeb turistických informačních center?

Graf č.29



Závěr: Z grafu vyplývá, že převážná část obyvatel města Pelhřimova využívá služeb turistického informačního centra v Pelhřimově.

2) Které služby Informačního centra v Pelhřimově využíváte nejčastěji?

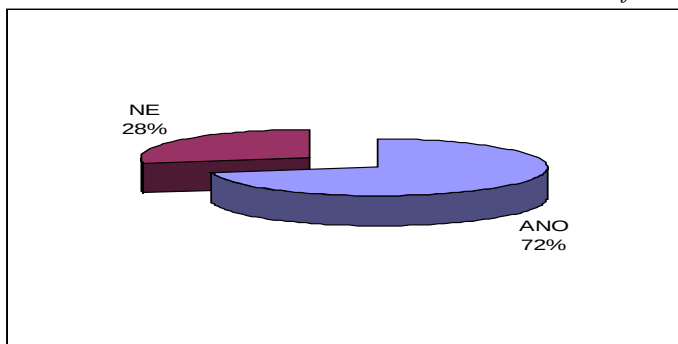
- nákup lístků do kina;
- objednávání vstupenek do divadla resp. služba TICKETPORTAL;
- PC s internetem;
- informace o okolí;
- prospekty a informační letáky;
- programy akcí.

3) Které služby v turistickém informačním centru postrádáte?

- úschova zavazadel;
- ceníky ubytovacích zařízení;
- osobní aktivitu zaměstnanců TIC.

4) Jste spokojeni s provozní dobou Informačního centra v Pelhřimově?

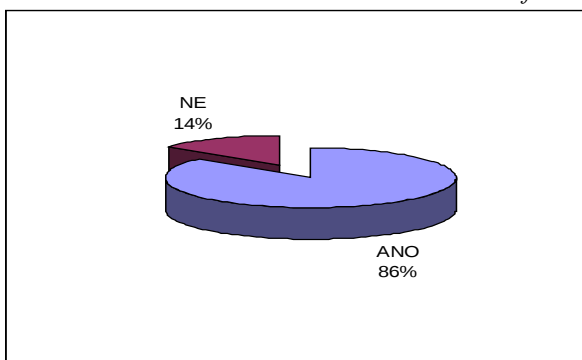
Graf č.30



Závěr: Většina obyvatel Pelhřimova je spokojena s otvírací dobou Informačního centra v Pelhřimově.

5) Jste spokojeni s informačním systémem ve městě a jeho okolí, případně se značením turistických tras a cyklistických tras?

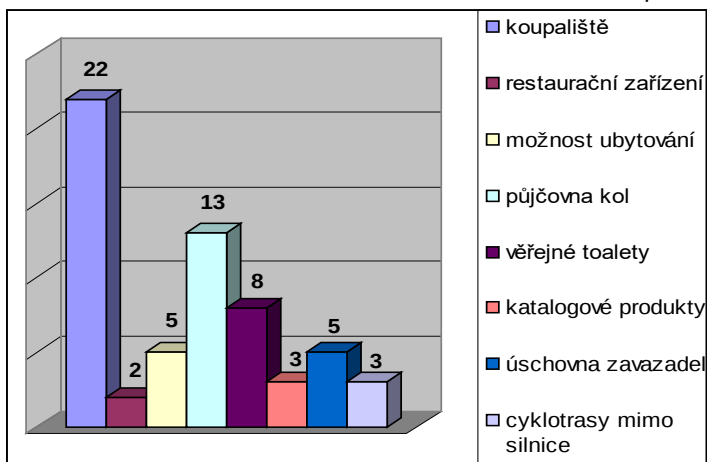
Graf č.31



Závěr: Většina obyvatel Pelhřimova je spokojena se stávajícím informačním systémem ve městě, který spočívá především v informačních panelech, které jsou rozsety v blízkém okolí náměstí Pelhřimova.

6) Kterou turistickou službu v regionu postrádáte?

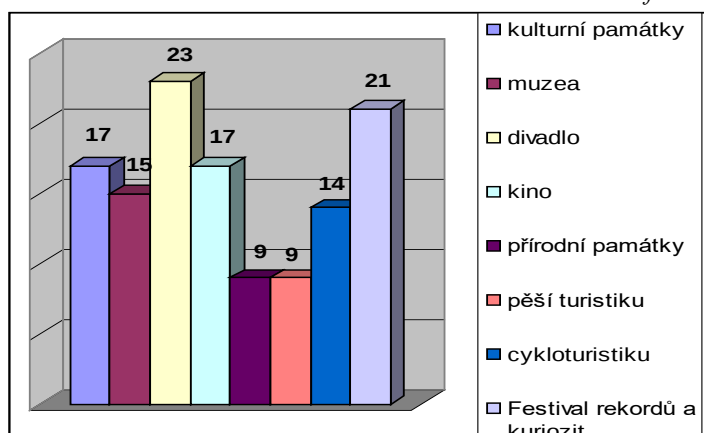
Graf č.32



Závěr: Z grafu vyplývá, že nejvíce obyvatel Pelhřimova postrádá letní venkovní koupaliště a dále 13 lidí z dotázaných postrádá půjčovnu kol v centru města. Dalším závažným problémem, na který poukazují pelhřimovští občané jsou veřejné toalety.

