

Univerzita Karlova v Praze

Filozofická fakulta

Ústav informačních studií a knihovnictví

Studijní program: informační studia a knihovnictví

Studijní obor: informační studia a knihovnictví

Jan Kamenický

**Analýza fungování informačních referenčních služeb pro cizince v
Praze**

Bakalářská práce

Praha 2009

Vedoucí bakalářské práce:

PhDr. Anna Stöcklová

Oponent bakalářské práce:

Datum obhajoby:

Hodnocení:

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracoval samostatně a že jsem uvedl všechny použité informační zdroje.

V Praze, 7.ledna 2009

.....

Identifikační záznam

KAMENICKÝ, Jan. *Analýza fungování informačních referenčních služeb pro cizince v Praze* [An analysis of functioning of information reference services for foreigners in Prague]. Praha, 2009. 43 s. Bakalářská práce. Univerzita Karlova v Praze, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví. Vedoucí bakalářské práce Anna Stöcklová.

Abstrakt

Tématem práce je charakteristika turistických informačních center v Praze, jimi poskytovaných služeb a informací a institucí, které je zřizují.. Cílem práce je analýza a hodnocení těchto center a institucí, jakož i dalších subjektů a faktorů zasahujících do naplňování informačních potřeb cizinců.

Práce se věnuje též faktorům, které cestovní ruch v Praze negativně ovlivňují a tím snižují možný počet návštěvníků.

V závěru práce jsou uvedeny návrhy ke zlepšení služeb informačních center v Praze.

Klíčová slova

ATIC, cestovní ruch, turistické informace, informační služby, turistické informační centrum, informační centrum, infocentrum,

Obsah

OBSAH

PŘEDMLUVA

OBSAH.....	5
PŘEDMLUVA.....	6
<u>1. ROZVOJ TURISTICKÉHO RUCHU V PRAZE.....</u>	<u>1</u>
1.1 Cestovní ruch v Praze.....	2
<u>2. INSTITUCIONÁLNÍ POKRYTÍ INFORMAČNÍCH POŽADAVKŮ CIZINCŮ.....</u>	<u>4</u>
2.1 Turistické informační centrum.....	4
2.2 Asociace turistických informačních center.....	8
2.3 Destinace turistických informačních center.....	11
2.4 Pražská informační služba (PIS).....	12
2.4.1 Turistické informační centrum PIS, Staroměstská radnice.....	14
2.4.2 Turistické informační centrum PIS, Rytířská 31.....	16
2.4.3 Turistické informační centrum PIS, Hlavní nádraží.....	19
2.5 Around prague.....	21
2.5.1 Turistické informační centrum Aroundprague, Újezd 24.....	22
2.5.2 Turistické informační centrum Aroundprague, Celetná 14.....	24
2.5.3 Turistické informační centrum Aroundprague, Letiště Ruzyně.....	26
2.6 CZECHTOURISM.....	28
2.6.1 Turistické informační centrum CzechTourism, Vinohradská 46.....	29
2.6.2 Turistické informační centrum CzechTourism, Staroměstské náměstí 5.....	31
<u>3. ZJIŠTĚNÍ INFORMAČNÍCH POTŘEB A POŽADAVKŮ CIZINCŮ V PRAZE.....</u>	<u>33</u>
3.1 INFORMAČNÍ BARIÉRY.....	34
3.2 Negativa v cestovním ruchu v Praze.....	36
<u>4. ZÁVĚR.....</u>	<u>38</u>
4.1 Informační zdroje.....	38
4.2 Návrh na zlepšení služeb informačních center v Praze.....	39

Předmluva

Práci o Pražských turistických informačních centrech jsem se rozhodl psát z velmi jednoduchého důvodu – již od počátku roku 2007 pracuji ve firmě Aroundprague, která několik informačních center provozuje a mám tím pádem praktické i teoretické osobní zkušenosti z fungování dvou informačních center.

Práce v informačních centrech se velmi podobá práci knihovnického, či referenčního zaměření. Ať už z důvodu podobného stylu komunikace s klientem při zjišťování jeho informační potřeby, vyhledávání relevantních, či pertinentních informací, nebo zpětné distribuce informace klientovi formou pro něj adekvátní a srozumitelnou. Navíc se zde projevuje rozličná škála komunikačních bariér.

V následujícím textu se budu zabývat nejprve rozborem jak se Česká republika a zejména Praha účastní cestovního ruchu a jaká je nynější situace v tomto dynamickém odvětví. Dále bude upřesněno, jak jsou návštěvníkovi regionu Praha zajišťovány kvalitní informace. Následovat bude popis samotných informačních center a jejich zřizovatelů.

Informační centra budou popsána podrobněji se snahou odhalit jejich slabiny v porovnání s ideálem turistického informačního centra.

Na konci bude následovat analýza, jak by se případné vady ať už samotných informačních center, nebo určité negativní zážitky turistů v Praze daly odstranit a vyladit.

Z důvodu dynamických proměn v cestovním ruchu, je třeba upozornit, že následující popis je platný ke konci roku 2008.

Použitá literatura je citována v souladu s normami ISO 690 a ISO 690-2.

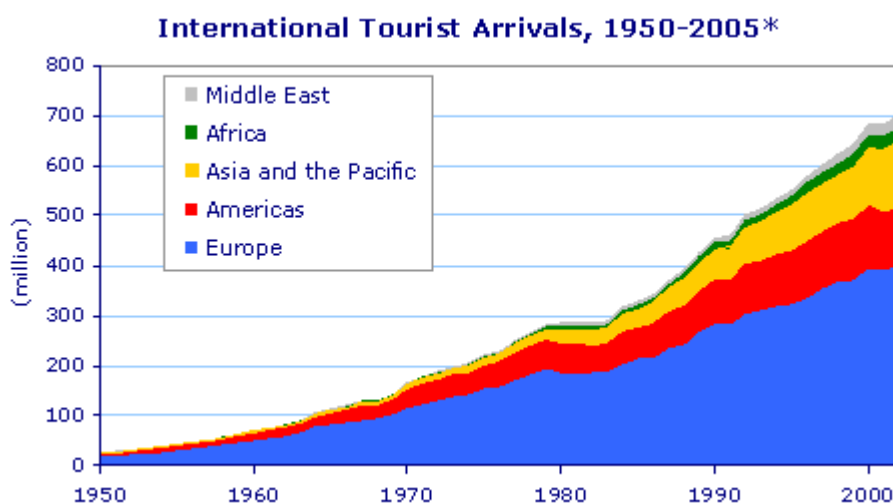
Rád bych poděkoval vedoucí mé bakalářské práce PhDr. Anně Stöcklové, za její rady a připomínky k bakalářské práci.

1. Rozvoj turistického ruchu v Praze

Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO) definuje tuto činnost, jako aktivitu osob cestujících do míst mimo jejich obvyklé prostředí nebo pobývajících v těchto místech ne déle než jeden rok za účelem trávení volného času, sjednávání kontraktů pro následné podnikání apod. [18]

Podle Ministerstva pro místní rozvoj cestovní ruch představuje u nás i ve světě velmi dynamicky se rozvíjející segment ekonomiky. Svým objemem tržeb se řadí ve světě na třetí místo za petrochemický a automobilový průmysl a rovněž rozsahem zaměstnanosti a tvorbou kvalitních pracovních příležitostí patří mezi nejvýznamnější ekonomická odvětví.[8]

Během minulého století se ve světovém měřítku dočkal cestovní ruch ohromného rozvoje. Porovnáme-li počet mezinárodních příjezdů v roce 1950, kdy byl jejich počet 25 milionů s 806 miliony mezinárodních příjezdů v roce 2005, je tento strmě stoupající trend zcela evidentní.



Graf převzat z webových stránek Světové organizace cestovního ruchu. [22]

1.1 Cestovní ruch v Praze

Prvním turistou, po kterém se dochovalo hodnocení Prahy byl Ibráhím ibn Jákúb al-Isráíli. Kupec z Andalusie a člen poselstva, které k císaři Ottovi I. vyslal v desátém století kordóvský chalíf al-Hakam II. V jeho cestopise se nachází také nejstarší popis Prahy a i složení jejích návštěvníků: *“Město Prága vystavěno jest z kamene a vápna a je největším městem co do obchodu, přicházejí sem z města králova Rusové a Slované se zbožím. A z krajin Turků muslimové, Židé a Turci rovněž se zbožím a obchodními mincemi.”* [21]

Masové cestování za turistickými prožitky však dlouhého trvání nemá. Největší turistický boom se dá datovat počátkem devadesátých let, kdy došlo nejen k uvolnění politického klimatu a k uvolnění hranic, zejména však úspěšně proběhla transformace organizované turistiky v České Republice.

