

VYSOKÁ ŠKOLA POLYTECHNICKÁ JIHLAVA

Katedra cestovního ruchu

**Rozhledny a vyhlídkové věže na Boskovicku
– možnosti jejich propagace**

bakalářská práce

Autor práce: Anna Kulacsová

Vedoucí práce: Ing. Martina Doležalová

Jihlava 2019

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Autor práce:	Anna Kulacsová
Studiijní program:	Ekonomika a management
Obor:	Cestovní ruch
Název práce:	Rozhledny a vyhlídkové věže na Boskovicku - možnosti jejich propagace.
Cíl práce:	Cílem práce je provedení analýzy propagace vyhlídkových věží a rozhledů na Boskovicku a na základě jejího výsledku navrhnout a vytvořit nový propagační materiál.


Ing. Martina Doležalová
vedoucí bakalářské práce


RNDr. Eva Janoušková, Ph.D.
vedoucí katedry
Katedra cestovního ruchu

Abstrakt

Cílem této bakalářské práce je analýza propagace rozhleden a vyhlídkových věží na Boskovicku a následná tvorba propagačního materiálu. V teoretické části se práce zabývá pojmy marketing a marketingový mix. Dále jsou zde popsány rozhledny obecně a konkrétní rozhledny na území Boskovicka. Praktická část se zaměřuje na zhodnocení rozhleden a jejich aktuální propagaci. Poté následuje tvorba propagačního materiálu, kalkulace cen od místních tiskáren a návrh jeho financování. Po jeho vytvoření bude umístěn do informačního centra v Boskovicích.

Klíčová slova

Rozhledna; vyhlídková věž; propagace; propagační materiál

Abstract

The aim of this bachelor thesis is to analyze the propagation of lookout towers in Boskovicko and then creation of promotional material. The theoretical part deals with the concepts of marketing and marketing mix. Further, lookout towers in general and also concrete ones in Boskovice are described here. The practical part focuses on the evaluation of them and their current promotion. Then follows the creation of promotional material, the price calculation from local printers and the proposal of it's financing. After that it will be placed in the Information Center in Boskovice.

Key words

Tower; outlook-tower ; promotion; promotional material

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracoval/a jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem v práci neporušil/a autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů, v platném znění, dále též „AZ“).

Souhlasím s umístěním bakalářské práce v knihovně VŠPJ a s jejím užitím k výuce nebo k vlastní vnitřní potřebě VŠPJ.

Byl/a jsem seznámen/a s tím, že na mou mé bakalářskou práci se plně vztahuje AZ, zejména § 60 (školní dílo).

Beru na vědomí, že VŠPJ má právo na uzavření licenční smlouvy o užití mé bakalářské práce a prohlašuji, že **s o u h l a s í m** s případným užitím mé bakalářské práce (prodej, zapůjčení apod.).

Jsem si vědom/a toho, že užít své bakalářské práce či poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠPJ, která má právo ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, vynaložených vysokou školou na vytvoření díla (až do jejich skutečné výše), z výdělku dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence.

V Jihlavě dne 6. prosince 2018

.....
Podpis studentky

Poděkování

Chtěla bych poděkovat svojí vedoucí paní Ing. Martině Doležalové za věcné rady, konzultace při tvorbě bakalářské práce. Také bych ráda poděkovala pracovnícím na Informačním centru v Boskovicích, především paní Luňáčkové, za ochotu a cenné informace, které mi byly sděleny v průběhu mojí praxe.

Obsah

Úvod.....	11
Motivace.....	13
Cíl práce	13
1 Marketing a marketingový mix.....	14
1.1 Produkt	14
1.2 Cena.....	15
1.3 Propagace	15
1.3.1 Propagační materiály.....	17
1.3.2 Propagace na internetu.....	17
1.4 Místo prodeje a distribuční cesty	18
2 Rozhledny	19
2.1 Historie	20
2.2 Současnost v rozhlednách	20
2.3 Rozdělení rozhleden.....	21
2.3.1 Dřevěné rozhledny	21
2.3.2 Železné rozhledny.....	22
2.3.3 Zděné rozhledny.....	23
2.3.4 Betonové rozhledny	23
2.3.5 Rozhledny v mnoha podobách.....	23
2.4 To „nej“ z rozhleden	23
2.5 Spolky, které se zajímají o rozhledny	24
2.5.1 Klub přátel rozhleden.....	24
2.5.2 Klub českých turistů.....	25
3 Region Boskovicko	26
3.1 Mikroregion Boskovicko.....	26
3.2 Mikroregion Kunštátsko-Lysicko	27
3.3 Mikroregion Letovicko	28
3.4 Mikroregion Malá Haná	28
3.5 Mikroregion Olešnicko	29
3.6 Mikroregion Svitava.....	29
3.7 MAS Boskovicko PLUS, o. s.....	30
3.8 Destinační management Moravský kras a okolí	30
4 Rozhledny a vyhlídkové věže na Boskovicku	31
4.1 Vodárenská věž Doubravy	31
4.2 Radniční věž Boskovice	32

4.3	Malý Chlum u Obory	34
4.4	Rozhledna Babylon u Kozárova	35
4.5	Kopaniny u Olešnice	36
4.6	Zelenkův kopec u Ústupu	37
4.7	Burianova rozhledna	38
5	Zhodnocení rozhleden na Boskovicku	41
6	Zhodnocení aktuální propagace rozhleden	44
6.1	Internetová propagace pro jednotlivé rozhledny	44
6.2	Propagace formou turistických předmětů	46
6.3	Další možnosti propagace	49
7	Návrh propagačního materiálu	51
8	Kalkulace od místních tiskáren	55
8.1	NOBICA PRAHA, s.r.o. - Copycentrum	55
8.2	ARTRON s.r.o.	56
8.3	COLOR PRINT – tiskárna Boskovice	56
8.4	Porovnání kalkulací	57
9	Návrh financování propagačního materiálu	58
10	Diskuze	60
11	Návrh řešení a doporučení pro praxi	61
	Závěr	62
	Seznam použité literatury	64
	Elektronické zdroje	64
	Přílohy	69

Seznam obrázků

Obrázek 1: Rozhledna Žernovník (vlastní fotografie)	22
Obrázek 2: Rozhledna Podvrší u Veselice (vlastní fotografie)	22
Obrázek 3: Mapa regionu (http://regionboskovicko.cz/index.asp?p1=902)	26
Obrázek 4: Mapa rozhleden (http://mapy.cz)	31
Obrázek 5: Vodárenská věž Doubravy (z archívu MIS Boskovice)	31
Obrázek 6: Radniční věž Boskovice (vlastní fotografie)	33
Obrázek 7: Rozhledna Malý Chlum u Obory (vlastní fotografie)	34
Obrázek 8: Rozhledna Babylon u Kozárova (vlastní fotografie)	35
Obrázek 9: Vstupenka Babylon (vlastní fotografie)	36
Obrázek 10: Rozhledna Kopaniny u Olešnice (vlastní fotografie)	37
Obrázek 11: Rozhledna Zelenkův kopec u Ústupu (vlastní fotografie)	38
Obrázek 12: Burianova rozhledna (vlastní fotografie)	39
Obrázek 13: Vstupenka Burianova rozhledna (vlastní fotografie)	40
Obrázek 14: Turistická známka (vlastní fotografie)	46
Obrázek 16: Turistická nálepka (vlastní fotografie)	48
Obrázek 15: Turistická vizitka (vlastní fotografie)	48
Obrázek 17: Titulní strana propagačního materiálu	52
Obrázek 18: Vnitřní strana propagačního materiálu	53
Obrázek 19: Kalkulace společnosti Artron s.r.o. (https://tiskarna-boskovice.cz/skladane-letaky)	56
Obrázek 20: Čerpání rozpočtu cestovního ruchu ke dni 21. 11. 2018 (http://rozpocet.boskovice.cz/greportviewer/)	58

Seznam tabulek

Tabulka 1: Zhodnocení rozhleden na Boskovicku	41
Tabulka 2: Turistické předměty	47
Tabulka 3: Kalkulace NOBICA	55
Tabulka 4: Kalkulace COLOR PRINT	57
Tabulka 5: Porovnání kalkulací	57

Seznam použitých zkratk

Tzn.	To znamená
Tj.	To je
Ks	Kusů
Sv.	Svatý
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

Úvod

Dnes již tradičně se navštěvují rozhledny a vyhlídkové věže v rámci sezóny. Není nic příjemnějšího, než se jít projít během svých volných chvil a zabloudit přitom na rozhlednu. Rozhledna, místo několik metrů nad zemí, které nám nabízí krásu okolí jako na dlani. I takto by se dal nazvat objekt, který v posledních letech zažívá další rozmach a je turisty velice vyhledáván. Hodně do detailu také popisuje rozhledny pan Jan Nouza ve svých knihách. Zde se přesně zabývá, co je a co není rozhledna a k tomu vymezuje i 5 bodů, které by rozhledna měla splňovat. To, že rozhledny nejsou jenom o výhledu, značí i ten fakt, že se vzhled jednotlivých rozhleden velice liší. Takže kromě krásného výhledu se při návštěvě rozhledny můžete kochat nápaditostí některých staveb.

Někteří rozhlednami doslova posedlí jedinci mají navštíveno stovky vyhlídkových míst. Odtud si odnáší nejružnější fotografie sebe či rozhleden nebo turistické předměty. Předmětů s rozhlednovou tematikou je spousta a velice aktuální jsou dnes turistické známky, vizitky nebo magnetky, které správně zapálený turista sbírá. I tímto se rozhledny dostávají čím dál více do podvědomí lidí. Na druhé straně jsou lidé, kteří se přímo děsí vystoupit na rozhledny. Ať už ze strachu z výšek nebo z toho pocitu, že by daná rozhledna s nimi mohla spadnout, což je škoda. Asi nejlepší je vždy ta střední cesta, kdy se nic nepřehání, zároveň je turista unešený z poznávání nových atraktivit.

Momentálně bych však řekla, že je v České republice „prerozhlednováno“. Neuvěřitelnou práci dělají kluby, které se věnují rozhlednám. Vytváří aktivity, aby byly zpřístupněné rozhledny a vyhlídková místa, která jsou již nějakou dobu uzavřená ať už z důvodů potřebných rekonstrukcí, nebo proto, že majitelé nejsou ochotni sem pouštět turisty. Tento přístup je naprosto skvělý a vítám jej, protože je škoda, aby některé krásné rozhlednové skvosty jen tak chátraly. Tím hlavním problémem však vidím zbytečné vytváření rozhleden, které nemají žádný nápad a jsou jen placené z dotací na místech, kde není žádný výhled. Sama preferuji rozhledny, které jsou nápadité a není možné je nikdy jinde vidět.