7) Co jste již v Pelhřimově navštívili či absolvovali?

Graf č.33



Závěr: Z grafu výše uvedeného vyplývá, že největší návštěvnosti se těší divadlo resp. divadelní představení, kulturní památky Pelhřimova a kino. V pozadí nezůstává z hlediska návštěvnosti ani Festival rekordů a kuriozit pravidelně pořádaný v letní sezóně a ani přírodní památky (např. Křemešník).

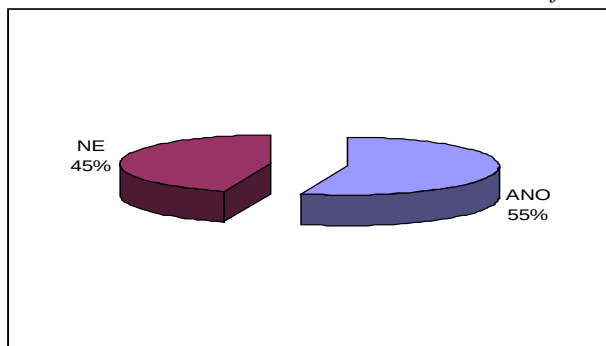
8) Co Vás na Pelhřimovsku zaujalo nejvíce?

Odpovědi byly značně různorodé, proto jsem se rozhodla je níže vyjmenovat:

Atraktivita	Počet odpovědí
Křemešník	10
Muzeum Rekordů a kuriozit	7
Festival Rekordů a kuriozit	1
Kostel sv. Bartoloměje	1
Kostel sv. Víta	1
Věž Pípalka na Křemešníku	1
Náměstí Pelhřimova	1

9) Máte zájem o vybudování nějakého sportovního zařízení nebo zábavného zařízení?

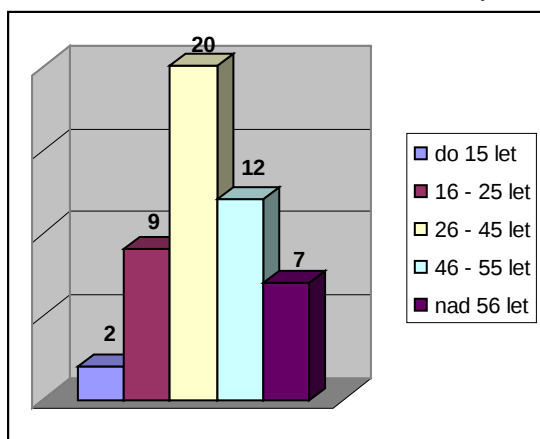
Graf č.34



Závěr: Z grafu vyplývá, že 55 % obyvatel Pelhřimova má zájem o vybudování nového zařízení a 45 % obyvatel ne. Ti, kteří odpovídali ANO zpravidla chtějí vybudovat letní venkovní koupaliště (bazén), sjezdovku pro začátečníky či kvalitnější lyžařské zázemí. A ti, kteří odpovídali NE se zpravidla nevěnují žádnému druhu sportu a ani nemají příliš zájem o kulturu, tudíž je daná problematika nezajímá.

10) Věková skupina?

Graf č.35



Závěr: Nejvíce z dotazovaných bylo v rozmezí věku 25 – 45 let a v rozmezí věku 45 – 55 let.

11) Máte zájem dále něco sdělit o místním informačním centru, o poskytovaných službách, o historických památkách ve městě, o kulturních, sportovních či společenských akcích?

Opět jsem dostala řadu různorodých odpovědí a tak je dále vyjmenovávám:

- chybí levné turistické ubytování
- chybí cyklistické trasy mimo dopravních komunikací
- nedostatečné informace o Křemešníku a programu kostela Nejsvětější trojice na Křemešníku
- nedostatek informací o programu divadelních představení pořádaných ve vesnici Rynárec (vesnice Rynárec se nachází cca. 5 km za Pelhřimovem a má svou vlastní divadelní skupinu, o kterou je velký zájem)
- perfektní mykologická poradna

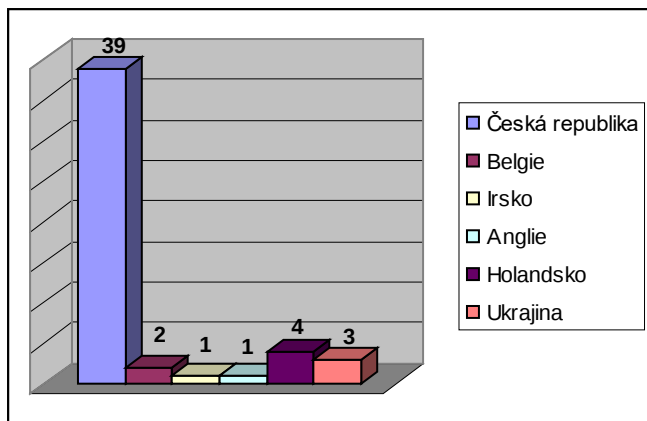
Nebyly zpracovány grafy ke všem otázkám daného dotazníku, ale pouze k vybraným otázkám. Některé z otázek byly pokládány pouze k mému osobnímu zjištění a doplnění informací a nebylo, tak nutné dělat grafy.