Dnes platí, že Praha je turisticky nejnavštěvovanějším regionem České Republiky, přičemž dvě třetiny jejích návštěvníků tvoří cizinci. Nejvíce z nich, přibližně třetina, jsou občané Německa, následují občané Slovenska a Polska. Nejčastějším důvodem k návštěvě bývá poznávací turistika – cca 43%, přičemž přibližně polovina turistů se ubytuje v hotelech a třetina se stravuje výhradně v restauračních zařízeních. [7]

Dle statistik agentury CzechTourism v prvním pololetí roku 2008 z celkového počtu 5 265 241 zahraničních turistů v České republice, jich 3 117 436 navštívilo Prahu, což je 59,2% veškerých příjezdů.[7]

Příliv turistů do České republiky a primárně do Prahy je samo sebou proměnlivý. Důležitými faktory návštěvnosti jsou ceny, aktuální hodnota české, i jejích domácí měny, politická situace, kriminalita, stav počasí (povodně, nepříjemné teplotní předpovědi, apod.) a v neposlední míře i představa o Praze, respektive prezentace Prahy

v cizině (oficiální reklama Prahy, informace ve sdělovacích prostředcích, internetové diskuse, apod.).

Rok 2008 rozhodně nepatřil mezi nejšťastnější období pro cestovní ruch v Praze. Česká měna, která po mnoho měsíců posilovala, odradila velkou skupinu klientely, která se raději přesunula do destinací levnějších, respektive výhodnějších v poměru ceny a získání benefitu. Pro názornější příklad si představme, že turista plánující dovolenou do České republiky, případně do Prahy, kde jsou ceny přece jen vyšší, než v ostatních regionech, v době plánování počítá, že za 100 euro získá cca 3000 korun. Najednou, ale je realita jiná – za 100 euro má možnost získat cca 2300 korun, přičemž ceny jsou stále stejné. Je tudíž jen logické, pokud se začne poohlížet po jiné lokalitě. Tržby hotelů, restaurací, obchodů a cestovních agentur se v tomto období propadly o cca 30%. [16]

Během práce v turistickém informačním centru, byl tento fakt zcela evidentní. Nejen že v exponovaných obdobích (svátky, letní sezona) byl viditelně menší počet turistů navštěvujících TIC než rok předchozí, ale také styl otázek směřoval čím dál více k nejlevnějším možným alternativám návštěvy Prahy a okolí. Najednou turisty přestaly zajímat organizované exkurze a raději volili návštěvu míst zájmu samostatně. U otázek na stravování začal být dáván důraz na co nejlevnější uspokojení této potřeby. Po zásahu České národní banky a uklidnění poměru koruna – euro, se styl otázek začal navracet do starých kolejí a turisté začali opětovně více utrácet, ale každopádně se ani náhodou nedalo hovořit o návratu k normálu.

Jen co se příjezdový cestovní ruch v Praze začal dostávat pomalu vzhůru, vypukla světová finanční krize. Je otázkou, kdy a jak silně bude plně zasažena Česká republika, případně jak dlouho krize potrvá, dovolím si ale předpokládat, že mnoho společností závislých na turistickém ruchu ať už přímo, či nepřímo, bude nuceno ukončit svou činnost.

2. Institucionální pokrytí informačních požadavků cizinců

Jelikož turistický ruch ovlivňuje a zasahuje i do ostatních služeb, jako jsou ubytovací služby, průvodcovské služby, transport, informační a referenční služby, je důležité čím dál tím více jejich informační propojení všech složek.

Právě informační a referenční služby jsou hlavním pojítkem těchto prvků turistického ruchu. Jak to však s fungováním a kvalitou turistických informačních center je, se pokusím analyzovat v následujícím textu.

2.1 Turistické informační centrum

Turistické informační centrum (TIC) je účelové zařízení poskytující v oblasti svého působení (město, region, turistická oblast) komplexní informace o všech službách souvisejících s cestovním ruchem. [1]

Turistické informační centrum je místem, kam návštěvník přichází s představou zodpovězení svých otázek a naplnění svých informačních potřeb.

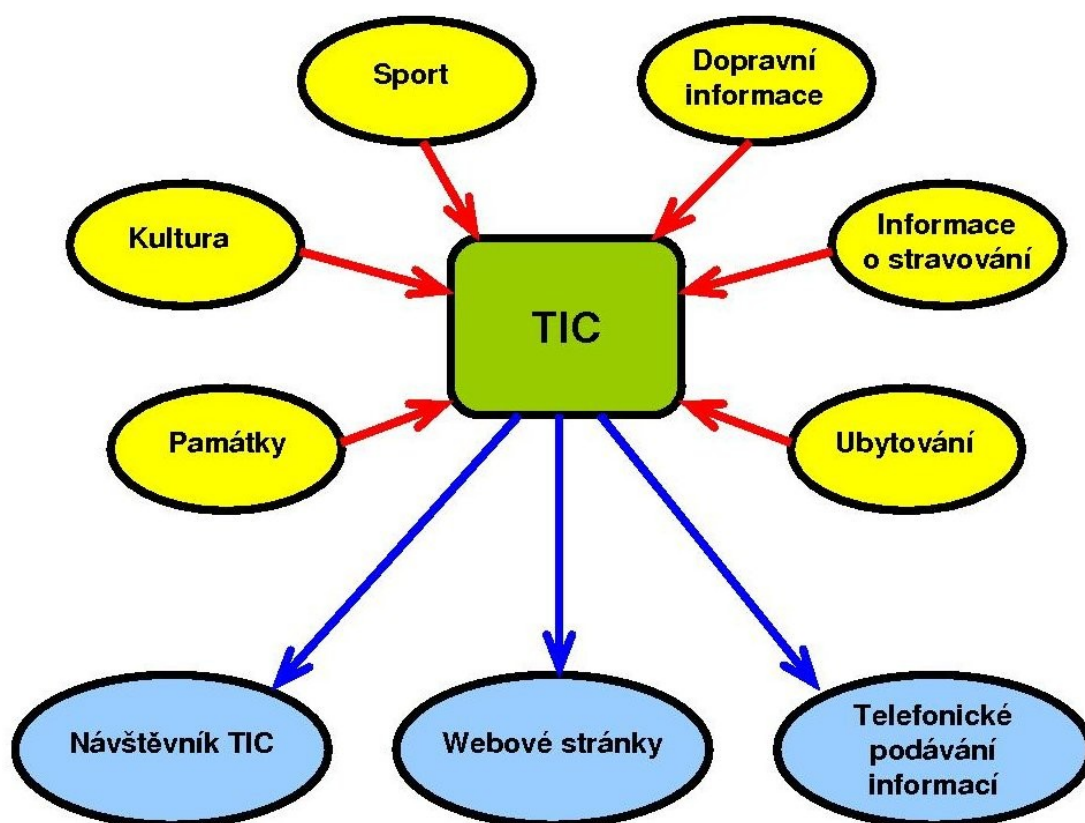
Podle Asociace turistických informačních center je TIC nejdůležitějším článkem praktické propagace města, okolního regionu i celého státu s ekonomickým přínosem. Jeho úkolem je zdarma poskytnout návštěvníkovi všechny důležité informace a navázat s ním lidsky přívětivý kontakt, aby byl při pobytu spokojen, aby jeho pobyt byl co nejdelší, aby v regionu zanechal co největší útratu a aby se do něj i opakovaně vracel. [4]

Turistická informační centra bývají příspěvkovými organizacemi, zřizovanými orgány státní, či městské správy, nebo to bývají soukromé společnosti. Z důvodu, že hlavní náplní jejich činnosti je bezplatné poskytování informací, což se dá chápat coby služba veřejnosti, vyplývá, že by se státní, či městské orgány měly, alespoň částečně, finančně participovat na fungování též soukromých informačních center, jelikož by, v jiném

případě, mohlo docházet k podávání informací ne zcela objektivních, z důvodu prodání určitého produktu a tím vyzískání prostředků k fungování infocentra. Tento prodej by však měl být pouze doplňkem fungování TIC.

Náplní činnosti TIC je vyhledávání a shromažďování informací za účelem jejich budoucí distribuce klientovi TIC. Z těchto informací by měla být vytvářena určitá databanka, ať už přímo přístupná klientovi, nebo čistě pro účely zjednodušení práce informačního pracovníka. Tato databanka by měla obsahovat informace často žádané klienty v dané lokalitě, každopádně to nejčastěji bývají informace týkající se památek, kulturního vyžití, sportovních akcí a sportovního vyžití, informace o dopravě, stravování a v neposlední řadě ubytování. Informace z této databanky bývají klientovi distribuovány prezenčně přímo v infocentru, prostřednictvím webových stránek, nebo telefonicky (viz model níže).

Jelikož turistický ruch ovlivňuje a zasahuje i do ostatních služeb, jako jsou ubytovací služby, průvodcovské služby, transport, informační a referenční služby, je důležité čím dál tím více jejich informační propojení. Právě informační a referenční služby jsou hlavním pojítkem těchto prvků turistického ruchu. Jak to však s fungováním a kvalitou turistických informačních center je, se pokusím zobrazit na následujícím grafu.



model získávání a následovně přímé distribuce informací

Velice důležitým článkem fungování TIC a distribuce informací je bezpochyby personál. Pracovník infocentra by měl být schopen poskytovat informace v českém a minimálně jednom cizím jazyce. Měl by se dobře orientovat v dané lokalitě, být schopen práce s mapou, počítačem, orientovat se v databance, měl by mít dobrý všeobecný přehled, profesionální a vstřícné chování, být odolný vůči stresu a hlavně podávat nezkrácené a objektivní informace.