Ve své práci se budu zabývat rozhlednami na Boskovicku, které jsou stejně aktivně navštěvované jako je tomu v celé České republice. Než však jimi začnu, podívám se na marketing a marketingový mix, ve kterém se budu zabývat pro mě stěžejní propagací. Abych mohla rozebírat druhy konkrétních rozhleden, musím se také podívat na rozhledny obecně, na jejich historii a druhy materiálů používaných pro jejich výstavbu. Jedno z témat v teoretické části bude také Boskovicko.

Jako první v praktické části zhodnotím rozhledny, jak na mě působí svým vzhledem a dalšími prvky. Poté se podívám na aktuální propagaci. Protože propagaci by si dle mého názoru zasloužily daleko větší, o což se budu snažit v této práci. Jedinou propagací, která byla vydána na některé z těchto rozhleden je z Dětského domova mládeže. Této brožury je však jen pár posledních kusů a je zastaralá. U každé rozhledny jsou zde uvedené základní informace, ale podle mého vkusu je tento materiál moc velký a prostor zde není pořádně využitý.

Mým předpokladem bude tedy tvorba propagačního materiálu v rámci zkušeností z informačního centra v Boskovicích, kde se turisté častokrát ptali na nějaké materiál ohledně všech rozhleden v okolí. Aby to bylo však kompletní, ráda bych kromě tvorby propagačního materiálu dala dohromady informace o tom, kde by bylo nejlepší tento materiál tisknout. Zda vůbec existuje v Boskovicích a nejbližším okolí nějaké copy centrum, které by zvládlo tisk a množství propagačních materiálů. Také by zde mělo být uvedeno z jakých zdrojů by se tyto materiály mohly zaplatit.

Obsah mé práce je směřován jednak pro turisty, kteří chtějí navštívit rozhledny na Boskovicku, anebo jen poznat a prozkoumat největší zajímavosti v regionu Boskovicko a v jeho mikroregionech a tohle je jejich úvod do problematiky. Práce je však ale hlavně určená informačním centrům, především tomu v Boskovicích, kam bych byla ráda, kdyby se tento propagační materiál i dostal. Ten, kdo by si tuto práci četla, by měl mít návod k tomu, jak si vytvořit propagační materiál a mimo jiné, jaké další možnosti propagace se zde nabízí.

Motivace

Dané téma jsem si vybrala díky mojí praxi na informačním centru. Během sezóny se turisté neustále ptali na nějaký propagační materiál se základními informacemi o rozhlednách nebo vyhlídkových věžích. Vzhledem k tomu, že informační centrum sídlí v radniční věži, kde je možný přístup nahoru, chtěli navštívit ještě další podobné objekty, což jsme neměli. Od své práce tedy očekávám tvorbu propagačního materiálu právě do informačního centra, který zvládne zpropagovat všechny rozhledny a vyhlídkové věže na Boskovicku.

Cíl práce

Cílem práce je provedení analýzy propagace vyhlídkových věží a rozhleden na Boskovicku a na základě jejího výsledku navrhnout a vytvořit nový propagační materiál. V teoretické části se budu zabývat marketingem a propagací, dále se pak podívám teoreticky na rozhledny, jejich členění a nějaké organizace, které se o rozhledny zajímají. Ve třetí části se podívám na oblast Boskovicka. Následující část bude zaměřena už na konkrétní rozhledny v dané oblasti. V praktické části tyto rozhledny zhodnotím podle vzhledu a poté podle aktuální propagace. V šesté kapitole navrhnu propagační materiál a poté se budu věnovat, kolik by stála jeho výroba do informačního centra a z jakých fondů by se mohl zaplatit.

1 Marketing a marketingový mix

„Marketing lze charakterizovat jako souhrn ekonomických činností řídících tok zboží a služeb od výrobce ke spotřebiteli nebo uživateli. Je to společenský a řídicí proces, který identifikuje nenaplněné potřeby a požadavky jednotlivců a skupin ve společnosti, definuje a mění jejich velikost, určuje cílové trhy, výrobky, služby a programy, které mají těmto trhům sloužit.“ (Křest'an a Vašíček, 2005) Tato definice nám ukazuje dvě základní funkce marketingu. Tou první je funkce poznávací, kde trh působí na výrobu a na uspokojování potřeb spotřebitelů. Zároveň sílí tlak na parametry vyráběných výrobků. Druhou funkcí je realizační stránka marketingu. Zde se setkáváme s poptávkou po výrobcích, s propagací a cenovou politikou. Nepodstatnou částí realizační funkce je také vlastní technický prodej a s ním související služby, které probíhají již při prodeji i po koupi výrobku.

Marketingový mix se skládá ze soustavy 4 marketingových nástrojů, které ukazují vztah mezi podnikem a jeho okolím. Okolím se myslí zákazníci, ale i dodavatele, distribuční organizace nebo prostředníci. Základní skupinu marketingového mixu tvoří tzv. 4P – Product (výrobek), Place (místo), Price (cena) a Promotion (propagace). Tyto nástroje mají jediný zájem – uspokojit zákazníka a na to také cílí. *„Vytvořit marketingový mix znamená: „Nabídnout zákazníkovi výrobek za určitou cenu, propagací oslovit zákazníka a stanovit způsob, jak dostat výrobek k zákazníkovi na určité místo“ z širšího hlediska pak lze do marketingového mixu zahrnout i úroveň služeb, balení výrobků, značku, podmínky záruk, slevy při nákupu apod.* (Křest'an a Vašíček, 2005) Marketingový mix jasně udává kroky, kterými by se měl podnik řídit, aby vzbudil na trhu poptávku po svém produktu. Zároveň je potřeba propojenost výše zmíněných marketingových nástrojů. *„Mix jako takový je užitečným aparátem, je však také velmi důležité uvědomit si na jaký segment firemních zákazníků je možné reálně zacílit a jakou je možné zaujmout konkurenční pozici.“* (1)

1.1 Produkt

„Produkt je cokoliv, co lze nabídnout trhu k prozkoumání, získání, užívání nebo ke spotřebě a co může uspokojit nějakou potřebu nebo požadavek. Mohou to být hmotné předměty, osobní služby, místa, organizace a myšlenky.“ (Kotler, 1992) Produkt se dělí

na 4 části. První z nich je samostatný objekt zájmu, proč se daný produkt kupuje, jaká služba bude v rámci produktu poskytnuta. Druhou částí je reálný produkt, který kupujeme. Třetí úroveň se tento produkt rozšiřuje a dostáváme k němu nějaké parametry navíc. Poslední částí je psychologické vnímání daného produktu. Toto se dá ovlivnit například značkou výrobku či jejím image. Při spojení těchto kritérií, dostáváme teprve produkt, který zvládne obstát v konkurenčním prostředí. To stejné platí i pro služby, které se musí taktéž přizpůsobovat pro potřeby spotřebitelů.

1.2 Cena

Jedná se o hodnotu, jenž požadujeme za nabízený produkt a druhá strana je ochotná nám za ni tuto sumu zaplatit. Většinou se jedná o placení v peněžních jednotkách, v dřívější době se však jednalo i o směny v naturáliích. Cena je jediným prvkem z marketingového mixu, který přináší firmě zdroj peněz, a proto je velice podstatné tomuto prvku věnovat velkou pozornost.

Existují základní způsoby, jak cenu stanovit. Prvním z nich je cena založená na nákladech za výrobu produktu. Jedná se o jeden z nejčastějších způsobů výpočtu ceny, pro jeho jednoduchost. Druhým způsobem je cena orientovaná na základě poptávky. Zde se jedná o vliv, který bude mít cena, když se pohne z velikostí poptávky. Dalším způsob se využívá většinou při vstupu na zahraniční trh a řídí se podle cen konkurence. Pokud mají společnosti stejné produkty, můžete se toho využít při zvolení ceny. Problém nastává, když mají nižší náklady na výrobu než my. Následujícím způsobem pro stanovení ceny je ovlivněn podle marketingových cílů firmy. Společnost se může snažit o maximalizaci objemu prodeje a podíl na trhu a tím pádem bude cena produktu nižší. Jestliže bude chtít mít maximální zisk, ceny budou co nejvíce nahoře. To stejné by platilo, pokud chce posilnit image firmy. Poslední možností je cena podle vnímání zákazníka. Všechny tyto varianty se však upravují podle ochoty zákazníka koupit toto zboží. (Vaniček, 2012)

1.3 Propagace

Propagace patří mezi vůbec nejvýraznější nástroje marketingového mixu. „*Záměrem propagace je modifikovat prostřednictvím marketingové komunikace spotřební chování zákazníka. Často se o ní hovoří jako o propagačním mixu, jehož cílem je informovat,*

přesvědčovat nebo připomínat. Každý z těchto cílů působí na jiné stádium nákupního procesu zákazníka.“ (Vaniček, 2012) Komunikační složky se rozdělují na individuální a masovou komunikaci. Do individuální patří osobní a přímá komunikace. Do masové nebo také neosobní komunikace spadá podpora prodeje, reklama, Public Relations a Product Placement.

Osobní komunikace patří mezi ty nejvíce účinné. Pracovník se se zákazníkem schází tváří v tvář a zákazník má přitom možnost pokládat doplňující dotazy. To dává možnost domluvit podmínky přesně podle osobních privilegií daného zákazníka a hned na místě uzavřít obchod. Nevýhodou je fakt, že vyškolení pracovníka a pak samotná komunikace s každým jednotlivým zákazníkem stojí vysoké náklady. Druhou částí individuální komunikace patří komunikace přímá. To si lze představit jako zásilkovou službu domů. Klasickým příkladem jsou například brožury s módou. V pravidelných intervalech dostáváme do poštovní schránky brožuru, ze které si vybereme námi vybrané zboží, a to si objednáme pomocí formuláře nebo telefonního čísla, které je uvedeno v katalogu. Díky tomu se nemusí například otevírat obchody v okolí, protože se vše pošle poštou. Nevýhodou by mohlo být zahlcení zákazníka, neboť do schránky nám chodí daleko více pošty.