Příloha č. 11 - Dotazník pro návštěvníky regionu

Dotazníkové šetření mezi návštěvníky regionu proběhlo v průběhu roku 2006 prostřednictvím zaměstnankyň turistického informačního centra v Pelhřimově. Dotazník byl vytvořen krajem Vysočina a výsledky byly zpracovány oddělením kultury a informací v Pelhřimově. Celkový počet rozdaných dotazníků byl 50. Já jsem pouze zpracovala z výsledků grafy a přidala komentáře a závěr, který je umístěný ve vlastní práci.

1. Z kterého státu pocházíte?

Graf č.36

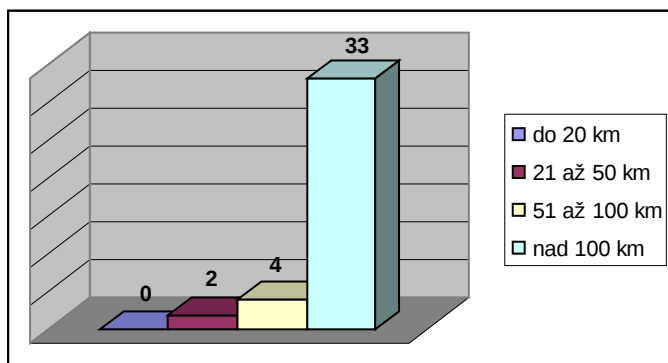


Zdroj: Interní materiály TIC (zpracováno pro kraj Vysočina)

Závěr: Převážná část dotázaných návštěvníků byla z řad domácích turistů, zahraničních turistů byl o poznání méně. Je to způsobeno tím, že region Pelhřimova nepatří mezi známé destinace České republiky, a proto je počet návštěvníků ze zahraničí menší.

2. Jak je Vaše bydliště přibližně daleko od tohoto místa dotazování?

Graf č.37

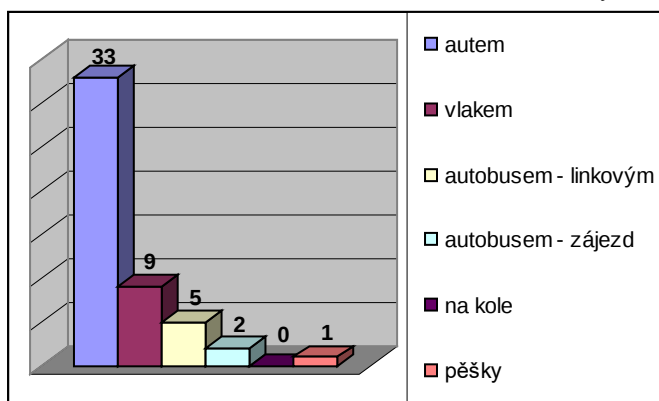


Zdroj: Interní materiály TIC

Závěr: Nejvíce z dotázaných respondentů přijelo do našeho kraje ze vzdálenosti nad 100 km. Z toho důvodu je důležité se zaměřit na lepší reklamu na internetu a v jiných sdělovacích prostředcích, jež turisty upoutá a přiláká do regionu Pelhřimov.

3. Jak jste sem přicestovali?

Graf č. 38

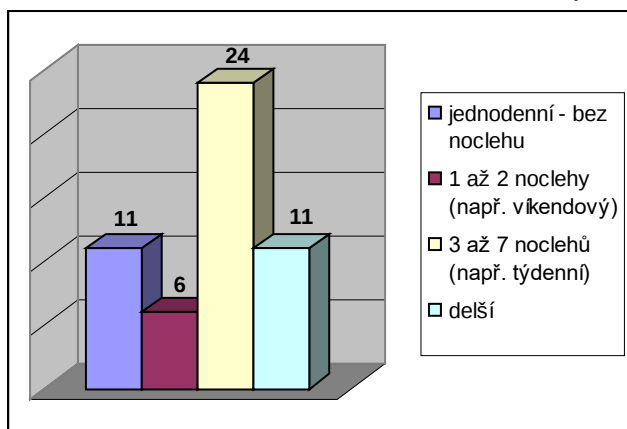


Zdroj: Interní materiály TIC

Závěr: Auto je nejpoužívanější dopravní prostředek, jež sloužil dotázaným návštěvníkům k poznání našeho kraje. Značná část dotázaných (9) odpověděla, že přicestovala vlakem a ani linkový autobus nebyl výjimkou.