Odolnost vůči stresu je velmi podstatným, výše zmíněným, bodem, protože je pracovník tzv. „prvním na ráně“ pro návštěvníky města, kteří jsou z jakéhokoli důvodu nespokojeni ať už s fungováním navštívené lokality, kvalitou služeb, nebo jen jsou notorickými nespokojenci. Stává se tedy, že někteří návštěvníci začnou vinu svalovat na pracovníka infocentra za věci, které opravdu nemůže nijak ovlivnit.

Další zkouška odolnosti bývá v turisticky exponovaných obdobích, kdy stoupá návštěvnost infocenter a stává se, že pracovník během celé pracovní doby nemá čas na

jakoukoli jinou činnost, než na permanentní vyhledávání a distribuci informací, případně pokud neustále odpovídá na ty samé dotazy. Tato situace si žádá dobrou úroveň sebeovládání.

Je obtížné přesně definovat, jak by se přesně měl pracovník TIC chovat, zda být servilní, přátelský, či chladně profesionální, jelikož zatím neexistuje žádný kodex chování pracovníků TIC.

Poněvadž se pod pojem Informační centrum dá schovat i místo používající toto označení pouze z důvodu nalákání klientely a ve skutečnosti poskytující informace prapodivné, či nulové, hodnoty, je třeba provést nějakou selekci TIC a určit ta, která by jistou kvalitu mít mohla. Budu se tedy v následujícím textu zmiňovat o pražských TIC zřizovaných státními, či městskými institucemi, případně informačních centrech soukromých, jež jsou členy Asociace turistických informačních center.

2.2 Asociace turistických informačních center



ATIC ČR

Sama sebe tato společnost charakterizuje coby cechovní organizaci Informačních center (kanceláří), která zajišťují činnost v cestovním ruchu a tím pomáhají rozvoji cestovního ruchu v ČR.[3]

Je to samostatné , dobrovolné sdružení při zachování nezávislosti vůči vládě, zastupitelským orgánům, politickým stranám, podnikatelským subjektům a organizacím, jehož cílem je stát se centrem informační sítě v rámci cestovního ruchu ČR sloužících k obousměrnému toku informací a potřebám hostů, obyvatel měst, obcí a podnikatelských subjektů. Dále pak zvyšování odborné úrovně a informovanosti svých členů, monitorování, sumarizování a přenášení zkušeností mezi členy.[3]

Členství v ATIC ČR

Podmínky členství

Aby se Informační centrum mohlo stát členem ATIC ČR, tak by mělo splňovat minimální standard služeb a podmínek. Těmi jsou:

- umístění na veřejně přístupném místě
- označení piktogramem „i“

- vybavení centra musí sloužit k zajištění minimálního standardu poskytovaných informací: telefon, fax, e-mail
- pro návštěvníky musí být k dispozici mapa místa, oblasti a ČR
- musí poskytovat plnou informaci sloužící k orientaci v místě působení informačního centra
- musí poskytovat informaci o dopravě a službách v místě působení
- musí poskytovat informaci o ubytovacích a stravovacích možnostech v místě působení
- musí poskytovat informaci o kulturních, společenských a sportovních akcích v místě působení

Nový uchazeč po podání přihlášky zaplatí nevratnou část poplatku 1000 korun a zbývající 3000 se doplácí po schválení členství.

Výhody členství

Asociace centru nabízí:

- metodickou pomoc při zřizování a vedení centra
- zveřejňování adresy na internetových stránkách a v tiskovinách
- odborná školení
- možnost výměny propagačních materiálů
- možnost bezplatné prezentace na veletrzích
- možnost podílet se na formování systému veřejné služby turistických informací na území ČR
- vydávání zpravodaje

Každoročně je vyhlášeno a oceněno jedno informační středisko městské a jedno soukromé.

Coby nejlepší TIC za rok 2006 byla vyhlášena tato centra:

městské - Infocentrum město Tábor
soukromé - Informační centrum Litomyšl

Coby nejlepší TIC za rok 2007 byla vyhlášena tato centra:

městské – Informační centrum Hradec Králové
soukromé - Průvodcovská služba Kutná Hora

Infocentra jsou dle ATIC rozdělena dle charakteristiky fungování:

- [Kategorie A – celorepubliková působnost](#)
- [Kategorie B – regionální působnost](#)
- [Kategorie C – místní působnost](#)
- [Kategorie D – sezónní působnost](#)
- [Čekatelé](#)

Webové stránky ATIC ČR se nacházejí na adrese www.aticcr.cz, kde je možnost prohlížet text ve třech jazykových mutacích: česky, anglicky, německy. Tyto stránky obsahují informace o fungování ATIC ČR, seznam členů, atd.[3]

ATIC ČR také vydává Adresář turistických informačních center ATIC ČR, obsahující členy a čekatele o členství v ATIC ČR včetně úplných kontaktů na ně.

2.3 Destinace turistických informačních center

Nežli začneme se samotným popisem a rozbohem informačních center, je třeba si jejich umístění pro názornou představu zobrazit na mapě centra města. Z důvodu, že jedno infocentrum Pražské informační služby funguje pouze sezónně, nebude ani na mapě lokalizováno a ani dále popisováno. To stejné platí pro infocentrum firmy Aroundprague, které se zabývá jen propagací Prahy 6. Infocentrum Aroundprague, které je umístěno na Ruzyňském letišti, nebude na mapě lokalizováno z důvodu možné výsledné nepřehlednosti dané mapy.



Tato mapa byla převzata z <http://pragueexperience.com>, retušována a upravena pro názorné a přehledné vytyčení informačních center popsanych dále v textu. [13]

2.4 Pražská informační služba (PIS)



Bezpochyby nejznámější institucí s velmi silným zázemím je PIS – Pražská Informační Služba s pobočkami ve Staroměstské radnici, v Rytířské 31, v hale Hlavního nádraží a v Malostranské mostecké věži.

Oficiálním datem vzniku PIS je 1. leden 1958 některá její pracoviště jsou však staršího data, například oddělení informací a dokumentace fungují již od roku 1948. [20]

Nabízené služby:

- zodpovídání dotazů po telefonu na čísle 12 444, nebo 221 714 444
- odpovídání dotazů pomocí e-mailu tourinfo@pis.cz
- odpovídání dotazů presenčně v turistických informačních centrech
- vydávání měsíčníku Přehled kulturních pořadů v Praze
- organizace vlastivědných vycházek
- Pražská univerzita pro každého
- organizace Českých vycházek a přednášek na objednávku
- Pořádání kurzů pro průvodce Prahou
- Doškolování průvodců
- Správa některých památkových objektů (dát příklady)
- Do 31.12.2007 probíhala i výstřížková služba

Pražská informační služba vytváří velmi kvalitní a aktuální databanku zpřístupněnou na webových adresách <http://www.pis.cz/> a <http://www.prague-info.cz/> v šesti jazykových mutacích (česky, anglicky, německy, francouzsky, italsky, španělsky). Tato databanka se vytváří centrálně, v TIC se vytvářejí jen případné dotazy a podněty k úpravě databanky. V roce 2005 získala PIS ocenění na festivalu s tematikou turistiky a cestování Tour Region Film za kvalitu svých webových stránek.[14], [15]

Vydává měsíčník Přehled kulturních pořadů v Praze, podílí se na vydávání turistických brožur, spravuje a zpřístupňuje některé památky v majetku města, zajišťuje komplexní rezervační služby, vychovává kvalifikované průvodce, poskytuje tlumočnické služby a překlady a zprostředkovává práci hostesek znalých světových jazyků. Je aktivním členem Asociace turistických informačních center. [14]

Pražská Informační Služba (PIS) je společnost v současné době provozující tři celoroční turistická informační centra a jedno sezónní. V přípravě je též celoročně fungující infocentrum na letišti Praha Ruzyně. Následující text bude zaměřen na centra fungující celoročně.

2.4.1 Turistické informační centrum PIS, Staroměstská radnice



Největší turistické informační centrum PIS se nachází v budově Staroměstské radnice na Staroměstském náměstí. V okolí infocentra chybí kvalitní směrování informačními cedulemi. Těž vnější označení centra je nedostačující. Na vchodu a vedle něj na okenních tabulích je jen logo PIS a vertikálně umístěný nápis Turistické informace – a to jen v českém jazyce. Chybí zde piktogram „i“, a také piktogramové označení nabízených produktů a služeb. Vchod je bariérový, dvouschodový.