První z masové komunikace je podpora prodeje. Ta velice účinně působí na zákazníky. Dělí se na dvě úrovně. První z nich je orientovaná na konečného zákazníka a nabízí mu řadu výhod. Patří sem vzorky, kupony, prémie a nejrůznější soutěže. V dnešní době se hodně objevuje například soutěž na sociálních sítích, kde zákazníci musí sdílet nějaký obrázek s produktem, který chtějí a čekají, jestli nebyli vylosováni. Většinou tento produkt dostaneme jen pár jedinců. To však nemění nic na tom faktu, že všichni, kdo tento produkt sdíleli na svojí sociální síti, mu udělali zadarmo reklamu u svých přátel. Prodejci pořádají i prodejní výstavy, kde prezentují svoje nové výrobky a je možnost si je zde zakoupit. Druhou možností je podpora prodeje orientovaná na organizace, jenž jim nabízí také různé druhy výhod. Ať už od množstevních slev, přes platbu předem nebo v rámci vzorků zdarma. Pro organizace se také pořádají nejrůznější školení, výstavy a meetingy s výrobcí daných předmětů. Snad nejvíce významným nástrojem v masové komunikaci je reklama. Zde si můžeme představit reklamu v televizi nebo v rádiu,

reklamu v rámci letáků či billboardů anebo reklamu v podobě písemného kontaktu či přímé pošty tzv. Direct Mail. Podobně jako v ostatních případech, i zde se reklama používá k přesvědčování potenciačních zákazníků ke koupi našeho produktu. Vše se však odvíjí od financí, neboť reklama v televizi je ten nejdražší a možná i neúčinnější nástroj, jelikož nám útočí na více smyslů zároveň. Kromě prodeje je reklama účinná i pro budování image a značky podniku, rozšiřuje informace o produktu nebo službě, která se právě nabízí. Public Relations nebo také vztah s veřejností je dalším komunikačně propagačním nástrojem. Zde se firma snaží o co nejlepší světlo před okolním světem. Pečuje o svou image například tím, že podniká nejrůznější akce, aby byla viditelná v tisku, kde si tímto dělá i reklamu. Další možností je sponzoring, který je nejvíce vidět u sportovních akcí, ale může se to týkat i kultury nebo hudby. Většinou ale u sportovních akcí vidíme loga společností, které tyto akce nějakým způsobem podpořily. Posledním bodem v masové komunikaci je Product Placement. Jedná se o záměrné zviditelnění nějaké značky například ve filmu nebo v reklamě za nějakou úplatu od výrobců daného produktu. Většinou má hlavní hrdina nějakou rekvizitu, například nápoj, kde je dostatečně viditelná značka tohoto předmětu. (Křesťan a Vašíček, 2005)

1.3.1 Propagační materiály

Jedná se o propagaci nepřímou, kdy propagační materiály jsou vyráběny plošně a nejsou určeny konkrétnímu zákazníkovi, ale cílové skupině. Ve svém slovníku marketingu vysvětluje pojem propagační materiál pan Mark Clement, který říká že mezi propagační materiály patří nejrůznější brožury, prodejní sady, ilustrace, přehledy novinek a další. Dále zde píše o tom, jak se tyto propagační materiály připravují k podpoře kampaní nebo se používají jako informační materiály o jejich produktech nebo k zvláštním událostem.

1.3.2 Propagace na internetu

Vzhledem k neustálému vývoji internetového prostředí je v dnešní době velice těžké se nějak prosadit. Existuje spousta možností, jak se snažit prosadit. Mezi ty nejlepší patří určitě kvalitní webové stránky, které se budou otevírat na všech chytrých zařízeních stejně. Podstatné je i to, aby byly webové stránky přehledné a byl zde smysluplný obsah. Hodně důležité je v dnešní době mít sociální síť a sem přidávat nejrůznější příspěvky a být aktivní. Určitě se to vyplatí při pořádání nějakých událostí, kdy pomocí sdílení se tento

obsah dostane k mnohem více lidem, než když by to bylo jen na papíře někde v časopisu. To stejné platí třeba u používání Youtube, protože sem se mohou nahrávat videa a lidé se na ně rádi dívají. Díky těmto příspěvkům se firma dostane velice snadno do podvědomí lidí, nejlépe pokud jsou tyto příspěvky udělané správně. Na druhou stranu i špatná reklama je reklama. (2)

1.4 Místo prodeje a distribuční cesty

Zde se hovoří o místech, kde se bude produkt prodávat. K nejdůležitějším prvkům patří distribuční cesty, dostupnost distribuce, dopravy a zásobování. Patří to mezi klíčové nástroje, neboť i zde se dá pochybit. Nejde pouze o přímý prodej, ale i o distribuci k zprostředkovatelům a následné jejich zásobování. Celkový komplex těchto aktivit nazýváme podnikovou logistikou, která se řídí určitými podmínkami. Řeší optimalizaci toku výrobků, což znamená nalezení střední cesty, aby výrobků ve skladě nebylo málo, zároveň, aby výrobky zbytečně nezabíraly místo. Také se zde řeší počet mezičlánků při cestě výrobku od výrobce k spotřebiteli. S tímto i souvisí přeprava výrobku k spotřebiteli a cena přepravy. Posledním bodem je hledání optimálního systému při reklamaci výrobků a případná možnost odstoupení od smlouvy.

Distribuční cesty mohou být přímé nebo nepřímé. Ty přímé jsou mezi výrobcem a spotřebitelem, není zde žádný mezičlánek. To ovšem znamená, že se výrobce musí postarat o všechny kroky, než se jeho výrobek dostane k zákazníkovi. Může si otevřít svou vlastní prodejnu přímo v podniku, kde tento výrobek vyrábí, nebo si otevřít svou vlastní prodejnu. Dalším způsobem může být zásilková služba, případně využívat přímého marketingu, kdy prodejce nebo jeho zástupce využívá formu podomního prodeje či prodává tento výrobek po telefonu. Druhým způsobem je nepřímá distribuční cesta, do které vstupuje jeden nebo více mezičlánků. Výrobce už nemá takové starosti s prodejem, avšak se zvyšuje cena výrobku a snižuje provize za něj. Pokud je zde jeden mezičlánek, jedná se o maloobchod, při začlenění dvou článků, objevuje se zde i velkoobchod. To se většinou děje při prodeji zboží denní spotřeby. (Křest'an a Vašíček, 2005)

2 Rozhledny

Pod pojmem rozhledna si vždy představím nějaký dřevěný objekt, který se tyčí do výšky. Celkově vnímání toho, co je a co není rozhledna už tak jednoznačné není. V dnešní době se dostáváme do situací, kdy si přesně nevíme rady s tím, jestli se jedná o rozhlednu kvůli nejružnějším tvarům a vzhledům rozhleden. Pan Jan Nouza, který se velice aktivně věnoval zkoumání rozhleden vymezil pár základních kritérií, které by rozhledny měly splňovat. „*Musí to být vyhlídková stavba:*

1. *vytvořená lidskou činností*
2. *určená či dodatečně upravená k účelům rozhlížení*
3. *s vyhlídkovým prostorem umístěným aspoň několik metrů ad okolním terénem*
4. *přístupná široké veřejnosti (byť jen v určitém časovém nebo historickém období)*
5. *a všeobecným povědomím jako rozhledna uznávaná“* (Nouza, 1999, p. 5)

Již u prvního bodu se dostáváme k zásadnímu rozdílu mezi vyhlídkou a rozhlednou. Existuje celá řada přírodních útvarů, ze kterých se dá kochat malebným okolím, avšak nepatří mezi rozhledny, neboť nejsou vytvořeny lidskou činností. Vyhlídku definuje i bod číslo 3, jenž udává výšku. Často se setkáváme s nízkými typy jako jsou například altány a ty rozhlednami rozhodně nejsou. Mezi další typy vyhlídek by se daly nazvat i takové, které jsou sice vytvořeny lidskou činností, ale nejsou podvědomě uznávané jako rozhledny, proto je definujeme jako vyhlídkové věže. Dalším bodem je samotný fakt, že rozhledna musí být upravena k tomu, aby se z ní dalo rozhlížet. Zde se můžeme zmínit o kostelních, hradních či radničních věžích. Většinou zde ale nastává problém v tom, že nesplňují bod číslo 5. To znamená, že podvědomě nejsou tyto věže brány jako rozhledny, ale spíš jako samostatné objekty. Možnost volného vstupu na rozhledny je samozřejmostí, protože k čemu nám jsou výškové objekty, jako například telekomunikační věže, bez toho, aniž bychom na ně mohli vylézt a dívat se na krásnou krajinu. (Nouza, 2003)

Tyto uvedená kritéria jsou spíše takovým vodítkem, podle kterého se můžeme řídit. Většinou je už podvědomě dané, jestli se jedná o rozhlednu či nikoliv. Svědčí o tom

obvykle i název daného objektu. Jelikož je svět rozhleden a vyhlídkových věží velice pestrý a novým nápadům se meze nekladou, je občas těžké určit, zda-li se jedná o rozhlednu či ne. Hlavní smysl ale zůstává stále stejný, návštěvník se chce kochat okolní krajinou a proto by zde mělo být minimum objektů, které brání ve výhledu.

2.1 Historie

Historie rozhleden sahá někam do začátku 19. století. V této době rozhledny vypadaly daleko jinak, než dnes a nechala si je stavět šlechta na svých pozemcích. Nebyly situovány do kopců, jako tomu bývá dnes, ale na roviny a palouky. Nejstarší rozhlednou z této doby je Minaret v Lednicko-Valtickém areálu. Dalším významným mezníkem je rok 1825, kdy vznikla první horská rozhledna, která nese název Josefská věž na Kleti. I tato rozhledna byla vybudována šlechtou. Dále vznikají rozhledny samovolně na různých místech a za různým účelem. Největší rozmach ale nastává až v 80. letech 19. století, kdy vznikají turistické spolky a zájem o turistiku rapidně stoupá. Toto období se vyznačovalo především stavbou dřevěných rozhleden. Ty samozřejmě vzhledem ke svému materiálu moc dlouho nevydržely a poté se na těchto místech začaly stavět rozhledny nové. Po příchodu 1. světové války se zájem o rozhledny pochopitelně zastavil. Zlepšení situace nastalo za dob 1. republiky. Zde už začíná působit Klub československých turistů, který se stará celkově o turistiku a tím pádem i o rozhledny. Dalším zlomem byla Mnichovská dohoda. Po Sametové revoluci nastal největší rozmach při stavbě rozhleden všech druhů a tvarů. V dnešní době je přes 400 rozhleden na celém území České republiky. (3)

2.2 Současnost v rozhlednách

V současné době se výstavba rozhleden rozjela neskutečnou rychlostí. Hodně na to poukazuje pan Jan Nouza na své, dnes již zastavené, webové stránce. Zde popisuje, jakým způsobem se staví rozhledny. Jedná se především o tu monotónnost při výstavbě rozhleden. Díky dotacím, které podporují výstavby rozhleden, se začalo stavět jako o život, ale tyto rozhledny postrádají originalitu. Je to škoda, neboť by se zde mohli uplatnit návrhy mladých architektů a každá rozhledna by byla originál. Takto zde máme rozhledny, které jen stěží dokážeme od sebe rozlišit a občas ani ten pohled na okolní krajinu nestojí za to.