4. Jak dlouhý bude Váš pobyt zde?

Graf č. 39

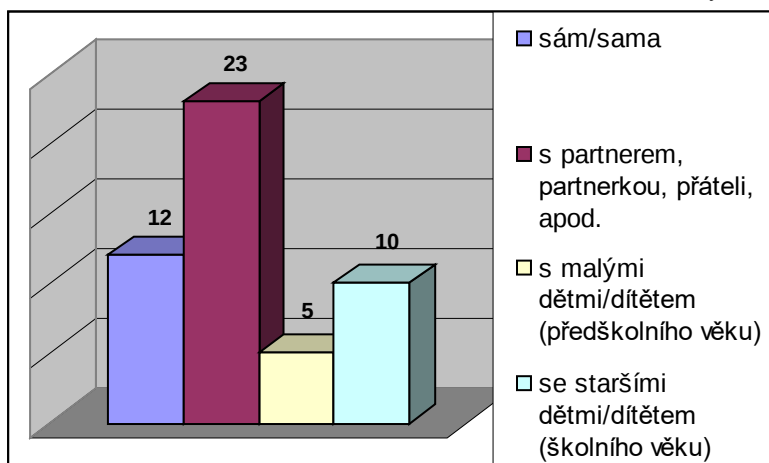


Zdroj: Interní materiály TIC

Závěr: Z dotázaných turistů nejvíce odpovědělo, že stráví v Pelhřimově či jeho blízkém okolí 3 až 7 nocí resp. týden, mezi těmito dotázanými byli pouze návštěvníci z České republiky. 11 z dotázaných respondentů odpovědělo, že v našem kraji stráví pouze jediný den a odcestují, dále pak 11 z dotázaných odpovědělo, že zde stráví více jak jeden týden, jednalo se zejména o zahraniční turisty.

5. S kým jste sem přijela?

Graf č.40

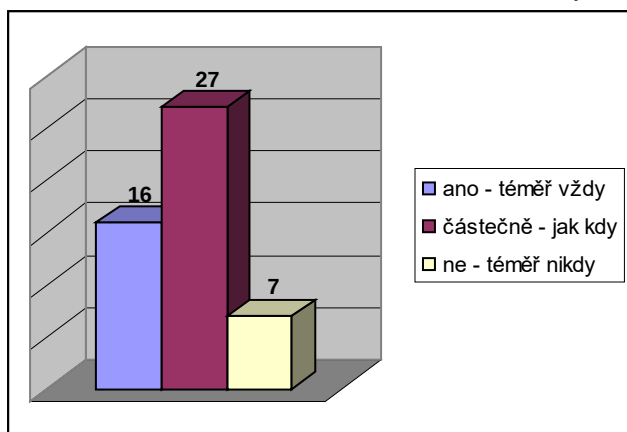


Zdroj: Interní materiály TIC

Závěr: Nejvíce z oslovených návštěvníků sem přijelo se svým partnerem, partnerkou či přáteli. 12 z dotázaných jsem přijelo samostatně. 15 z oslovených jsem přijelo se svými ratolestmi různého věkové skupiny.

6. Stravujete se zde v restauračních zařízeních?

Graf č.41

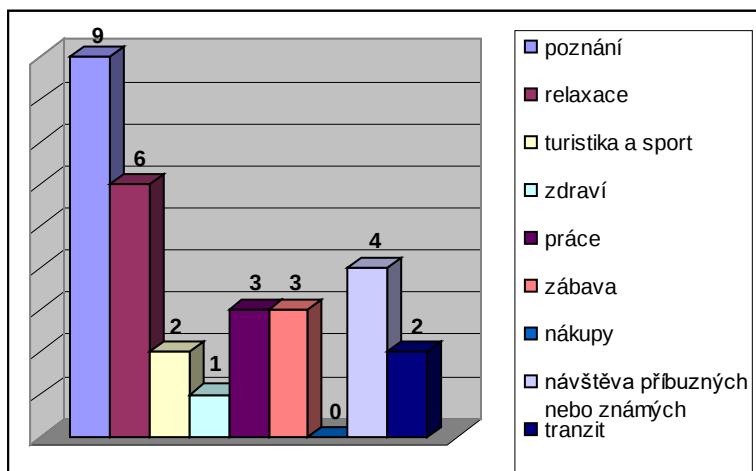


Zdroj: Interní materiály TIC

Závěr: Návštěvníci čím dál více dávají přednost pohodlné dovolené a důkazem toho jsou také jejich odpovědi, 16 z dotázaných odpovědělo, že se téměř vždy stravuje v restauračních zařízeních, 27 pak odpovědělo, že se částečně stravuje v restauracích. Pouze 7 z dotázaných odpovědělo, že v restauracích se nestravuje téměř nikdy.