Do vnitřních prostor infocentra se nejprve prochází chodbou, kde se nacházejí stojany s letáky o kultuře a exkurzích. O programovou nabídku kultury se místo PIS stará firma Adjust, jež si tyto stojany od PIS za úplatu pronajímá. Samotný prostor infocentra je rozdělen na dva naproti sobě umístěné informační pulty. Každý je obsazen dvěma informačními pracovníky. Tento počet pracovníků je stabilní po celý rok. Návštěvník může nalézt informace ohledně exkurzí, které poskytují dvě cestovní agentury – Martin

tour a Premium tour. Dále se nabízejí a prodávají vstupenky na exkurze pouze v českém jazyce – Pražská vlastivěda - organizované PIS, nabízejí a zařizují průvodcovské služby. Ubytovací služby probíhají ve spolupráci s firmou Euroagentur. Napojení na systémy internetových rezervačních systémů Ticketpro a Ticketportal umožňuje nabídku a prodej vstupenek širokého spektra kulturních a sportovních akcí.

Po požádání informačního pracovníka se návštěvník může seznámit i s jízdními spoji a schémata dopravy. Jízdní řády však nejsou v tištěné podobě, schémata MHD ano. Zajišťování spojů, ani prodej jízdenek na MHD neprobíhá.

Z doplňkových služeb není nabízen ani prodej suvenýrů či knih o Praze, ani není možno využít směnářských služeb. Návštěvník též nemá možnost internetového připojení, telefonních služeb, tisku, či kopírování materiálů. Nenacházejí se zde žádné materiály týkající se regionů. Chybí volně přístupná mapa Prahy, případně mapa ČR

Tato pobočka je vybavena WC pro klienty.

Platba za služby za úplatu je možná českou měnou, nebo kartou.

Otevírací doba po celý rok 9-19

24.12. 9-14:00

31.12. 9 -16:00

2.4.2 Turistické informační centrum PIS, Rytířská 31



Rytířská 31 je adresou zvenku velmi dobře značeného infocentra. Viditelnosti napomáhá též umístění na rohu s Železnou ulicí a směrové tabule upozorňující na turistické informace. Podél oken infocentra jsou zvenku pomocí piktogramů vyznačeny druhy zde poskytovaných služeb. Bohužel je zde však též umístěno veliké logo PIS na úkor viditelnosti piktogramového označení „i“.

Vchod z ulice je bariérový a společný pro PIS a divadlo ACT, které sídlí ve stejné budově. Ve společných prostorách chybí značení pro informační centrum, je zde pouze

cedule s nápisem „TICKETCENTRUM“ a šipkou označující vstup do samotného infocentra.

Vnitřní prostory infocentra jsou obývány jak PIS, tak obchůdkem s dokumenty typu – knihy o Praze, průvodce, plakáty, pohledy, jelikož PIS se prodejem těchto komodit sama nezabývá. V samotném infocentru se nachází několik stojanů s tematicky rozdělenými materiály. Pult pracovníků PIS je strohý, neobsahuje žádné informace. Chybí mapa Prahy i mapa České republiky volně přístupná klientům k nahlédnutí. Distribuují se zde informační materiály a informace týkající se kultury, ubytování, stravování, exkurzí a průvodců, přičemž velké množství těchto služeb též PIS zařizuje. Kulturní materiály však za PIS vybírá a umisťuje do stojanů firma Adjust, která si tyto stojany od PIS za úplatu pronajímá.

Nabídka exkurzí je poskytována dvěma cestovními agenturami – Martin tour a Premiant tour. Dále se nabízejí a prodávají vlastivědné procházky pouze v českém jazyce – Pražská vlastivěda - organizované PIS. Dále si klient může za úplatu půjčit GPS průvodce.

Prodej vstupenek na kulturu probíhá přes terminály internetových rezervačních systémů Ticketpro a Ticketstream, což zajišťuje velmi široké spektrum nabízené kultury.

Z dopravních informací lze získat schémata MHD, informace o jízdních řádech po dotazu na informačního pracovníka. Informační pracovníci nezajišťují spoje, ani prodej jízdenek na MHD.

Návštěvník nemá možnost připojení k internetu, ani možnost telefonních služeb. Je možno tisknout a kopírovat materiály.

Průvodcovské služby PIS zajišťuje přes Pragotour.

Směnárenské služby k dispozici nejsou. Za služby je možno platit kartou.

Chybí zde veřejnosti přístupné WC.

Počet zaměstnanců zde celý rok osciluje mezi dvěma až třemi v exponovaných obdobích.

Otevírací doba po celý rok 9-19

24.12. 9-14:00

31.12. 9 -16:00

2.4.3 Turistické informační centrum PIS, Hlavní nádraží



Informační centrum ve vstupní hale Hlavního nádraží je umístěno v budce vedle vchodu do stanice metra. Nikde v okolí se nevyskytují cedule udávající směr k infocentru, ani infocentrum samo není dobře a jasně viditelné ani ze vzdálenosti pár metrů. Chybí piktogramové označení „i“, ani nejsou kvalitně znázorněny poskytované služby. Jediné označení, dle kterého se návštěvník může dozvědět s kým má tu čest, je malý nápis „Turistické informace a Pražská informační služba“ doplněný logem PIS, jež je umístěn na střeše budky ve výši okolo tří a půl metru, což se jeví být zcela nedostačující.

Komunikace s informačním pracovníkem probíhá skrze malé okénko, vedle kterého je na skle umístěna mapa širšího centra Prahy. Jelikož je okénko umístěno ve výšce prsou, již předem komplikuje, pokud ne zcela zamezuje, komunikaci s handicapovanými klienty.

Jelikož je toto infocentrum malé a ne příliš vytížené a okénko je pouze jedno, je i počet pracovníků limitován na jednoho v jakékoli sezóně.

Na první pohled není vůbec jasné, jaké materiály návštěvník může získat. Samozřejmě se zde distribuují klasické materiály, které vydává PIS. Kulturní informace jsou zajišťovány ve spolupráci s firmou Adjust a prodej vstupenek kultury probíhá přes terminál Ticketportál. Další z kulturních terminálů, Ticketpro, zde není.

Exkurze jsou odkazovány na firmy Premiant tour a Martin tour. Průvodcovské služby zařizovány nejsou, klient je odkazován na infocentrum PIS na Staroměstském náměstí. Ubytovací služby probíhají ve spolupráci s firmou Euroagentur.

Informace o jízdních spojkách, schémata dopravy, ani jízdenky na MHD nejsou poskytovány, klient je odkazován na informační centrum MHD. Pokud to však je zavřeno, pak klientovi pracovník PIS tyto informace vyhledá pomocí internetu.

Klient nemůže využít připojení k internetu, telefonní služby, tisk, ani kopírování dokumentů.

Již dlouhodobě PIS připravuje přesun do nového, mnohem většího a sofistikovanějšího infocentra v hale Hlavního nádraží, termín začátku jeho fungování je však z důvodu přestavby budovy zatím nespecifikován.

Otevírací doba

po-pá 9:00-19:00

so-ne 9:00-16:00



2.5 Around prague

Aroundprague s.r.o. je soukromá společnost, která od roku 2004 působí v turistickém ruchu. Provozuje informační centra, každoročně vydává a bezplatně distribuuje *Průvodce Prahou a Českými městy* v deseti jazykových mutacích (česky, anglicky, francouzsky, německy, italsky, španělsky, rusky, japonsky, čínsky, holandsky), zprostředkovává ubytovací služby a zařizuje průvodcovské služby. Podílí se na vydávání a bezplatné distribuci měsíčníku *Turistický informační magazín*.

Aroundprague vytváří databanku na webových stránkách www.aroundprague.cz, www.aroundprague.com. Návštěvník se zde může seznámit s informacemi o ubytování v Praze, exkurzích po Praze, českých městech pod záštitou UNESCO, spotovních aktivitách, aktuálních směnných kurzech a obsahuje také užitečné rady turistům, jako parkování po Praze, atd. Informace o aktuální kultuře chybí. Veškeré informace na webových stránkách jsou pouze v angličtině. [2]

V současné době Aroundprague provozuje čtyři informační centra. Protože tři z nich jsou turistická informační centra a jedno infocentrum zabývající se pouze propagací městské části Praha 6, nebude infocentrum na Praze 6 do následujícího textu zahrnuto.

2.5.1 Turistické informační centrum Aroundprague, Újezd 24



Na Malé Straně sídlí TIC na adrese Újezd 24 v prostorách, kde se nachází též hotel Roma. TIC je díky dobrému označení viditelné již z velké dálky a též je kvalitně použit systém ukazatelů a tabulí k vyznačení cesty k TIC z odlehlejších míst.

TIC je má velmi dobrou polohu naproti tramvajové zastávce pod lanovou dráhou na rohu ulic Újezd a Říční, čímž je také viditelnost dobře zajištěna. Za vchodem z ulice, který je bezbariérový, se nachází vedlejší vstup do hotelu Roma a též vchod do infocentra. V těchto společných prostorách jsou na stěně regály obsahující informace ohledně kultury, zejména černá divadla a hudba, a též stojan s programem koncertů. Na pultě informačního pracovníka, se nachází mapa Prahy. Toto infocentrum distribuuje materiály a informace týkající se kultury, ubytování, stravování, exkurzí a průvodců, přičemž velké množství těchto služeb též zařizuje. Dále se zde může klient seznámit s informacemi ohledně spojů jak po Praze, tak i mimo Prahu, či mimo republiku, avšak

není možné si tyto spoje zarezervovat, či koupit jízdenku na MHD. Je možné pronajmout si auto, nebo kolo.