Již pan Bohumil Sláma se o tomto problému zmiňoval v časopise Turista z roku 1927. „Rozhledna jako taková má působiti i do největší dálky především svou siluetou, která má býti co nejvýraznější, svéráznou. Rozhledna by měla býti značkou celého kraje, a proto necht' je každá jiná. Navrhovatel necht' dbá největšího ohledu na tvar hory, její siluetu a rozhledna necht' srůstá s horou v jediný celek. Proto je také třeba zavrhnouti každou šablonovitost ve stavbě rozhleden.“ Připomněl to ve své knize Jan Nouze (Nouza, 1999)

Pokud si vezmeme jen rozhledny v Jihomoravském kraji, který patří mezi kraje s největší růstem vzniku rozhleden, zjistíme, že narůst rozhleden je značný. V Jihomoravském kraji je zatím 49 přístupných rozhleden a další přibývají. V nedávné době vznikla v Jihomoravském kraji rozhledna Vyšicko u Mutěnic a na konci října 2018 byla zpřístupněna Vyhlídková stezka nad vinohrady u Kobylí. Momentálně ještě roste v Brně-Lesná další vyhlídková věž. Kromě toho 20 minut autem od Boskovic se v prosinci 2018 slavnostně otevřela rozhledna Kopaninky, která leží v Olomouckém kraji mezi obcí Repechy a Bousín. Tento název je skoro totožný jako rozhledna Kopaniny u Olešnice. (4)

2.3 Rozdělení rozhleden

Existuje celá řada nejrůznějších druhů rozhleden. Seřadila jsem je proto do několika typů od dřevěných, které jsou takovou stálicí mezi rozhlednami, přes rozhledny železné, zděné, betonové a další. Výstavba těchto rozhleden se odvíjela od množství financí, které byly na postavení rozhledny určeny, ale také podle doby, kdy byly postaveny anebo podle účelnosti stavby. (Nouza, 1999, p. 10)

2.3.1 Dřevěné rozhledny

Jedná se o nejlevnější a nejrychlejší možnou výstavbu rozhledny. V dřívějších dobách stačilo mít pár trámů, které se o sebe opřely, vytvořila se vyhlídková plošina, na kterou se člověk dostal pomocí dřevěných žebříků a rozhledna byla hotová. S nejvyšší pravděpodobností byla první taková rozhledna na Litoměřicku v obci Varhošť v roce 1891. Dřevěné rozhledny rozlišujeme na rozhledny otevřené a opláštěné. Dříve byly rozhledny otevřené, ale jejich životnost díky tomu neměla dlouhého trvání. Dnes se vrací

dřevěné rozhledny do módy, ale většinou jsou již kombinované společně s železem, které rozhledně přidají na trvanlivosti. (Nouza, 1999, p. 10) Kombinace dřevěné rozhledny s železnými prvky můžeme vidět u rozhledny Žernovník na Blanensku.



Obrázek 1: Rozhledna Žernovník (vlastní fotografie)

2.3.2 Železné rozhledny

Následujícím typem jsou rozhledny železné, které by se daly nazvat takovou kopií dřevěných rozhleden v rámci stavby. Podstatným rozdílem zde je ten fakt, že jsou daleko víc odolnější a tím pádem mají i delší životnost, protože na ně nepůsobí až tak negativně špatné počasí. V minulosti u nás nebyla až taková obliba v tyto rozhledny jako například v Německu. Do roku 1914 se u nás vyskytovaly pouze 4 takovéto rozhledny. Dnes je to už jinak a železné rozhledny mají u nás velké zastoupení v podobě telekomunikačních věží. Ty v druhořadém využití slouží jako vyhlídková místa a není žádný problém najít v okolí nějakou takovou. (Nouza, 1999, p. 10)



Obrázek 2: Rozhledna Podvrší u Veselice (vlastní fotografie)

Jako příklad bych uvedla rozhlednu Podvrší u Veselice. Tato telekomunikační věž je vysoká 21 metrů a jedná se o takový klasický příklad železných rozhleden nynější doby.

2.3.3 Zděné rozhledny

Zděné rozhledny patří mezi naše nejstarší rozhledny, neboť jejich největší výhodou je právě dlouhá životnost, která například takové dřevěné rozhledně chybí. Původní výstavby těchto rozhleden byly na horách a používal se většinou materiál, který byl po ruce. Vůbec nejstarší zděnou rozhlednou je rozhledna Minaret v Lednici, která byla postavena v roce 1802. Zděné rozhledny mají svoje jasné výhody kromě již zmíněné dlouhověkosti. Nabízí svým návštěvníkům pohodlí, jsou ustáleným objektem, u kterého nemáte strach, že spadne, pokud zafouká vítr. Zároveň se zde nachází i pohodlný výstup vzhůru po schodem. (Nouza, 1999)

2.3.4 Betonové rozhledny

Jednorázový trend v podobě betonových rozhleden se psal ve 30. letech 20. století, kdy tento stavební materiál vznikl. Obliba těchto staveb ale moc nebyla, a tak se těchto rozhleden do nynější doby moc nezachovalo. Za zmínku stojí rozhledny Réna v Ivančicích nebo rozhledna na Semenci u Týna. (Nouza, 1999)

2.3.5 Rozhledny v mnoha podobách

Rozhledny nebo vyhlídková místa můžeme najít na různých typech objektů, ať už se vyskytují na věžích od radnic, kostelů nebo zámčích či hradech. Novým trendem se dnes stalo využívání vodojemů. „V rámci celé ČR lze navštívit celou řadu vodárenských věží a vodojemů, které slouží zároveň jako turistické rozhledny. Jedná se například o historické výškové stavby, které byly po pozdější ztrátě svého původního účelu novodobě upraveny na vyhlídkové věže, nebo o nižší vodojemy opatřené vyhlídkovou plošinou.“ (5)

2.4 To „nej“ z rozhleden

Tato podkapitola se věnuje tomu nejlepšímu, co se v České republice vyskytuje za rozhledny nebo vyhlídkové věže. Nejvyšší rozhlednou je vyhlídková plošina Žižkovského vysílače, která měří 91 metrů. Nejvýše položenou rozhlednou je bezkonkurenčně vysílač na Pradědu, jenž leží v nadmořské výšce skoro 1 500 metrů.

Nejnižších rozhleden je několik, neboť se všechny pohybují okolo 4 metrů. Jako příklad se můžou uvést rozhledny Semenec, Rénu nebo Křivoš. Rozhledna s největším počtem schodů je Minaret v Lednici, kde se pro dosažení jejího vrcholu musíme vydat po 302 schodech. Nejstarší přístupnou rozhlednou je taktéž Minaret, neboť byl postaven v roce 1802. (3)

2.5 Spolky, které se zajímají o rozhledny

2.5.1 Klub přátel rozhleden

Tento zájmový spolek vznikl v roce 2009. Jak už vypovídá název sdružení, jejich hlavních náplní jsou rozhledny. Ostatně i jejich hlavní cíle se motají okolo rozhleden. Kromě samotného poznávání rozhleden v České republice a zahraničí se snaží o opravy chátrajících rozhleden, zpřístupnění nepřístupných a také jsou pro výstavbu nových zajímavých nápadů, co se rozhleden týče. Naopak se snaží zabránit výstavbě rozhleden, které jsou stavěny podle jednoho návrhu a tím pádem vypadají naprosto totožně a není zde žádná kreativita. Být členem má také další výhody. Navštívíte nepřístupné rozhledny nebo netradiční výhledy. Klub přátel rozhleden je velice aktivní a pořádá srazy. Ten následující se uskuteční v dubnu 2019. Kromě setkávání klub vydává svoje publikace. Jedná se například o časopis Rozhlednář nebo knihu 365 rozhleden ČR.

Aktuálně se Klub přátel rozhleden zabývá obnovami a rekonstrukcemi určitých rozhleden, zpřístupnění většinou zbytečně nepřístupných rozhleden. Mezi další aktivity patří podpora kreativních architektů, kteří by mohli nápaditě navrhovat nové rozhledny. Pro tyto lidi je vytvořen i zvláštní web, kde se dají prohlédnout zatím nepostavené projekty. I tímto krokem se snaží Klub o zamezení stavění rozhleden bez nápadu a na nevhodných místech.

Klub přátel rozhleden má také svůj výkonný výbor. Ten rozhoduje o důležitých věcech, ale hlavně zde má každý svoji úlohu. Nynější předseda a statutární zástupce se jmenuje Jaroslav Fábera. Místopředsedou je Pavel Zhorný. Turistické akce a zapisování má na starosti Mgr. Petra Langová. Styk s veřejností a vše, co se týká propagace

má na povel Ing. Petr Zágora. Již zmíněný časopis Rozhlednář edituje Richard Krejčík. Za kontrolní komisi předsedá Dana Voříšková a o weby se potom stará Bc. Lenka Hradilová. (6)

2.5.2 Klub českých turistů

Klub vznikl v roce 1888 a dnes má přes 40 tisíc členů. Původní složení se skládalo z vlastenců okolo Vojtěcha Náprstka. Dnes tvoří třetinu členů mládež. „*Základní organizační jednotkou KČT jsou odbory, které se sdružují do 14 oblastí, totožných s hranicemi krajů. Vše zastřešuje Ústředí KČT se sídlem v Praze.*“ (7) Tento klub se ročně zaslouží o tisíce akcí, které jsou zaměřeny na nejrůznější druhy turistiky – od pěší a cykloturistiky, přes mototuristiky až po turistiku zdravotně postižených nebo hipoturistiky, což je turistika zaměřená na relax a práci s koňmi. Kromě pořádání akcí se také stará o značení tras pro pěší turisty, cykloturisty, trasy pro lyžaře a hipoturistiky. Další aktivitou je vydávání časopisu Turista a map v měřítku 1:50 000, jenž mapují celou Českou republiku.

Mezi ústřední orgány Klubu českých turistů patří Vedení KČT, Ústřední výbor KČT a Ústřední kontrolní komise KČT. Vedoucí funkci má předseda Vedení KČT pan Mgr. Vratislav Chváta. Místopředsedy jsou Zdeněk Cabalka a Ing. Ivan Press. V Ústředním výboru se nachází 14 předsedů pro každou z oblastí. Pro Jihomoravskou oblast to je Ing. Hana Slabáková. Ústřední kontrolní komisi má na starost předseda JUDr. Milan Hoke. (7)

V Boskovicích existuje také Klub českých turistů Boskovice, který vznikl v roce 1902. Tento klub organizuje mimo jiné již tradiční pochody po okolí. Jedná se například o Pochod za sedmizubým hřebenem nebo Pochod po dálničním tělese R43. Aktivně se také zapojuje při zahájení turistické sezóny v Boskovicích nebo v Černé Hoře. (8)

3 Region Boskovicko



Obrázek 3: Mapa regionu (<http://regionboskovicko.cz/index.asp?p1=902>)

„Boskovicko leží v severní části Jihomoravského kraje v České republice, na rozmezí Českomoravské vysočiny a Dražanské vrchoviny. Boskovická brázda, povodí řeky Svitavy i řada přírodních parků vytváří velice pestrý a rozmanitý reliéf celého území regionu.“

(9) Území se dělí na 6 mikroregionů, které společně vytváří region Boskovicka.