7. Převažujícím důvodem Vaší návštěvy v tomto regionu je:

Graf č.42

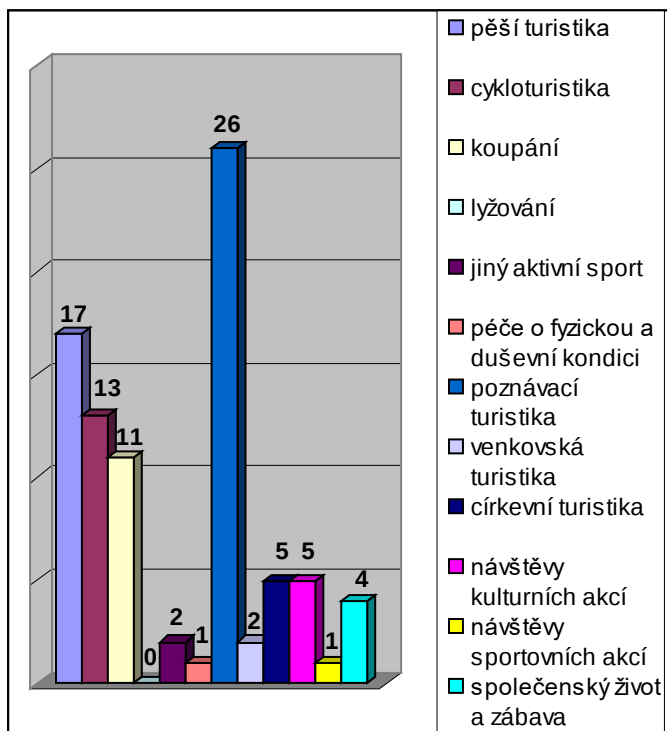


Zdroj: Interní materiály TIC

Závěr: Převažujícím důvodem návštěvníků bylo poznání historie, návštěva turistických atraktivit, apod. Dalším z důvodů návštěvy našeho kraje byla relaxace, rekreace, pobyt v přírodě, odpočinek a procházky. Tento důvod návštěvy vyvábí potenciál pro zvýšení návštěvnosti poutního místa na Křemešníku. Návštěva známých a příbuzných byla také důvodem návštěvy mnoha příjíždějících do našeho kraje.

8. Které aktivity v tomto regionu jsou pro Vás nejlákavější?

Graf č.43

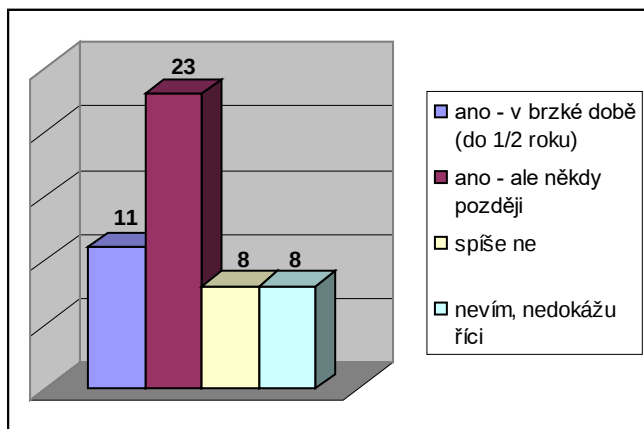


Zdroj: Interní materiály TIC

Závěr: Nejlákavějšími aktivitami byla poznávací turistika resp. návštěvy zámků, hradů, muzeí, galerií, apod. Pro 17 z dotázaných respondentů byla nejlákavější pěší turistika. 11 z dotázaných přilákala cykloturistika.

9. Uvažujete o opakované návštěvě tohoto regionu?

Graf č.44

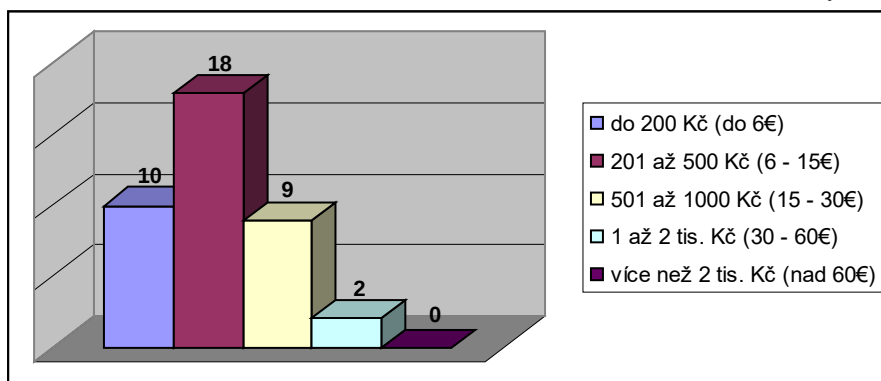


Zdroj: Interní materiály TIC

Závěr: Téměř polovina z oslovených respondentů uvažuje o opakované návštěvě našeho regionu, ale někdy v pozdější době. Značná část dotázaných odpověděla, že dokonce uvažuje, že navštíví Pelhřimov či jeho blízké okolí do ½ roku. 16 z dotázaných buď nedokázalo na tuto otázku odpovědět anebo odpovědělo, že spíše daný region už nenavštíví.