V zadní místnosti infocentra si může klient vybrat z velkého množství materiálů o regionech a vizitek týkajících se kultury, ubytování, stravování, nákupů, činností pro děti, sport& fitness, business a služeb.

TIC dále nabízí klientům připojení k internetu, tisk dokumentů, telefonování do zahraničí, koupi telefonních karet a směnářské služby. Distribuuje kvalitní turistické informační materiály různých regionů ČR. Je také distribučním místem Turistického informačního magazínu (TIM) a měsíčníku Porta Praga, což je materiál, který nabízí Pražské vlastivědné procházky v rámci obecně vzdělávacího cyklu Pražská univerzita volného času. Dále je distribučním místem kulturního týdeníku Houser a měsíčníku Heart of Europe.

Jelikož se jedná o malé infocentrum, které není neustále okupováno klienty, stačí k práci pouze jeden informační pracovník. Není možno platit cizí měnou, lze však platit kartou.

Komunikace s návštěvníkem probíhá vestoje.

OTEVÍRACÍ DOBA: PONDĚLÍ AŽ NEDĚLE 9:00 – 20:00 VČETNĚ SVÁTKŮ.

VÝJIMKA: 24.12. – 9:00 – 16:00

2.5.2 Turistické informační centrum Aroundprague, Celetná 14



Celetná 14 je adresa, kde sídlí TIC Aroundprague. Nachází se v prostorách holetu Carolinum. Je označeno pouze velkým piktogramem i nad vchodem a malou stojací tabulí před vchodem. Za bezbariérovým vchodem se nachází původní průchod skrz komplex Carolina. Jedna strana místnosti je pokryta informačními a reklamními materiály a mapou České republiky. Vedle vchodu se nachází maloprodejce suvenýrů, budka směnárny a teprve za tím vším je podélně umístěn informační pult pokrytý různými druhy map Prahy. Toto rozmístění způsobilo, že nepadne pohled ihned na informační pracovníky a klient si tudíž často není zcela jist, zda opravdu zavítal do TIC, případně své dotazy směřuje na prodavače, či směnárníka.

Distribuuji se zde informační materiály a informace týkající se kultury, ubytování, stravování, exkurzí a průvodců, přičemž velké množství těchto služeb též TIC zařizuje. Dále se může klient seznámit s informacemi ohledně spojů jak po Praze, tak i mimo

Prahu, či mimo republiku, není však možné si tyto spoje zarezervovat, či koupit jízdenku na MHD.

Nacházejí se zde též materiály reklamního charakteru převážně z okolních obchodů, restaurací a specializovaných prodejen. Přestože TIC Celetná není zaměřeno na regionální turistiku, lze zde nalézt v omezeném množství i některé z regionálních turistických materiálů.

Klient může využít připojení k internetu, tisk dokumentů a směnářské služby. Je též distribučním místem Turistického Informačního Magazínu a měsíčníku Porta Praga. Dále je distribučním místem kulturního týdeníku Houser a měsíčníku Heart of Europe.

Komunikace s návštěvníkem probíhá vestoje.

Jelikož je toto TIC velké a nachází se v turisticky mimořádně frekventované lokalitě, je ideální počet informačních pracovníků 2 mimo sezonu a 3 v sezoně.

OTEVÍRACÍ DOBA: PONDĚLÍ AŽ NEDĚLE 9:00 – 20:00 VČETNĚ SVÁTKŮ.

VÝJIMKA: 24.12. – 9:00 – 16:00

1.1. - - 20:00

ZNALOST JAZYKŮ AJ, NJ, FJ, ŠJ

2.5.3 Turistické informační centrum Aroundprague, Letiště Ruzyně



Malé turistické informační centrum provozuje Aroundprague, ve spolupráci s firmou Czechocar, na Ruzyňském letišti v příletové hale terminálu číslo 2. Byť zde chybějí jakékoli směrovací tabule upozorňující na existenci infocentra, je tento fakt eliminován velmi dobrým a viditelným umístěním přímo naproti výstupu z celního prostoru a též do očí bijícími piktogramy „i“. Toto pracoviště je vlastně spíše informační budkou, obsazenou stabilně pouze jedním informačním pracovníkem společnosti Aroundprague, který se na protisměně střídá s pracovníkem firmy Czechocar.

Nabídka tohoto infocentra je z velké míry ovlivněna předpokladem, že ihned po přeletu do Prahy se turista zabývá jen informacemi typu, kde se ubytovat a jak se tam dostat, tudíž je zde hlavní důraz dán na informace týkající se ubytování v Praze a půjčování aut. Materiály jako jízdni řády, či schémata spojů zde poskytovány nejsou a klient je odkazován přímo na infocentrum Dopravních podniků, které se nachází ve stejné hale.

Dále jsou poskytovány informace ohledně exkurzí, avšak i jejich nabídka je velmi úzká a informace týkající se služeb samotných turistických průvodců, stejně jako kulturních akcí, není vůbec. Chybí zde bohužel snadno přístupná mapa města a i nabídka map za úplatu není příliš pestrá.

Komunikace s klientem probíhá vestoje.

Otevírací doba: každý den 9:00 – 21:00



2.6 CZECHTOURISM

CzechTourism, aneb Česká centrála cestovního ruchu, je státní příspěvková organizace řízená Ministerstvem pro místní rozvoj, jejímž základním cílem je propagace České republiky jako destinace cestovního ruchu v zahraničí i v České republice.[5]

Snahou CzechTourismu je též motivování návštěvníků Prahy k výletům do ostatních regionů, tato činnost je hlavní náplní činnosti informačních center CzechTourismu.

CzechTourism vytváří kvalitní databanku a zpřístupňuje je na www.czechtourism.cz, kde se však pouze v češtině nacházejí informace o CzechTourismu coby instituci, ale i stavu cestovního ruchu v Česku a Evropě, statistické informace, informace o veletrzích, servis pro novináře, lázeňství, atd. [5]

Další webová adresa www.czechtourism.com funguje v osmnácti jazykových mutacích (anglicky, arabsky, česky, čínsky, dánsky, finsky, francouzsky, hebrejsky, holandsky, italsky, japonsky, korejsky, maďarsky, německy, polsky, portugalsky, rusky a španělsky) a nabízí informace týkající se vybraných aktuálních akcí po celé České republice, tipů pro odlišné druhy dovolené (dovolená s dětmi, dovolená pro mladé, aktivní dovolená, atd.), svátků v České republice, možností pro handicapované osoby, atd.[6]

Adresa www.kudyznudy.cz funguje v českém a v anglickém jazyce. „Katalog "Kudy z nudy" je projektem České centrály cestovního ruchu - CzechTourism na oživení domácího cestovního ruchu v České republice. Katalog představuje jednoduchý nástroj, jehož prostřednictvím se mohou tuzemští turisté seznámit s nabídkou aktivit, které jsou v

České republice k dispozici k vyplnění jejich volného času během dovolené, o víkendu či na kratších výletech. Třídění aktivit odpovídá rozdělení na věkové skupiny (mladí, rodiny s dětmi, starší) a kategoriím podle jejich zájmů (adrenalinové sporty, zimní sporty, gurmánská turistika, lázeňská turistika, relaxace u vody, atd.).[11]

Dále CzechTourism vydává množství materiálů určených k propagaci destinace Česká republika po informačních centrech a zejména na veletrzích cestovního ruchu.

2.6.1 Turistické informační centrum CzechTourism, Vinohradská 46



Centrála společnosti CzechTourism sídlí vedle tramvajové zastávky Vinohradská tržnice. Nikde v okolí se nevyskytují směrovací tabule, které by potenciálnímu klientovi pomohly nalézt cestu. Výkladní skříně samotné budovy však přímo oplývají velkými logy CzechTourism, obrysy České republiky, některé včetně znázorněného jejího regionálního členění. Nalezneme zde též piktogram „i“ a to jak na výkladní tabuli, tak na

dveřích infocentra. Zvenku jsou zmiňovány dokonce i webové adresy czechtourism.cz a czechtourism.com.

Vnitřní prostory sdílí infocentrum s knihovnou CzechTourismu, která je bezplatně přístupná odborné veřejnosti pro prezenční výpůjčky. V těchto společných prostorech jsou vystaveny regionální a informační materiály. Komunikace s informačním pracovníkem zde probíhá oboustranně vsedě.

Toto infocentrum je majoritně zaměřeno na referenční služby, z čehož vyplývá, že tady neprobíhá prodej jakýchkoli materiálů, služeb, či doplňkových produktů. Zdarma jsou k dispozici rozličné materiály týkající se nejen Prahy, ale všech regionů České republiky. V knihovně CzechTourismu, která je otevřena jen dva dny v týdnu, je možno získat informace a materiály týkající se jak regionů, tak též statistik v turistickém ruchu na území České republiky, či odborné příručky a katalogy zaměřené na práci v turistickém ruchu.