3.1 Mikroregion Boskovicko

První z mikroregionů je Boskovicko, podle kterého se i region Boskovicko jmenuje. Patří sem samozřejmě město Boskovice a dalších 14 obcí. Ty jsou následující – Benešov, Chrudichromy, Knínice, Kořenec, Lhota Rapotina, Ludíkov, Okrouhlá, Sudice, Suchý, Újezd u Boskovic, Valchov, Velenov, Vážany a Žďárná. V tomto mikroregionu žije přes 17 tisíc obyvatel a jeho rozloha je okolo 130 km².

„Centrem mikroregionu je město Boskovice, město sedmizubého hřebene, deváté největší město jižní Moravy; prastaré správní středisko, město škol, výrobních podniků a kulturních tradic.“ (10) Boskovice se skládají z 5 městských částí, jimiž jsou Boskovice, Bačov, Hrádkov, Mladkov a Vratkov. Vůbec první zmínka o Boskovicích pochází z 13. století. Z této doby také pochozí dnes již zřícenina goticko-renesančního

hradu Boskovic. Bohužel se však zachoval jen zlomek z hradu. Jsou zde možné prohlídky ať už samovolné anebo s průvodcem, kde si můžeme prohlédnout zdejší krajinu. Zajímavostí je zde 26 metrů hluboká studna, kterou pohání dřevěné šlapací kolo. Jedná se o jediné funkční šlapací kolo v České republice. Tento objekt spravuje rodina Mensdorff – Pouilly, jenž vlastní i zámek Boskovice. Empírový zámek, dříve Dominikánský klášter, je další turistickou atrakcí pro návštěvníky. Nabízí komentované prohlídky nebo možnost pronájmu při konání svateb. Centrem města Boskovic je Masarykovo náměstí, kde se konají různé akce a občané se zde střetávají. V horní části náměstí se nachází Radniční věž, přímo naproti ní v dolní polovině stojí kostel svatého Jakuba Staršího. Tyto dvě budovy patří mezi dominanty Boskovic. Mimo kostel svatého Jakuba Staršího se zde nachází i Evangelický kostel a Filiální kostelík Všech svatých. Další velice významnou atraktivitou je v Boskovicích židovská čtvrť. Ta začíná bránou do židovské čtvrti, jenž je naproti Muzeu Regionu Boskovicka. Zde se nachází Synagoga maior, mikve nebo Židovský obecní dům a další zachovalé židovské domy. Dalšími atraktivitami pro turisty je zde Westernové městečko, u nějž se nachází Vodárenská věž Doubravy nebo Arboretum Šmelcovna.

Další obcí je Kořenec, který se může pyšnit kromě velmi navštěvovaného objektu Golf & Ski Resort také Větrným mlýnem holandského typu. V Boskovicku nalezneme rekreační oblast Suchý. Zajímavostí může být také obec Velenov, jenž má v plánu vybudovat nejvyšší rozhlednu v České republice. Ta by měla disponovat 3 vyhlídkovými plošinami. V přízemí by se pak měla nacházet restaurace. Vzhled rozhledny je inspirován ptáčí klecí, která se váže na místní pověst o ptáčníku Velenovi. (11)

3.2 Mikroregion Kunštátsko-Lysicko

Mikroregion, který se skládá z dvou center – Kunštátu a Lysic se nachází v severozápadní části regionu Boskovicka. Jeho rozloha je 130 km² a žije zde přes 9 a půl tisíce obyvatel. Kromě dvou již zmíněných center mikroregionu se zde nachází další obce, jimiž jsou: Bedřichov, Býkovice, Černovice, Dlouhá Lhota, Drnovice, Hodonín, Kozárov, Krhov, Kunčina Ves, Kunice, Lhota u Lysic, Makov, Nýrov, Rozseč, Sebranice, Štěchov, Tasovice, Voděradky, Zbraslavice a Žerůtky. Největšími lákadly tohoto regionu jsou však zámky v Lysicích a Kunštátě. Další atraktivitou je znovu zpřístupněný Porčův mlýn.

V Mikroregionu Kunštátsko-Lysicko můžeme nalézt také dvě rozhledny. Kamenná Burianova rozhledna na kopci Milenka je velikým lákadlem pro turisty především proto, že se nachází ve Smyslové zahradě, jenž je areálem, kam spadá i Jeskyně Blanických rytířů. Další rozhlednou je Babylon v Kozárově, což patří spolu s Bistrem Babylon k jednomu z vyžití v obci Kozárov. (12)

3.3 Mikroregion Letovicko

Mikroregion Letovicko má, jak už název napovídá, centrum v městě Letovice. Mezi další obce tohoto mikroregionu patří Deštná, Horní Poříčí, Horní Smržov, Křetín, Lazinov, Míchov, Pamětice, Petrov, Prostřední Poříčí, Roubanina, Skrchov, Stvolová, Víska, Vranová a Chrudichromy. Tato oblast se rozkládá na 103 km² a žije zde přes 6 a půl tisíce obyvatel. Vodní nádrž Křetinka láká každou sezónu místní obyvatele ke koupání. Mimo několik kostelů se zde nachází zámek Letovice se zámeckým parkem a zámek Křetín. Vyhledávanou památkou je také Lékárna v Klášteře Milosrdných bratří v Letovicích nebo zřícenina hradu Rumberk v Deštné. V tomto mikroregionu se nenachází žádná rozhledna ani vyhlídková věž. (13)

3.4 Mikroregion Malá Haná

Malá Haná se nachází na severovýchodní straně regionu Boskovicka. Hlavním centrem zde jsou Velké Opatovice, mezi další obce pak patří Borotín, Cetkovice, Malá Roudka, Světlá, Šebetov, Uhřetice, Úsobrnice a Vanovice. Tento region disponuje rozlohou okolo 85 km² a žije zde cca 8 tisíc obyvatel. Město Velké Opatovice je specifické především Moravsko-kartografickým centrem, Barokním zámkem s parkem a kostelem sv. Jiřího. Snad nejvíce známe je však Borotínské arboretum. Kromě něho se v Borotíně nachází i pohyblivý betlém nebo pozdně barokní zámek. Ve Vanovicích můžeme navštívit největší evangelický kostel na Moravě, jenž se jmenuje Katolický kostel sv. Václava. Nalezneme zde i obecní zvonici z roku 1850. V Úsobrně nalezneme přírodní rezervaci Durana. V tomto mikroregionu se však nenachází žádná rozhledna ani vyhlídková věž. (14)

3.5 Mikroregion Olešnicko

Mikroregion Olešnicko se skládá z města Olešnice a z obcí Crhov, Kněževce, Křtěnov, Lhota u Olešnice, Louka, Rozsíčka a Ústup. Rozloha tohoto území je necelých 42 km² a žije zde téměř 3 tisíce obyvatel. Snad nejvýznamnější je v tomto mikroregionu Ski areál Olešnice, který je hojně využíván místními v době zimy. Unikátního je zde však něco naprosto jiné. „*Olešnice byla v minulosti místem pěstování lnu a jen v málokteré chalupě nebyl dřevěný stav, na kterém by se netkalo plátno. Je pochopitelné, že tu museli být i barvíři. Výroba modrotisku se traduje až do 17. století. Po celá staletí bylo používáno přírodního barviva indiga.*“ (15) Modrotisk je zde dodnes a je možno si ho prohlédnout přímo při výrobě potisků či si nějaké plátno zakoupit. Dalším významným objektem je Muzeum strašidel a postav pověstí Olešnicka nebo Muzeum historických vozidel. Kromě nejrůznějších kostelů můžeme navštívit i Olešnický pivovar nebo malý barokní zámek Lamberský. Nachází se zde i dvě rozhledny – Rozhledna Kopaniny přímo nad Ski areálem Olešnice a její dvojče Rozhledna Zelenkův kopec u Ústupu. (16)

3.6 Mikroregion Svitava

Posledním mikroregionem je mikroregion Svitava, kam spadají obce okolo řeky Svitavy. Patří sem městys Doubravice nad Svitavou a Svitávka a obce Chrudichromy, Jabloná, Kuničky, Lhota Rapotina, Obora, Skalice nad Svitavou a Újezd u Boskovic. Tento region má rozlohu skoro 55 km² a žije zde 5 a půl tisíce obyvatel. Vůbec nejzákladnější památkami v této oblasti jsou Löw-Beerovy vily. Tyto vily mají určitou příbuznost s brněnskou vilou Tugendhat, jenž patří do seznamu světového dědictví UNESCO. Tato vila byla vybudována v roce 1902 a poté byla postavena v roce 1906 ještě tzv. Malá vila. Kromě toho se zde nachází i Lovecký zámek ve Lhotě Rapotině nebo Vodní elektrárny v Doubravici nad Svitavou. Bohužel ani jedna atrakce není volně přístupná. Další zajímavostí může být pro turisty Pštrosí farma, jenž se nachází v Doubravici nad Svitavou. Pro milovníky přírody jsou však kopce Malý a Velký Chlum, jenž se nachází kousek od obce Obora. Po zdolání kopce se můžeme kochat krásnou přírodou společně s rozhlednou Malý Chlum nebo jít na druhý kopec Velký Chlum, kde na nás čeká sousoší Husitských bojovníků. (17)