10. Kolik Vás stojí v průměru na osobu a den Váš pobyt v tomto regionu?

Graf č.45

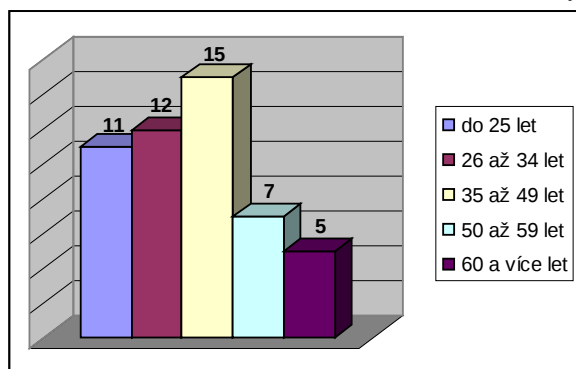


Zdroj: Interní materiály TIC

Závěr: Z grafu vyplývá, že v našem regionu návštěvníci utrací spíše méně peněz (konkrétně denně utratí mezi 201 až 500 Kč). Ve zřetelně menším počtu utrací denně v našem regionu dokonce méně než 200 Kč. 9 z dotázaných respondentů odpovědělo, že utrací od 501 do 1000 Kč denně v našem regionu v tomto případě se zpravidla jednalo o cizince.

11. Věková kategorie:

Graf č.46

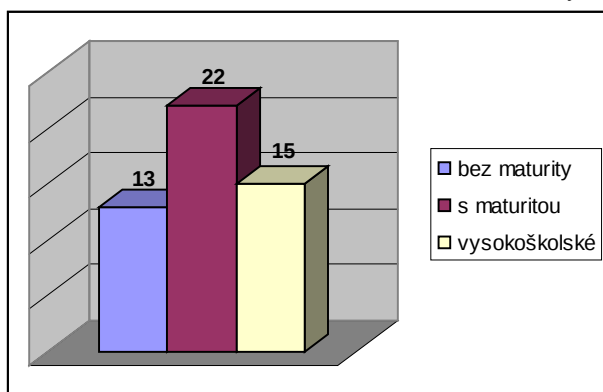


Zdroj: Interní materiály TIC

Závěr: Převážná část z dotázaných respondentů byla produktivního věku, což bylo i našim cílem, jelikož je pravděpodobné, že právě tato skupina bude i v budoucnu nejvíce zastoupena v řadách našich zákazníků.

12. Vzdělání?

Graf č.47

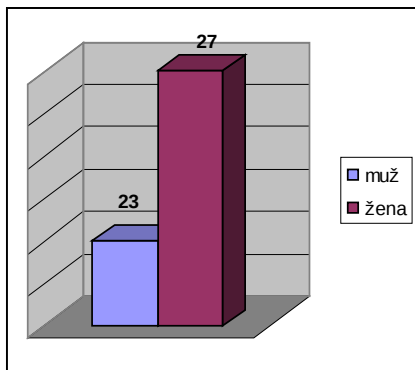


Zdroj: Interní materiály TIC

Závěr: Mezi oslovenými návštěvníky byli zastoupeny téměř stejnou měrou skupiny s různým druhem dosaženého vzdělání.

13. Respondent je:

Graf č.48



Zdroj: Interní materiály TIC

Závěr: Převažující část dotázaných tvořily ženy, avšak muži byli zastoupeni v dostatečném počtu.

Příloha č. 12 Tabulky návštěvnosti za rok 2006

Zábavné pořady, plesy

Tabulka č. 1

	Datum	Místo	Návštěvnost	Vstupné
Městský ples	25.2.	KD Máj	119	150
Módní přehlídka	12.5.	KD Máj	zrušeno	
Pouťová zábava	25.8.	KD Máj	28	70
Pelhřimovská pouť	26.-27.8.	Pelhřimov		0
The Rangers - Ladies Party	24.11.	KD Máj	87	120, 150
Silvestr	31.12.	KD Máj	177	200

Zdroj: Interní materiály TIC

Spolupřátelství

Tabulka č. 2

	Datum	Místo	Návštěvnost	Vstupné
Předávání cen města Pelhřimova	28.1.	KD Máj	cca 200	pro zvané
30 dnů pro neziskový sektor	únor			0
Masopust	28.2.	Masaryk.nám.	přes 1.000	0
Velikonoce před radnicí		Masaryk.nám.		0
Paragraf 1155	14.4.	KD Máj		
Charitativní koncert na podp.zapl.obcí	3.5.	MD	cca 50	0
Muzejní noc-zahájení sezony	19.5.	tur. Cíle	cca 170	0
Den dětí	1.6.	Masaryk.nám.	cca 600	0
Den bez aut	22.9.	prostor u KD Máj		0
Agrární a potravinářský den	23.9.	Masaryk.nám.		0
Mozaika škol	7.11.	KD Máj		0
Zdobení vánočních stromečků	14.12.	Masaryk.nám.		
Vánoce na radnici	17.12.	Masaryk.nám.		0
Adventní koncert dech. hudby Božejáci	20.12.	kost.sv.Bart.	předpr. 248	90