Z důvodu nevelké návštěvnosti zde pracuje pouze jediný informační pracovník, který je ve dnech fungování knihovny doplňován ještě jedním knihovníkem. Není možno využít telefonních ani směnářských služeb. Kopírování, či vtištění dokumentů je možné pouze pro odbornou veřejnost navštěvující knihovnu, to samé platí pro možnost připojení k internetu.

Toto infocentrum nedisponuje WC pro klienty.

Otevírací doba mimo svátky:

INFOCENTRUM

KNIHOVNA

Po-pátek 8:30 – 12:00

po – 9:00 – 12:00

13:00 – 16:00

čt – 13:00 – 16:00

2.6.2 Turistické informační centrum CzechTourism, Staroměstské náměstí 5



Na této adrese sídlí velmi dobře označené a z dálky viditelné infocentrum zřízené společností CzechTourism dne 18.12.2007. Není však označeno piktoqramem „i“, ani piktoqramy nabízených služeb. Vchod je bezbariérový, otevíraný fotobuňkou.

Vnitřní prostory infocentra jsou rozděleny do dvou místností. Přední místnost je vybavena informačním stolem pro dva pracovníky. Konverzace s návštěvníkem probíhá oboustranně v sedě. Stěny infocentra jsou pokryty výkyvnými regály, které jsou technicky řešeny k maximálnímu možnému naplnění, jsou doslova zaplaveny pestrou škálou informačních materiálů z patnácti regionů České republiky. V prostředku místnosti je dlouhý stůl, přehledně nabízející vybrané informační materiály, s jejichž výběrem a případnými konzultacemi klientovi pomáhají přítomní pracovníci infocentra. Během jedné směny se zde vyskytují maximálně tři informační pracovníci.

Zadní místnost infocentra bývá využívána k prezentacím regionů za účasti zástupce daného regionu, formou přednášky nebo videoprojekce. Mimo sezonu zde tyto prezentace probíhají jednou až dvakrát za měsíc, během sezony se počet prezentací pohybuje mezi čtyřmi až deseti za měsíc.

Tyto prostory bývají též užívány k pořádání tiskových konferencí a každý čtvrtek zde probíhá veřejné promítání tematicky laděných snímků, které jsou zároveň vysílány i v plazmové televizi umístěné ve výloze infocentra do 23:00 hodin.

K prezentacím regionů bývá občasně využíván též prostor vně infocentra, kde je možno na chodníku slyšet a vidět různá živá vystoupení rozličných kulturních souborů.

Forma nabídky informací je evidentně pestrá a informační materiály jsou ve velkém množství a samozřejmě bezplatně. Regionální materiály, které se týkají se ať už základních informací o regionu, či informací tematicky zaměřených ať už na ubytování, sprotovni, či kulturní vyžití, bývají do infocentra dodávány samotnými regiony. Materiály přímo vydávané společností CzechTourism, nemají charakter průvodců, spíše to jsou promotion materiály, jež se dají použít k prezentaci regionů na různých veletrzích či kongresech.

Klient může získat informace o jízdních řádech a též tištěná schémata spojů, není však možné si zde tyto spoje zajistit.

Informace o ubytování si lze vyhledat a zajistit přes regionální informační centra. Pro ubytování v Praze je využíváno spolupráce s Pražskou informační službou. To samé platí pro průvodcovské služby po Praze.

Z doplňkových služeb zde návštěvník může bezplatně využít připojení k internetu.

Telefonních služeb, možnosti tisku, ani kopírování materiálů zde návštěvník oficiálně využít nemůže. Též zde není možno vyzískat jízdenky na MHD či poštovní známky, ani směnárenské služby se zde neposkytují.

Toto infocentrum nedisponuje WC pro návštěvníky.

3. ZJIŠTĚNÍ INFORMAČNÍCH POTŘEB A POŽADAVKŮ CIZINCŮ V PRAZE

Dle výsledků průzkumu CzechTourismu, příležitost pro rozvoj cestovního ruchu v turistických regionech představuje i zájem návštěvníků o informace (léto 74%, zima 75%). Většina z nich před návštěvou informace aktivně vyhledává (léto 95%, zima 92%), nejčastěji v tištěných propagačních a informačních materiálech (léto 62%, zima 54%), na internetových stránkách (léto 58%, zima 59%) a mnohdy se návštěvníci zajímají i o doporučení známých (léto 59%, zima 61%). Zhruba polovina návštěvníků čerpá informace i v turistických informačních centrech.“ [7]

Četnost požadavků na různé druhy informací se samozřejmě liší odlišným umístěním informačních center a tím pádem také odlišným druhem zákazníků. V některých lokalitách je poměrově mnohem vyšší procento návštěvníků z ciziny, někde návštěvníků z České republiky a někde servis informačního centra využívají zejména místní občané.

Ke zjištění rozdílnosti poměru dotazů jsem se rozhodl využít sociologickou metodu pozorování. Do dvou informačních center společnosti Aroundprague jsem pracovníkům zadal jednoduchou tabulku a zažádal je o zaznamenání četnosti dotazů návštěvníků infocentra. Tento průzkum probíhal v letní sezoně roku 2008. Výsledky průzkumu jsou shrnuty v následující tabulce.

Dotazy	Aroundprague Celetná	Aroundprague Újezd
Lokační (kde je co) uvnitř Prahy	17%	29%
Lokační (kde je co) mimo Prahu	8%	6%
Kultura	12%	8%
Sportovní aktivity	10%	4%
Zevrubné – „co mohu vidět?“	17%	13%
Ubytování	10%	7%
Spoje	18%	17%
Restaurace	6%	7%
Ostatní	2%	9%

Procentuální výsledky dotazů jsou zaokrouhlené

3.1 INFORMAČNÍ BARIÉRY

Přestože do procesu získávání a vyhledávání si informací zasahuje mnoho faktorů, základním rozřazováním pro pracovníky informačních center bývá klasicky řazení dle národnosti, dále pak sortování dle „typu“ turisty (zájezd, batůžkář, konferenční turista, rodinná dovolená, atd...), přičemž se obě tato měřítka informační pracovník dokáže celkem rychle naučit rozeznávat a dle této typologie se již předem dá odhadnout přibližné chování návštěvníka, případně i zhruba typ jeho otázky.

Například pro návštěvníky Španělské národnosti bývá typickým dotazem cituji: „Información!“ v překladu samozřejmě – Informace. Na takovouto otázku se dá reagovat samozřejmě jen otázkou: „Jaký typ informace chcete?“ Načež převážná většina tazatelů reaguje: „Něco o Praze“. Z tohoto „dialogu“ je zřejmé, že zjištění informační potřeby tazatele občas může být mnohem delší, nežli její zodpovězení.

Podobně náročným oříškem občas bývá komunikace s anglickými turisty, pokud jsou ve skupině jen ženy. Jejich typický dotaz – „Co mohu v Praze dělat, aby mne to bavilo?“ je snad opravdu z dílny tvůrce špatných vtipů. Je otázkou, jak ideálně na podobný dotaz reagovat. Zda nejprve upozornit, že informační pracovník opravdu nezná jejich záliby, ani telepatí se nezabývá a následně zjistit, co již všechno bylo navštíveno a co tedy by ze zbývajících možností zbývalo, či zda rovnou navrhnout doslova cokoli, jelikož kdo si není schopen předem uspořádat své požadavky a v podstatě neví, na co se táže, tak se pravděpodobně bude podobně stavět i k návrhům nabídnutým mu pracovníkem informačního centra. Tudíž je zde otázka, zda čas komunikace s daným typem tazatele maximálně zkrátit a něco mu takříkajíc předhodit, aby se informační pracovník mohl co nejdříve věnovat následujícímu klientovi, jehož informační potřeby bude možno vyřešit, či zda se přece jen snažit provést dotazovací proces do zdárného konce přes velikou pravděpodobnost nedosažení ničeho.

Informace lokalizačního charakteru jsou jedny z nejčastějších, které pracovníci turistických informačních center řeší. Zdálo by se, že rychlost vyřešení lokalizačního dotazu je závislá především na znalostech daného pracovníka, zda poskytne danou informaci okamžitě z paměti, či zda ji bude muset nějakou dobu zjišťovat pomocí různých pomůcek např. mapa, internet, kulturní přehled, atd., ale naopak. Narážíme zde totiž často na komplikace jiného charakteru a to **neschopnosti (bariéra informačních potřeb)** tazatele se v dané informaci orientovat. Nejčastějším důvodem bývá nesoustředěnost na odpověď, která by měla být co nejnázornější. Například z důvodu, že překvapivě velké množství tazatelů si plete pravou a levou je dobré mluvit pomalu a zřetelně, do mapy jim lokalizovat nejen výskyt místa jejich dotazu, ale i vyznačit trasu pochodu. Poté je dobré ještě jednou celý proces zopakovat včetně zdůrazňování stran pohybu rukou. Občas je však skoro nemožné dospět ke zdárnému konci i když by odpověď zněla jednoduše: Ze dveří doleva a první ulici doleva. Někteří tazatelé si přesto do mapy, kde trasu již vyznačenou mají, zapíší doslova „Ze dveří doleva a první ulici doleva.“ Někteří se i vrátí, aby se znovu zeptali, jak že to bylo, někteří okamžitě zabočí na opačnou stranu.