3.7 MAS Boskovicko PLUS, o. s.

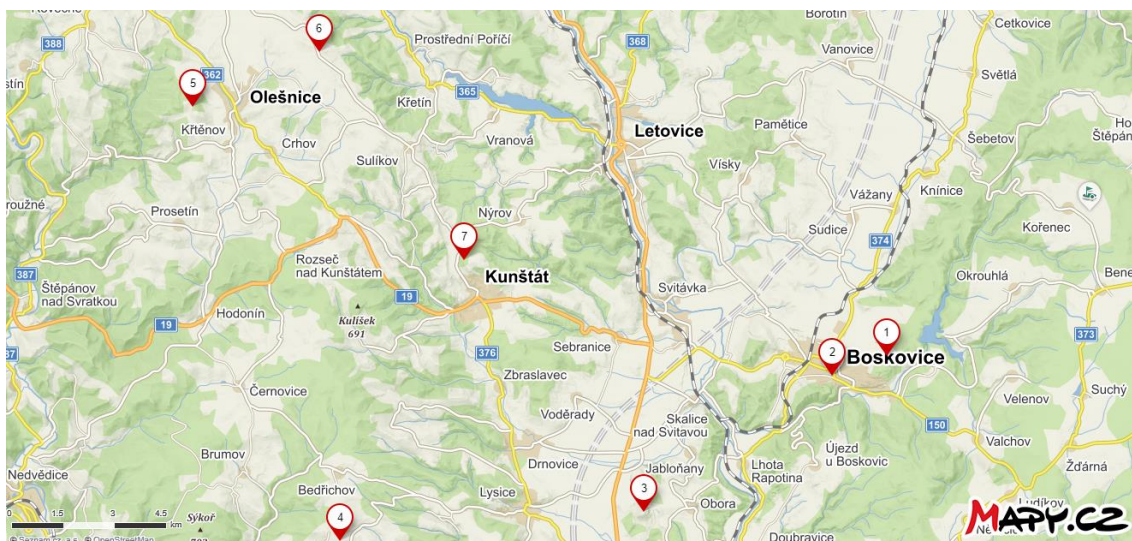
MAS Boskovicko PLUS, o. s. neboli také Místní akční skupina Boskovicka byla založena v roce 2006 pro oblast Boskovicka. Nyní sem patří 62 měst a obcí, jenž patří do oblastí Boskovicka, Blanenska a Brno-venkova. Přibližný počet obyvatel je okolo 38 tisíc. Jedná se o spolek, kde je nejvyšším orgánem valná hromada, do které patří 24 členů. MAS sídlí na Masarykově náměstí v Boskovicích ve dvou budovách. První z nich je městský úřad, druhá se nachází přímo uprostřed náměstí v čísle popisném 29/28. (18) Hlavním cílem této skupiny je především místní rozvoj. MAS se snaží o zkvalitnění života v dané oblasti. Snaží se propagovat Boskovicko, zlepšovat infrastrukturu a služby v oblasti cestovního ruchu. Dbá o ochranu případně rekonstrukce kulturních, historických a přírodních památek. S tím souvisí i podpora a zajištění kulturních, společenských a sportovních událostí. Zasazuje se o práci s mládeží, protože v Boskovicích a okolí chybí nějaké větší objekty a aktivity pro volný čas mládeže. Dalším odvětvím je zemědělství nebo životní prostředí a ekologie. Zároveň nabízí i poradenskou a konzultační službu, která občanů pomůže s čerpáním dotací z EU. V programu činností a služeb MAS je toho opravdu požehnaně. (19)

3.8 Destinační management Moravský kras a okolí

Pod destinační management spadají tyto konkrétní oblasti - „*Okres Blansko a dále Brno – venkov (obce Babice nad Svitavou, Bílovice nad Svitavou, Hostěnice, Březina, Kanice, Ochoz u Brna, Řícmanice), Vyškov (obce Drnovice, Ježkovice, Krásensko, Luleč, Nemojany, Nové Sady, Olšany, Podomí, Račice-Pístovice, Ruprechtov, Studnice), Prostějov (obce Bousín, Buková, Drahaný, Malé Hradisko, Niva, Otínoves, Protivanov, Rozstání).*“ (20) Tento spolek vznikl v roce 2016 a jeho sídlo je ve Sloupu, kde probíhají veškerá jednání. Jeho hlavními zájmy jsou veřejná správa, vzdělávání, církev, zemědělci a potravináři, ostatní podnikatelé, fyzické osoby, které nepodnikají a spolky. Hlavním orgánem je valná hromada. Mezi řídicí orgány patří Programový výbor, Výběrová komise a Kontrolní komise. Předsedou je Miloslav Novotný, ředitelem kanceláře, který se stará o místní rozvoj je Ing. Josef Jančo. Mezi projekty, které zatím proběhly patří Noviny turistické oblasti Moravský kras a okolí, Mapa turistické oblasti a webové stránky, které se také rovněž zaměřují na Moravský kras a okolí. (21)

4 Rozhledny a vyhlídkové věže na Boskovicku

Na Boskovicku se nachází 7 rozhleden a vyhlídkových věží. Mezi rozhledny bych zařadila 4 objekty – Rozhlednu Malý Chlum, Kopaniny, Rozhlednu u Ústupu a Burianovu rozhlednu. Do vyhlídkových věží pak patří Vodojem Doubravy, Radniční věž a telekomunikační věž Babylon. Všechny rozhledny a vyhlídkové věže na Boskovicku jsou vyznačeny na následující mapě.



Obrázek 4: Mapa rozhleden (<http://mapy.cz>)

4.1 Vodárenská věž Doubravy

Vodárenská věž Doubravy – jedná se o vodojem s plošinou, který zde byl postaven v roce 2015. Oficiální zpřístupnění nastalo až 1. dubna 2016. Jedná se tedy o poměrně novou stavbu. Hlavním důvodem, proč byl Vodojem postaven byl poměrně jasný. Potřeboval se zvětšit tlak vody pro nově postavené domy v okolí. Náklady na stavby vodojemu byly 11 milionů korun a na jejich zaplacení se z největší části podílela evropská dotace, poté město Boskovice a Svazek vodovodů a kanalizací.



Obrázek 5: Vodárenská věž Doubravy (z archívu MIS Boskovice)

Původním plánem byla stavba vodojemu s vyhlídkovou plošinou o výšce 15 metrů, z toho poté sešlo a postavil se vodojem, který dosahuje výšky asi 6 metrů. Vyhlídková plošina má asi 5 metrů a je ohrazena betonovým zábradlím. Výška vodojemu není příliš vysoká a dojdeme na vrchol po 29 schodech, z toho prvních 10 je betonových. Na věži poté nalezneme ukazatele, které nás pomocí šipek na obrázcích nasměrují k uvedeným zajímavostem v okolí. V těsné blízkosti vodojemu se nachází Westernové městečko, jehož část z vyhlídky můžeme vidět. (22)

Otevírací doba vyhlídkové věže by měla být omezena v rámci sezóny, každý víkend od 9 do 18 hodin. Z mojí vlastní zkušenosti je věž otevřená neustále a není problém ji navštívit i ve všední den. Pokud by otevřena nebyla, klíče jsou k zapůjčení na informačním centru v Boskovicích. Vstupné zde není.

K Vodárenské věži Vodojem se můžeme dostat pěšky, na kole nebo také autem. Je zde vybudováno malé parkoviště akorát pro dvě auta. Kromě toho zde téměř nic není, v blízkosti se nachází hřbitov a již zmíněné Westernové městečko. Pokud budeme chtít najít nějakou restauraci či občerstvení všeobecně, stačí si popojít do centra města.

4.2 Radniční věž Boskovic

Radniční věž patří mezi jednu z dominant Masarykova náměstí v Boskovicích. Proto není divu, že se v roce 2010, kdy proběhla i její poslední rekonstrukce, rozhodlo, že se umožní přístup na věž. Během rekonstrukce radniční věže proběhlo i k výměně hodin na každé straně věže. Všechny 4 ciferníky jsou nyní poháněny elektrickým proudem. Radniční věž je vysoká 41,5 metru a při výstupu 106 schodů se dostaneme na ochoz, jenž se nachází asi v polovině věže. Při prvním stoupání po 45 kamenných schodech se ocitneme v půdním prostoru, kudy se dostaneme dál až k výstupu na věž. Mezitím si můžeme prohlédnout obrázky různých oprav a rekonstrukcí radniční věže, ale i pohledy z ní od 19. století až po současnost. Z ochozu radniční věže pak vidíme blízké okolí Boskovic, ale hlavně Boskovice jako takové. Velice pěkný pohled je přímo na Masarykovo náměstí, které leží přímo pod námi a pokud se podíváme naproti nám, uvidíme kostel sv. Jakuba St.

Možnost prohlídek věže provozuje informační centrum Boskovice za plné vstupné 20 korun a za snížené v hodnotě 10 korun. Otevřeno je vždy souběžně s informačním centrem, které je otevřeno přes sezónu každý den od 8 do 17 hodin, jen v neděli je otevřeno do 16 hodin. Mimo sezónu je vstup na věž na objednávku, ale není problém se domluvit s pracovníci na infocentru. To stejné platí, pokud jsou mimořádné akce, věž bývá také otevřená.



Obrázek 6: Radniční věž Boskovice (vlastní fotografie)

Jelikož se nacházíme v centru města, materiálně technická základna je velice dobrá. Přímo na náměstí stojí pár restaurací a kaváren a celkově v okolním centru nalezneme téměř vše. V té stejné budově, jako je radniční věž a v budově hned vedle sídlí Městský úřad Boskovice. Na Masarykově náměstí také nalezneme kostel sv. Jakuba Staršího. Pokud se posuneme o pár metrů dál od náměstí, nalezneme Muzeum regionu Boskovicka. Přímo naproti muzeu je pak brána do židovské čtvrti. To, že je vše v okolí centra ukazuje i fakt, že se pár minut chůze od Radniční věže nachází i zámek a hrad Boskovice.

Dopravní dostupnost je bezproblémová, protože se Radniční věž nachází přímo v centru. Není problém se sem dostat pomocí automobilu, protože nalezneme parkoviště přímo na Masarykově náměstí, bezproblémový je také příjezd na kole nebo jít pěšky. Kousek od Masarykova náměstí se nachází autobusová zastávka 17. listopadu, nebo 10 minut z kopce nalezneme autobusové a vlakové nádraží.

4.3 Malý Chlum u Obory

V roce 2005 byla zpřístupněná 6 metrů vysoká dřevěná rozhledna. Nachází se na kopci Malý Chlum u obce Obora. Zajímavostí je, že Malý Chlum je vyšší než Velký Chlum, který se také nesmí opomíjet. Nachází se zde totiž vytesaní husitští bojovníci od sochaře Stanislava Rolínka. „V roce 1431 na úpatí Velkého Chlumu tábořila husitská vojska vedená Prokopem Holým při svém tažení na Olomouc. Tak situaci popsal Alois Jirásek ve své divadelní hře „Jan Žižka.“ Jana Husa, Jana Žižku a Prokopa Holého vytesal Stanislav Rolínek téměř 500 let po události, která se zde udála.“ (23) Tento amatérský sochař má na svědomí i Jeskyni Blanických rytířů v Rudce u Kunštátu.



Obrázek 7: Rozhledna Malý Chlum u Obory (vlastní fotografie)

Rozhledna Malý Chlum byla postavená díky financování všech obcí mikroregionu Svitava. Nyní je to atraktivní místo pro turisty nejen tohoto mikroregionu. Rozhledna disponuje 2 patry, na které se leze po žebřících. Na vrcholku pak nalezneme i ukazatele zajímavých atraktivit v okolí. Rozhledna nemá jasně stanovenou otevírací dobu, ani zde není vstupné. Vstup na rozhlednu je na vlastní nebezpečí a podle vstupního řádu by se na rozhlednu nemělo lézt v zimních měsících, aby se nestalo nějaké neštěstí. Veškeré informace o rozhledně se nachází na webových stránkách obce Obory anebo na portálech o rozhlednách. (24)

Pokud chceme navštívit rozhlednu, nejlepší variantou je dopravit se do obce Obora a poté pokračovat asi 20 minut rychlou chůzí lesní cestou. Touto cestou se dá jít pouze pěšky,

případně na kole. V blízkosti rozhledny se nacházejí stojany na kola a posezení, které vybízí i k táboráku, jelikož je zde připraveno ohniště a okolo něj lavičky. Nějaké zázemí zde ale nenajdeme, kouzlo této rozhledny je právě v jejím umístění, které je v ničem nerušené přírodě.