Zdroj: Interní materiály TIC

Výstavy Galerie M

Tabulka č. 3

	Datum	Místo	Návštěvnost	Vstupné
Kris B. Flašar - Stíny na úsměvu -foto	leden		65	5, 10
Výstava žáků ZUŠ - výtvarný obor	únor		334	5, 10
Bedřich Justin -obrazy,plastiky,kresby	březen		35	5, 10
Mil. Fajkus-obrazy,D. Nagyová-keramika	duben		67	5, 10
Václav Lukášek-suché křídly, oleje ...	květen		55	5, 10
Vratislav Kuzdas - Krajina v obrazech	červen		172	5, 10
Jiří Duffek - Ženy a krajiny - pastely	červenec		71	5, 10
Václav Mach Kolářský-obrazy,Pcgrafika	srpen		72	5, 10
Jakub Minářů- Pavel Janák	září		62	5, 10
Václav Laštovička - obrazy	říjen		102	5, 10
Josef Burkhard - obrazy	listopad		66	5, 10
Eva Dolejšová - Může za to múze	prosinec		50	5, 10

Zdroj: Interní materiály TIC

Výstavy v kostele sv. Víta

Tabulka č. 4

	Datum	Místo	Návštěvnost	Vstupné
Jan Odvárka - kované objekty +	červenec		264	10, 15

Josef				
Odvárka – obrazy	srpen		364	
	září pouze 3 dny		17	10, 15

Zdroj: Interní materiály TIC

Kurzy v kulturním domě Máj

Tabulka č. 5

	Datum	Místo	Návštěvnost	Vstupné
Kurz tance a společenské výchovy	září-listopad	KD Máj	115	850

Zdroj: Interní materiály TIC

Přehled divadelních představení

Tabulka č. 6

	Datum	Místo	Návštěvnost	Vstupné
Když ty, tak já taky miláčku!	24.1.	MD	311	210,220,230
Co v detektivce nebylo	15.2.	MD	285	210,220,230
Motýli	7.3.	MD	222	210,220,230
Kabarekt Jiřice	28.4.	MD	84	60, 70
Ctyři pokoje do zahrady	10. 4.	MD	254	210,220,230
Fimfárum-Laková Barka, Popel. odys.	5.5.	MD	71	40
Žárlivost	17.5.	MD	242	210,220,230
Hadrián z Římsů	12.6.	MD	306	210,220,230
Kaviár nebo čočka	4.12.	MD	291	210,220,230

Zdroj: Interní materiály TIC

Akce pro rodiče s dětmi pořádané

Tabulka č. 7

	Datum	Místo	Návštěvnost	Vstupné
Jak Tonda léčil roh. princ. Safiru	7.1.	MD	46	40, 50
Rolnička - Voják v městě lhářů	22.1.	KD Máj-m.sc.	56	10
O krásném pávu a začar. hradu	11.2.	MD	57	40, 50
Dětský karneval s div. Mrak	19.2.	KD Máj	183	30, 50
Rolnička - Pec pro štěstí	26.2.	KD Máj-m.sc.	72	10
Králíci	19.3.	MD	129 + 32zdarma	40, 50
Rolnička -	25.3.	KD Máj-m.sc.	143	10
Velikonoční dětská diskotéka	12.4.	KD Máj	225	25
Káťa a Škubánek	29.4.	MD	177+54zdarma	40, 50
Prázdninová diskotéka	30.6.	KD Máj	202+31zdarma	30
Prázdn.poh.-O myšce Terezce	11.7.	před KD Máj	cca 150	dobrovolné
Prázdn.poh.-O nezbedných kůzlátkách	25.7.	před KD Máj	cca 180	dobrovolné
Prázdn.poh.-O Karkulce	8.8.	před KD Máj	cca 160	dobrovolné
Prázdn.poh.-O krtečkovi	22.8.	před KD Máj	cca 180	dobrovolné
Rolnička - Janek a čert	2.12.	M. scéna	154	10
Stříbrné tajemství	16.12.	MD	114+38zdarma	40, 50
Vánoční dětská diskotéka	22.12.	KD Máj	225	30