U dotazů týkajících se spojů do rozličných lokalit je opět možnost okamžité odpovědi z paměti, jelikož dotazy se týkají především několika hlavních turisticky atraktivních lokalit a není problém si jejich řešení pamatovat, případně spoje do nejčastěji navštěvovaných lokalit vytisknout a vyrobiť tazatelům volně dostupnou složku s jízdními řády. Nejfrekventovanější dotazy na spoje do lokalit v České republice: Karlovy Vary, Český Krumlov, Kutná Hora, Karlštejn. Nejfrekventovanější dotazy na spoje do lokalit mimo Českou republiku: Berlín, Drážďany, Vídeň, Budapešť, Bratislava, Krakow. Především se však samozřejmě využívá webových stránek dopravců. Pro spoje v Praze především vyhledávací systém MHD Praha (www.dpp.cz) a IDOS (www.idos.cz) pro spoje mimo Prahu, i mimo republiku. Oba tyto systémy jsou sofistikované a uživatelsky přívětivé. Není snad ani třeba zmiňovat nutnost poskytovat tištěné schéma městské dopravy.

3.2 Negativa v cestovním ruchu v Praze

V internetovém deníku *Týden* se objevil článek s negativními zkušenostmi ohledně orientace v Praze a kvality podávaných informací v turistických informačních centrech PIS. Reportérky, vydávající se za zahraniční turistky, navštívily pobočky Pražské Informační Služby, respektive ty, které se jim podařilo nalézt. Špatné značení infocentra PIS na Hlavním nádraží zmátlo i mne během psaní této práce. I když jsem věděl, co hledat, musel jsem se na umístění infocentra zeptat, přestože jsem od něj stál pouhých pár metrů, výše zmíněné redaktorky ho nenalezly vůbec. Jediné směrové značení k tomuto infocentra je venku před budovou nádraží, navádí však návštěvníka zpět do budovy. Nesmyslné nasměrování informačních tabulí, má zajisté vliv na představu návštěvníka, jak asi bude vypadat následující získávání informací složitějšího charakteru.

V centru PIS na staroměstském náměstí po otázce, „Co je v Praze k vidění za jeden den?“ byly odkázány na exkurzi do Kutné Hory, když však trvaly na návštěvě hlavního města, byl jim na mapě ukázán pouze Pražský hrad a Karlův most.

V centru v Rytířské byly též odkázány na Kutnou Horu a po odmítnutí zavaleny množstvím letáků o Praze. [19]

Z vlastní zkušenosti mohu zmínit další negativa, se kterými se zahraniční turisté mohou v Praze setkat. Dříve hojný výskyt nepoctivých taxikářů se přece jen zredukoval, ale možnost, jak být podveden, či „obrán“ o finanční prostředky, je zatím stále dost. Klasickým problémem bývají směnárny, které velkými písmeny ukazují kurz prodeje, a kurz nákupu písmeny malými a nezřetelnými, směnárníci na otázky klienta příliš nereagují a odmítají stornovat transakce, když si klient stěžuje, že mu celou dobu ukazovali cenu prodejní a výkup jeho financí proběhl za kurzu pro něj velmi nevýhodným. Například za jedno euro může být rozdíl až pět korun od směnárny hned

vedle. V případě, že zavolá hlídku policie, ta ho po příjezdu na místo činu odkáže na stížnost u České národní banky a dále nic neřeší. [9])

Další případ je, když si turista smění peníze u „veksláka“ jen tak na ulici. Je mu sice nabídnutý velice výhodný kurz, ale při pokusu o zaplacení v prvním obchodě zjistí, že místo Českých korun dostal Maďarské forinty, které mají hodnotu cca desetinnou.

Některé restaurace v centru města také pro turisty nepředstavují příjemný zážitek. Setkáváme se zde s rozmanitými triky, jak vymámit z návštěvníka co nejvíce peněz, nejčastěji to bývá zaúčtování spropitného do účtu, aniž by na to byl návštěvník předem jakkoli upozorněn.

Dále na účtenky bývají připisovány položky, které si klient neobjednal, případně též platba za přinesení příboru, atd.

Kriminalita v turisticky exponovaných místech také není ničím výjimečným, nejčastěji se jedná o kapesní krádeže, zejména v davech u Staroměstského orloje a u zastávek MHD, či v prostředcích MHD. Ve zprávě Americké vlády jsou tato místa MHD zmíněna coby místa, kde mohou proběhnout přepadení a násilná trestná činnost a též je zmíněno riziko vhození drog, či rohypnolu do pití v restauracích a barech. [10]

4. ZÁVĚR

4.1 Informační zdroje

Jednou ze základních pomůcek při zjišťování odpovědí na dotazy jakéhokoli druhu je samozřejmě internet. Dle typu dotazu a dále dle složitosti dotazu bývají užívány zejména tyto webové stránky:

Památky:

PIS	(www.pis.cz , www.prague-info.cz)
Wikipedie	(www.wikipedia.cz) + následné odkazy
Tiscalli Pragensia	(http://pragensia.tiscali.cz/)
Pražský hrad	(www.hrad.cz)

Kultura:

PIS	(www.pis.cz , www.prague-info.cz)	i tištěný měsíčník
Co kdy	(http://cokdyvpraze.cz/)	i tištěný měsíčník
Houser	(http://www.houser.cz/)	i tištěný týdeník
Heart of Europe	(http://www.heartofeurope.cz/)	i tištěný produkt –
Prague Post	(http://praguepost.com/)	i tištěný týdeník

Doprava

IDOS	(www.idos.cz)	doprava po celé republice a Evropě
MHD Praha	(www.dpp.cz)	doprava po Praze a v okolí Prahy,

Hlavní zahraniční weby: www.visiteurope.com (informace o Evropě)

4.2 Návrh na zlepšení služeb informačních center v Praze

Zájmem Prahy (stejně jako České republiky), jejího cestovního ruchu a snahou státních, městských, či soukromých společností zabývajících se cestovním ruchem je, aby turisté tuto lokalitu nenavštívili pouze jednou, ale aby se rádi vraceli zpět. Z toho důvodu je třeba snažit se o šíření dobrého povědomí o Praze jako kvalitní destinace pro dovolenou.

Je třeba neustále, nezávisle na konkrétních úkolech si opatřovat nové, **tematicky tříděné informace** a zpracovávat je pro potřeby pracoviště a snažit se vytvořit určitý fond, pokud možno, aktuálních informací směřujících k zodpovězení nejčastějších typů dotazů. Je dobré oddělit informace, jež jsou vyžadovány s častou frekvencí a volně k nim poskytnout tazateli přístup a rozdělit je do složek týkajících se kulturního vyžití ten samý den, měsíční kulturní přehled, složku obsahující často chtěné spoje, a samozřejmě složku obsahující informace o ubytování.

Do fondu **méně frekventovaných dotazů** doporučuji zařadit následující informace: seznam památek, ceny vstupného do hradů a zámků v ČR, bohoslužby, seznam aerolinek, kontakty na letiště a nádraží, MHD, historická tramvaj, parní vlak, lanová dráha, vyhlídkové plavby, zóny placeného stání, čerpací stanice, půjčovna aut, lodí, skútrů, motokáry, nemocnice, lékárny, ztráty a nálezy, seznam průvodců, trhy, bleší trhy, zoo, botanická zahrada, akvárium, zóny s WIFI zdarma, telefonická centra, prádelny i samoobslužné, vegetariánské restaurace, taneční bary, podniky se salsou, pivovary, irské bary, gay podniky, bohoslužby, zábavní centra, aquaparky, lázně, relaxační centra, střelnice, parašutismus, veřejné bruslení, jízda na koni, vodní sporty, golfové lokality.

Mezi důležité faktory, které je třeba zlepšit patří například **snížení kriminality** pojící se k cestovnímu ruchu (okrádající taxikáři, kapsáři, podvodné směnárny, atd.). Zlepšení **orientačního značení** po Praze.

Ustavení pevných standardů pro fungování infocenter, jejich podporu jak finanční, tak informační a tato centra, ať už soukromá, státní, nebo městská, propojit kvalitním informačním systémem.

Samozřejmostí by měl být **přístup** klienta **k internetu**, ať už zdarma, či za úplatou, a možnost **tisku dokumentů**.

Prodej poštovních známek a blízký výskyt poštovní schránky by také usnadnil jednu z nejčastějších činností návštěvníků města.

Zřizovatel, či provozovatel infocentra by také neměl zapomínat na profesionalitu, jazykovou vybavenost, a zejména vstřícný přístup pracovníků infocentra k návštěvníkům TIC. Snažit se jejich profesní znalosti dále rozvíjet a také je trénovat na řešení situací, kdy je pracovník pod permanentním stresem a komunikace s klienty začíná být komplikovanou.