4.4 Rozhledna Babylon u Kozárova

„Na Českomoravské vrchovině, přibližně 20 kilometrů severozápadně od Blanska, se nad obcí Kozárov vypíná do výše 657 metrů nad mořem zalesněný kopec Babylon. Na něm byla v roce 2000 postavena kousek pod vrcholem 42 metrů vysoká železná telekomunikační věž. Ve výšce 24 metrů na ní byla vybudována vyhlídková plošina.“ (Pohorelecký, 2014, p. 95) Tento nápad by se nejspíše nestal skutečností, kdyby zde neměla záměr společnost Český Mobil a.s. vybudovat telekomunikační věž pro mobilní síť Oscar, nyní Vodafone. Náklady obce Kozárov byly opravdu minimální, protože ta poskytla pouze volný prostor pro postavení věže a zajistila veškeré administrativní požadavky pro povolení stavby. (25)



Obrázek 8: Rozhledna Babylon u Kozárova (vlastní fotografie)

Na tomto místě dříve stála věž dřevěná, která musela být po 2. světové válce stržena, kvůli jejímu nevyhovujícímu stavu. Nyní zde stojí 42 metrů vysoká železná věž, jenž byla oficiálně otevřena v červnu roku 2001. Po výšlapu 139 schodů, které jsou stočené okolo věže a opevněné zábradlím, na vás čeká neúplný kruhový výhled. Na jihovýchodní straně se rozprostírá les, to však nic nemění na tom, že zbytek výhledu nic neruší a návštěvník se může kochat krásou místní přírody. Na vyhlídkové plošině můžete také využít

umístěného dalekohledu, kterým je za dobrého počasí možno vidět až Jeseníky nebo Pálavu.

Od roku 2006 leží v těsné blízkosti rozhledny i bistro, jenž se stará o provoz rozhledny i společenské vyžití obce. Kromě prodeje vstupenek na věž, občerstvení a posezení nabízí prodej dárkových a upomínkových předmětů. Vstupné na telekomunikační věž je rozděleno do dvou kategorií. Plné vstupné je 15,- Kč. Děti si poté zaplatí 10,- Kč. Otevírací doba rozhledny se shoduje s otevírací dobou bistra. V hlavní sezóně, jenž trvá od května do srpna je otevřeno přes týden, kromě pondělí, kdy je zavřeno, od 14 do 18 hodin, přes víkend pak od 11 do 18 hodin. V dubnu, září a říjnu je otevřeno jen o víkendech od 11 do 18 hodin. Otevírací doba se velice často mění podle počasí a její aktuální změny jsou zveřejňovány na facebookových stránkách Bistra Babylonu v Kozárově. (26)



Obrázek 9: Vstupenka Babylon (vlastní fotografie)

Dopravní dostupnost z Boskovic je poměrně složitější. Nejlepší možností je navštívit rozhlednu autem. Parkoviště je přímo vedle rozhledny a je zdarma. Pokud budeme chtít jet autobusem, pojedeme autobusem číslo 257. Jezdí sem buď přímý z Boskovic, anebo se musí přesedat v Lysicích. Cena by se měla pohybovat okolo 30 korun.

4.5 Kopaniny u Olešnice

Dřevěná rozhledna leží na kopci u Ski areálu Olešnice. „Přímo nad ním se vypíná nepřiliš výrazný, částečně zalesněný, 688 metrů vysoký kopec Kopaniny. Kousek pod jeho vrcholem, v nadmořské výšce 657 metrů, byla v roce 2004 postavena malá rozhledna.

Z Olešnice se k ní můžeme vydat po úzké asfaltové cestě, jež vede kolem hřbitova.“ (Pohorecký, 2000, p. 47) Rozhledna byla spolufinancována sdružením obcí mikroregionu Olešnicka za pomoci financí od Jihomoravského kraje.

Aby byl dobrý rozhled, má tato dřevěná rozhledna, 2 vyhlídkové plošiny, na které se dostaneme díky připevněným žebříkům. Výška rozhledny dosahuje 9 metrů a výhled z rozhledny je přesně situován na obec Olešnice a blízké okolí. Pokud je dobré počasí, je možné odtud vidět například Praděd. Těsně vedle rozhledny je připravené posezení, nachází se zde i informační tabule s vysvětlivkami o rozhledně. Rozhledna je celoročně volně přístupná pro všechny návštěvníky bez vybírání vstupného. (27)



Obrázek 10: Rozhledna Kopaniny u Olešnice (vlastní fotografie)

4.6 Zelenkův kopec u Ústupu

Dřevěná rozhledna, která vznikla v roce 2006 podle stejného návrhu jako Kopaniny u Olešnice se může pyšnit výškou asi 7 metrů. Má opět 2 patra, do kterých můžeme vystoupat pomocí dvou žebříků. Při vystoupaní do toho vyššího se dostaneme do výšky asi 5 metrů, odkud vidíme malebné prostředí přilehlé krajiny. Při dobré viditelnosti lze zahlédnout kromě přilehlého okolí, Žďárské vrchy nebo Jeseníky. Z rozhledny také vidíme její sestru Kopaniny u Olešnice, která je pouhých 8 kilometrů daleko. Obě tyto rozhledny byly postaveny díky mikroregionu Sdružení Olešnicko. (28)

Rozhledna Zelenkův kopec se nachází přímo u silnice mezi obcemi Ústup a Veselka. Pokud tedy chceme tuto rozhlednu navštívit, musíme se vydat autem nebo na kole, pro pěší turistiku zde není vybudovaná pěší trasa. Auto se musí nechat u kraje silnice, protože zde není žádné parkoviště. Rozhlednu totiž nalezneme v poli a hned u ní je lavička pro posezení, ale jinak zde žádná větší materiálně technická základna není. Pokud chceme nějaké pohoštění, musíme hledat v okolních obcích, nejlépe pak v Olešnici. Co se týká otevírací doby, tak ta není přesně určená a vstupné se zde nevybírá.



Obrázek 11: Rozhledna Zelenkův kopec u Ústupu (vlastní fotografie)

4.7 Burianova rozhledna

„Na vrcholku kopce Milenka u Kunštátu byla v roce 1929 zahájena stavby rozhledny; ve stejné době vznikala i jeskyně Blanických rytířů. Protože veškeré práce financoval kunštátský starosta František Burian, rozhledna po něm dostala jméno.“ (Obůrková, 2005, p. 97) V této době totiž probíhá hospodářská krize a lidé jsou nezaměstnaní. Kunštátský starosta díky stavbě rozhledny poskytne práci místním nezaměstnaným lidem. Rozhledna byla postavena v roce 1931. V nynější době rozhledna opět patří rodině Františka Buriana. Konkrétně se v roce 1991 vrátil areál do vlastnictví jeho vnučce.

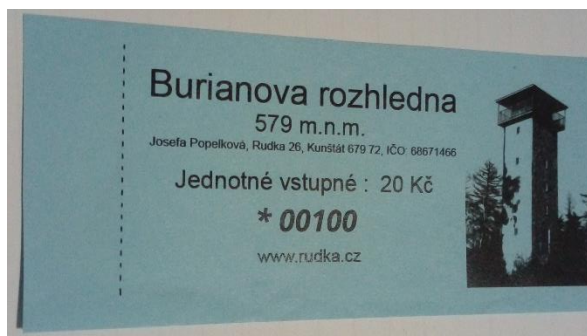
Kamenná rozhledna, která dosahuje výšky 18 metrů, je součástí areálu Smyslové zahrady s jeskyní Blanických rytířů. Při průchodu Smyslovou zahradou si můžeme všimnout nejružnějších soch, květin a dalších zajímavých věcí, které protřénují naše smysly. Trasa

k rozhledně vede po betonové cestičce přímo vzhůru, dokud turisté neuvidí takový palouček, kde si mohou i odpočinout, jelikož se zde nachází lavičky. Současná podoba rozhledny je datována na rok 1980. „*Při tehdejší generální opravě došlo k rozšíření vyhlídkové terasy o vnější ochoz opatřený kovovým zábradlím. Pojme až třicet návštěvníků, kteří mohou z výšky obdivovat kraj básníka Františka Halase.*“ (Nouza, 1999, p. 125) Než se ale návštěvníci dostanou na vrchol, čeká je ještě přibližně 80 dřevěných schodů. Při dosažení vrcholu se ocitnou na vyhlídkové plošině, jenž je krytá sklem, takže zde ani nefouká. Odtud mohou vidět celou krásu tamního okolí. Z nadmořské výšky 580 metrů se dá vidět blízké okolí nebo i některé z výše zmíněných rozhleden. Při dobrém počasí je možno zahlédnout Jeseníky nebo například Pálavu. Výhled je však mírně omezen, protože třetinu kruhového výhledu zabírá les. (29)



Obrázek 12: Burianova rozhledna (vlastní fotografie)

Přímo naproti areálu s rozhlednou se nachází Hotel Rudka. Toto zařízení je určeno hlavně pro místní obyvatele, ale i pro turisty, kteří navštěvují danou atraktivitu. Kromě nabídky ubytování je zde možnost i stravovací, neboť se jedná i o restaurační zařízení. Nabídka z jídelního lístku je pestrá a obsluha velice milá. V létě zde funguje i venkovní zahrádka. Otevírací doba hotelu je denně od 11 do nejméně 21 hodin. Na internetových stránkách hotelu nalezneme i možnosti pro uspořádání různých soukromých akcí. (30)



Obrázek 13: Vstupenka Burianova rozhledna (vlastní fotografie)

Otevírací doba rozhledny je během sezóny – od dubna do října – každý den, kromě pondělí a v době svátků od 9 do 12 hodin a poté odpoledne od 13 hodin do 16:30. Mimo sezónu je otevřeno pouze o víkendech a během státních svátků, kdy je otevírací doba stejná, jen se zavírá již o půl 4 odpoledne. Jednotné vstupné pro návštěvníky rozhledny je 20 korun. (30)

Pokud se chceme k rozhledně dostat, nejlepší variantou je použít automobil. Obec nabízí parkování pár metrů od areálu Jeskyně Blanických rytířů za malý poplatek. Dá se využít i doprava autobusová. Hned naproti hotelu se totiž nachází autobusová zastávka. Sem přijíždí několikrát denně přímý autobus z Boskovic, který má číslo 256. Další variantou je pak přestupovat v obcích Letovice nebo Kunštát a pokračovat do Rudky u Kunštátu autobusem číslo 276. Plná cena jízdenky by se měla pohybovat okolo 20 korun. Nachází se zde i dvě cyklotrasy. Tou první je cyklotrasa číslo 5085, jenž má 14 kilometrů. Tato trasa vede z Kunštátu přes Ústup, kde je mimochodem i již zmiňovaná rozhledna Ústup, až do Luckého vrchu u Telecí. Tou druhou je poté cyklotrasa číslo 5142, která vede z Letovic přes Rudku u Kunštátu a samotný Kunštát až do Hodůvkdy. Tato trasa má přes 18 kilometrů. (31)

5 Zhodnocení rozhleden na Boskovicku

Rozhodla jsem se zhodnotit rozhledny na Boskovicku. Zvolila jsem si celkem 5 faktorů, které jsem podle svých vlastních zkušeností z navštívených míst zhodnotila. Jednalo se o výhled, dopravní dostupnost, otevírací dobu, zázemí a vzhled dané rozhledny. Poté, co jsem rozhledny obodovala, kde nejvyšší možný počet byl 5 a nejnižší 1, jsem toto bodování odůvodnila dole pod tabulkou.