Koncerty pořádané v roce 2006

Tabulka č. 8

	Datum	Místo	Návštěvnost	Vstupné
Nezmaři	17.1.	MD	97	140, 160

R. Křesťan a Druhá tráva	23.2.	MD	131	150, 170
Slávek Klecandr	28.4.	kost. sv. Víta	16	40, 60
Ivo Jahelka	2.56.	MD	97	120, 150
Poutníkfest	13.5	dvůr pivovaru	630	80
Evropský den hudby	21.6.	Masaryk.nám.	cca 180	0
Letní prom.koncert-Panelačka	3.7.	Masaryk.nám.	cca 180	0
Rocková tea-Go'st	1.7.	před KD Máj	cca 40	dobrovolné
Letní prom.koncert-Rozmarýnka	2.7.	Masaryk.nám.	cca 110	0
Letní prom.koncert-Panelačka	9.7.	Masaryk.nám.	cca 100	0
Rocková tea-Mary a Devět životů	15.7.	před KD Máj	cca 80	dobrovolné
Letní prom.koncert-Malá muzika	16.7.	Masaryk.nám.	cca 120	0
Letní prom.koncert-Batelovská kapela	23.7.	Masaryk.nám.	cca 110	0
Rocková tea - Bowden + 13th Planet	29.7.	před KD Máj	cca 50	dobrovolné
Letní prom.koncert-Kamenická čtyřka	30.8.	Masaryk.nám.	cca 100	0
Letní prom.koncert-Černovická dechovka	6.8.	Masaryk.nám.	cca 120	0
Rocková tea- Antheom + Hell fire	12.8.	před KD Máj	cca 30	dobrovolné
Letní prom.koncert-Venkovská kapela	13.8.	Masaryk.nám.	cca 130	0
Letní prom.koncert-Malá kapela	20.8.	Masaryk.nám.	cca 110	0
Varhanní koncert-M.Šestáková ...	15.8.	kost. sv. Víta	79	60, 75
Rammstein revival CZ+Antheom	16.9.	KD Máj	82	90, 110
Krucipůsk + Atari terror	20.10.	KD Máj	342	90, 110
Rocksession 06	4.11.	KD Máj	115	90, 110
Vojta "Lud'ák" Tomáško + R. Melichar	7.11.	M. scéna	32	70, 90
Lenka Filipová	14.11.	KD Máj	256	190, 170, 150
Michal Hrůza s doprovod. Skupinou	2.12.	KD Máj	58	110, 150
Trad. ván. koncert - M. Kotrč	13.12.	MD	172	50, 60

Zdroj: Interní materiály TIC

Koncerty KPH

Tabulka č. 9

	Datum	Místo	Návštěvnost	Vstupné
Smetanovo trio	28.2.	kost. sv. Víta	35	10,60,75
Violoncellový recitál	21.3.	kost. sv. Víta	40	10,60,75
Thuri Ensemble	6.4.	kost. sv. Víta	33	10,60,75
Affeto	23.5.	kost. sv. Víta	30	10,60,75
Klav.trio Artemiss	19.9.	kost. sv. Víta	44	10,60,75
Trio Prag - Wien	10.10.	kost. sv. Víta	48	10,60,75
Z. Kloubová + J. Čechová	28.11.	kost. sv. Víta	39	10,60,75
Rožmberská kapela	11.12.	kost. sv. Víta	117	10,60,75

Zdroj: Interní materiály TIC

Akce pro MŠ, ZŠ, SŠ

Tabulka č. 10

	Datum	Místo	Návštěvnost	Vstupné
Jak si princezna vzala draka	19.1.	MD	332	30
O chytré kmotře lišce	16.2.	MD	308	30
Brouhádko	9.3.	MD	328	30
Pekelná pohádka	25.4.	MD		30
Fimfárum-Lakomá Barka, Popel.odys.	4.5.	MD	166	10
Fimfárum-Lakomá Barka, Popel.odys.	5.5.	MD	198	10
Kouzelná Lucerna - ke dni dětí	25.5.	MD	316	10

Zdroj: Interní materiály TIC

Prohlídky Věže kostela sv. Bartoloměje

Tabulka č. 11

Datum	Návštěvnost	Vstupné
květen	679	10, 15
červen	1.530	10, 15
červenec	2.238	10, 15
srpen	2.746	10, 15
září	569	10, 15

Zdroj: Interní materiály TIC

Prohlídky Muzea Strašidel

Tabulka č. 12

Datum	Návštěvnost	Vstupné
leden	24	15,25
únor	104	15,25
březen	118	15,25
duben	427	15,25
květen	695	15,25
červen	2.431	15,25
červenec	3.497	15,25
srpen	5.436	15,25
září	966	15,25
říjen	353	15,25
listopad	173	15,25
prosinec	143	15,25

Zdroj: Interní materiály TIC

Prohlídky Síně Lipských

Tabulka č. 13

Datum	Návštěvnost	Vstupné
leden	0	15,25
únor	12	15,25
březen	11	15,25
duben	38	15,25
květen	47	15,25
červen	65	15,25
červenec	122	15,25
srpen	135	15,25
září	26	15,25
říjen	3	15,25
listopad	0	15,25
prosinec	0	15,25

Zdroj: Interní materiály TIC