Informační centra by měla být často kontrolována z důvodu prověření si kvality a objektivity podávaných informací a úrovně dalších jimi poskytovaných služeb. U TIC soukromých, kde se státní, či městská instituce podílí finančními, či jinými prostředky na fungování infocentra by bylo dobré výši podporu opravdu podmiňovat kvalitou poskytovaných služeb a informací. Jednoduše řečeno, za kvalitní práci, větší podporu a naopak.

Ideální TIC by samozřejmě mělo být schopno **komplexních služeb** jak informačních, tak **rezervačních**. Zkrátka klient by měl být schopen vyřešit veškeré své požadavky na informace a na služby, více, či méně, spojené s cestovním ruchem, přímo na místě a neměl by být posílán na další místa. Proto by TIC měla být vybavena veškerými možnými terminály systémů zaměřených na kulturu, sport, ubytování a dopravní spoje, přičemž by měl návštěvník mít možnost si tyto produkty na místě nejen zarezervovat, ale případně i okamžitě koupit.

Aby TIC bylo schopno poskytovat své služby na kvalitní úrovni, je třeba, aby mělo nějakou zpětnou vazbu od klientů. Nejprve se samozřejmě klient musí do TIC vůbec dostat, tudíž je zde zcela zjevná potřeba kvalitního značení jak směrových tabulí v okolí, tak zejména dobré a viditelné označení samotného centra včetně piktogramového označení nabízených služeb. Materiály v TIC by měly být rozděleny dle typu poskytované informace (kultura, ubytování, doprava, atd.), dále dle lokality, které se informační materiály týkají (místní, regionální, zahraniční, atd.) a také by přehledně měly být vystaveny. Služby komerčního rázu je nutné dobře označit tak, aby si je klient nepletl s materiály, či službami bezplatnými a naopak.

Nedá se jednoznačně vytyčit, zda by **komunikace s klientem** v TIC měla probíhat oboustranně v sedě, či ve stoje, protože dispozice, zaměření a specifika každého infocentra jsou odlišné. Je logické, že ve velmi exponovaných TIC by oboustranná komunikace v sedě snižovala četnost obslužených klientů. Na druhou stranu v infocentrech, která jsou zaměřena na delší komunikaci s návštěvníkem by komunikace v sedě probíhat měla. Ideálním řešením je podle mne zkombinování obou možností a to tak, že je-li centrum primárně zaměřeno na komunikaci v sedě, měl by být k dispozici též pracovník, který se pohybuje mezi návštěvníky a snaží se s nimi řešit rychlé dotazy přímo u rozmístěných materiálů tak, aby již předem byla vyčleněna skupina klientů, kteří si na delší a podrobnější množství informací počkají (**velmi dobrým příkladem tohoto fungování je TIC CzechTourism na staroměstském náměstí, viz kapitola 2.6.2.**). Musí však platit, že komunikace s klientem by měla probíhat ve stejné úrovni: sedí-li pracovník, měl by sedět i klient, stojí-li klient, měl by stát i pracovník.

Komerční TIC by neměla poskytovat své služby pouze jen zahraničním turistům, zejména proto, že v dobách, kdy je příjezdový cestovní ruch v útlumu, hrozí jim riziko uzavření. Ideální by bylo rozšíření maxima služeb též pro místní občany a tyto služby dále propracovávat a rozšiřovat tak, aby místní klientela tvořila páteř zisku

Použitá literatura

1. KUCHAR, Oldřich, et al. *ABECEDA turistického informačního centra*. [s.l.] : Asociace turistických informačních center ČR, 2005. 13 s.
2. Aroundprague. *Around Prague* [online]. c2004-2006 [cit. 2008-12-20]. Dostupný z WWW: <[http://aroundprague.com/\(dbgo5oy20jdojfpzbt0t04trc\)/default.aspx](http://aroundprague.com/(dbgo5oy20jdojfpzbt0t04trc)/default.aspx)>.
3. *Asociace Turistických Informačních Center ČR* [online]. [2005] [cit. 2008-12-20]. Dostupný z WWW: <<http://www.aticcr.cz/index.asp>>.
4. *Asociace Turistických Informačních Center ČR : Metodika turistických informačních center* [online]. 2007 [cit. 2008-12-20]. Dostupný z WWW: <http://www.aticcr.cz/vismo/dokumenty2.asp?id_org=200039&id=1048&query=metodika>.
5. *CzechTourism* [online]. 2003 [cit. 2008-09-23]. Dostupný z WWW: <<http://czechtourism.cz/>>
6. *CzechTourism* [online]. c2005 [cit. 2008-09-23]. Dostupný z WWW: <<http://czechtourism.com/eng/uk/docs/holiday-tips/news/index.html>>.
7. CzechTourism. *Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky* [online]. [2008] [cit. 2008-12-20]. Dostupný z WWW: <<http://monitoring.czechtourism.cz/>>.
8. Česko. Ministerstvo pro místní rozvoj. *Udržitelný rozvoj cestovního ruchu* [online]. 2008 [cit. 2008-12-20]. Dostupný z WWW: <<http://www.mmr.cz/2-udrzitelny-rozvoj-cestovniho-ruchu>>.
9. HÁKOVÁ, Jana. To jsem nezažil ani v Africe. *Lidové noviny* [online]. 2008 Dostupný z WWW: <http://www.lidovky.cz/to-jsem-nezazil-ani-v-africe-dp1-/ln_praha.asp?c=A080922_092951_ln_praha_hel>. ISSN 1213-1385.

10. KABÁTOVÁ, Michaela. V Praze se krade víc a víc, píše se ve zprávě vlády USA. *Týden* [online]. 2008, roč. 15 [cit. 2008-12-03]. Dostupný z WWW: <http://www.tyden.cz/rubriky/domaci/v-praze-se-krade-vic-a-vic-pise-se-ve-zprave-vlady-usa_75059.html>. ISSN 1210-9940.
11. *Kudyznudy* [online]. c2007 [cit. 2008-09-20]. Dostupný z WWW: <<http://www.kudyznudy.cz/cs/o-nas/o-kudy-z-nudy.html>>.
12. Mag consulting. *Komunikace a praktické dovednosti pracovníků v cestovním ruchu* . 1. vyd. Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj, 2006. 101 s. Školení a vzdělávání pracovníků v cestovním ruchu.
13. Prague Experience. *Prague Tourist Information and Travel Guide* [online]. c2002-2008 [cit. 2008-12-20]. Dostupný z WWW: <<http://pragueexperience.com/maps/map.asp>>.
14. *Pražská informační služba* [online]. c2008 [cit. 2008-09-23]. Dostupný z WWW: <www.pis.cz>.
15. *Pražská informační služba* [online]. c2008 [cit. 2008-09-23]. Dostupný z WWW: <<http://www.prague-info.cz/>>.
16. Příliš drahé Česko odrazuje turisty. *Týden* [online]. 2008, roč. 15 [cit. 2008-12-20]. Dostupný z WWW: <http://www.tyden.cz/rubriky/cestovani/prilis-drahe-cesko-odrazuje-turisty_72045.html>. ISSN 1210-9940.
17. REICHEL, Rosemarie. *Personnel Needs and Changing Reference Service*. 1st edition. Hamden : The Shoe String Press, 1989. 119 s. ISBN 0-208-02227-9.
18. RUX, Jaromír. *Problémové situace v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj, 2007. 27 s. Školení a vzdělávání pracovníků v cestovním ruchu.

19. SYNÁČOVÁ, Jaroslava, KOTTOVÁ, Alice. Test TÝDEN.CZ : Co je v Praze k vidění? Kutná Hora. *Týden* [online]. 2008, roč. 15 [cit. 2008-12-20]. Dostupný z WWW: <http://www.tyden.cz/rubriky/domaci/test-tyden-cz-co-je-v-praze-k-videni-kutna-hora_48623.html>.
20. Turistům v Praze sloužíme už 50 let. *Turistický informační magazín*. 2007, listopad-prosinec, s. 9. Dostupný z WWW: <www.czech-tim.cz>.
21. VESELÝ , Zdeněk. *Dějiny Českého státu v dokumentech*. Odpovědný redaktor Jan Halada; ilustrace Vladimír Valenta. 2. rozš. vyd. Praha : Epoque, 2003. 495 s. ISBN 80-86328-26-0.
22. World Tourism Organization. *Facts & Figures* [online]. c2001 [cit. 2008-12-20]. Dostupný z WWW: <<http://unwto.org/facts/menu.html>>.
23. *World Tourism Organization : Revitalizing tourism and facing crisis* [online]. c2001 [cit. 2008-12-20]. Dostupný z WWW: <http://www.unwto.org/media/news/en/press_det.php?id=3151>.

Použité zkratky

ATIC	Asociace turistických informačních center.
MHD	Městská hromadná doprava
PIS	Pražská informační služba
TIC	Turistické informační centrum
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu při OSN