Rozhledna s nejvyšším počtem bodů se stala Burianova rozhledna. Zde hraje velkou roli její zázemí, neboť je součástí Smyslové zahrady, kde je známá Jeskyně Blanických rytířů. Kromě výhledu, který z části ruší les, zde není téměř nic špatného a vše zde funguje, jak má. Naopak nejnižší počet bodů dostal Vodojem a rozhledna Zelenkův kopec. Vodárenská věž je velice nezajímavá svým vzhledem. Co se týká zázemí, tak se sice nachází u Westernového městečka, ale to také nefunguje nonstop a turista se projde, pokud si bude chtít dát něco k snědku. U Zelenkova kopce je také problém u zázemí, protože se tato rozhledna nachází uprostřed pole a ničeho. Dostupnost a vzhled, který je převzatý od rozhledny Kopaniny, také nepřidává body navíc.

Tabulka 1: Zhodnocení rozhleden na Boskovicku

Název	Výhled	Dostupnost	Otevírací doba	Zázemí	Vzhled	Celkem
Vodárenská věž Doubravy	4	4	4	3	2	17
Radniční věž	4	5	4	5	4	22
Malý Chlum u Obory	4	4	5	3	4	20
Babylon u Kozárova	3	5	4	5	5	22
Kopaniny u Olešnice	4	5	5	4	3	21

Zelenkův kopec u Ústupu	5	3	5	1	3	17
Burianova rozhledna	4	5	4	5	5	23

Zdroj: vlastní

Výhled by se dal brát jako jeden z hlavních motivů, proč na danou rozhlednu nebo vyhlídkovou věž vystoupáme. Ve většině případů je 1/3 výhledu narušená lesem případně nějakými stromy. Týká se to hlavně rozhledny Babylon a Burianovy rozhledny. Rozhledny Kopaniny a Malý Chlum jsou situovány tak, že výhled je pouze na jednu stranu. Zbylé tři rozhledny mají krásný kruhový výhled do celého okolí. Bohužel Vodárenská věž je co do výšky malá a Radniční věž má síťové zábrany, takže návštěvník musí koukat přes ně, ale výhled je velice pěkný.

Dostupnost je také poměrně důležitá. Líbí se mi, pokud se na rozhlednu člověk zvládne dostat sám, například díky cyklostezkám a stezkám pro pěší turisty případně kombinovanou formou za pomoci auta a pěší nebo cykloturistiky. Další možností dopravy je autobus, který zase prospěje životnímu prostředí, pokud je vyměníme místo auta a na místo si dojdeme. Tyto varianty šly praktikovat u všech rozhleden a vyhlídkových věží kromě jedné – Zelenkova kopce u Ústupu. Tato rozhledna je položena mezi vesnicemi a jinou cestou, než jet autem a zaparkovat přímo u této rozhledny zvolit nešlo. Turista by musel jít pouze po poli nebo si dojet případně dojít po silnici z okolních vesnic, což není moc praktické a mohlo by to být i nebezpečné.

Otevírací doba by se mohla zdát v některých případech omezující. U většiny z daných rozhleden striktní otevírací doba není, což dává volnou ruku při jejich návštěvách. Ty zbylé, což jsou Rozhledna Babylon, Burianova rozhledna a Radniční věž v Boskovicích, mají otevřeno přes sezónu alespoň do 16 hodiny, což je dostačující.

Pojmem zázemí je myšlená materiálně technická základna rozhledny. Jsem nadšená především z Burianovy rozhledny, která je součástí Smyslové zahrady, kde je mimo jiné

i jeskyně Blanických rytířů, takže se není čemu divit, že je to zde pěkné zázemí. Přímo v okýnku, kde se prodávají vstupenky, si můžeme zakoupit drobné občerstvení a naproti areálu je restaurace, kde je možnost poobědvat či povečeřet. Rozhledna Babylon má přímo v areálu Bistro Babylon se zahrádkou, kde můžeme také chvilku pobýt a děti se zde mohou vyskotačit například na trampolíně. Stejný pozitivní ohlas má pro mě i Radniční věž, neboť ta stojí na Masarykově náměstí, což je srdce dění v Boskovicích a restaurace či kavárny jsou na každém rohu. Jedinou připomínkou by se dala brát špatná viditelnost otevírací doby informačního centra, které sídlí v radniční věži a díky němu se turisté dostanou nahoru na věž. Negativní je pro mě opět Rozhledna u Ústupu, jenž je postavena mimo dění a mimo přírodu. Není zde v podstatě vůbec nic, jen silnice, pole a lavička s košem. U rozhledny Malý Chlum mi to ale nevadí, protože má svoje kouzlo a ocitáme se v lese, kde nečekám nějaké stravovací zařízení nebo jakékoliv zázemí.

Vzhled rozhleden a vyhlídkových věží se opět řadí mezi ty největší lákadla pro turisty společně s výhledem. Lákadlem určitě bude rozhledna Babylon, jenž je telekomunikační věž a člověk se dostane do výšin nebo třeba Radniční věž v Boskovicích, jenž se nachází v centru města a je zde možnost vidět z výšky 20 metrů Boskovice a jeho okolí. Naopak monotónně na mě působí dřevěné rozhledny – Kopaniny u Olešnice a rozhledna Zelenkův kopec u Ústupu, jenž jsou postaveny podle jednoho návrhu a člověk si je snadno splete. Rozhledna Malý Chlum vypadá také velice podobně.

6 Zhodnocení aktuální propagace rozhleden

Rozhledny a vyhlídkové věže patří celou dobu k dosti navštěvovaným místům především v sezóně. Některé z nich jsou populární i bez větší propagace, jiné jsou téměř zapomenuty. Většina se však ale snaží přilákat turisty nejružnější reklamou. Pořádají zajímavé akce, rozdávají letáky anebo sdílí svoje nabídky spojené s rozhlednami nebo vyhlídkovými věžemi za pomoci internetu. Možností je spousta. Stálíci jsou ovšem propagační materiály a forma propagace pomocí nich.

Propagační materiál má samostatně boskovická Radniční věž. Zde se dozvídáme o celé historii, jak to s věží bylo. Jsou zde i zajímavé historické fotografie nebo také obrázky z poslední rekonstrukce. Ta proběhla v roce 2010. Další, kdo má propagační leták je Burianova rozhledna. Jak by se ale dalo očekávat, není zde sama. V tomto propagačním materiálu se autor věnuje především Jeskyni Blanických rytířů. Základní informace se zde podávají o Burianově rozhledně a Smyslově zahradě. Po krajích nalezneme zajímavosti z okolí, tedy i z Boskovic. Ostatní rozhledny v jiných propagačních materiálech nejsou.

V dnešní době se ale nejedná jen o propagaci v rámci propagačních materiálů, mnohem častěji se využívá služeb internetu, případně různých aplikací. Pro materialisticky zaměřené jedince jsou zde zase kromě propagačních letáků i propagační předměty, které taktéž vybízejí turisty k jejich kupování a tím pádem i k cestování za nimi.

6.1 Internetová propagace pro jednotlivé rozhledny

Vodárenská věž Doubravy patří mezi nejmladší stavbu a internetová propagace téměř žádná není. Zmíněná je její stavba a otevření v regionálních člancích. Drobné informace nalezneme i na webových stránkách regionu Boskovicka. Tento objekt se může plést při hledání na internetu s o něco starší vyhlídkou, která nese podobný název – Vyhlídka Na starém vodojemu, která se nachází ve Ždírci nad Doubravou. Celkově se zde setkáváme s tím, že Vodojem nemá jednotný název.

Provoz radniční věže v Boskovicích spadá pod Městské informační centrum, které zde zároveň i sídlí. Veškeré informace jsou proto spravovány právě přes ně. Největší propagaci má Radniční věž přes facebookové stránky MIS Boskovice nebo přes webové stránky regionu Boskovicka případně jižní Moravy, kde se turisté dozví i základní informace o tomto objektu. Vzhledem k úzké spolupráci s městem, všechny novinky jsou uveřejněny i přes webové a facebookové stránky města Boskovice. Turisté naleznou informace o radniční věži na většině portálů o rozhlednách či turistice.

Rozhledna Malý Chlum u Obory má oficiální stránky na webových stránkách obce Obora. Mnohem více informací o rozhledně nalezneme ale na stránkách, jenž se specializují přímo na rozhledny. Mezi nejznámější patří na-rozhledny.cz, rozhlednovým rájem, aneris a další. Také webové stránky o cestování informují o rozhledně Malý Chlum, jedná se třeba o treking.cz nebo cestování na idnes.cz.

Rozhledna Babylon u Kozárova je propagována na hodně portálech o rozhlednách obecně. Mezi nejvýznamnější internetovou stránku, na které je zmíněná, je projekt České centrály cestovního ruchu – Kudy z nudy, jenž nabízí široké spektrum nejrozličnějších výletů po České republice. Dalšími stránkami, kde je rozhledna Babylon zmíněná je například Turistika.cz, aneris.cz, rozhledny.wz.cz nebo atlasceska.cz. Nejvíce informací o historii rozhledny můžeme vidět na stránkách obce Kozárov, kde je vše popořádku popsáno. Stránky obce rovněž odkazují na facebookové stránky Bistra Babylon Kozárov, jenž se nachází v areálu rozhledny a kam jeho majitelé přidávají různé aktuality. Ať už se jedná o změny v otevírací době rozhledny anebo o kulturních akcích, které se zde jednou za čas pořádají. Vše se turisté dozví právě zde. (32)

Rozhlednu Kopaniny u Olešnice nalezneme na klasických stránkách o rozhlednách, na jižní Moravě nebo opět na portále Kudy z nudy. Tyto stránky popisují základní údaje o rozhledně i jakým způsobem se sem dostaneme nebo co přesně zde uvidíme. Většinou se k této rozhledně pojí i její kopie, tj. rozhledna Zelenkův kopec u Ústupu. Ta je rovněž popisovaná na turistických portálech a webech o rozhlednách. Obě tyto rozhledny

můžeme na internetu najít pod pojmem Rozhledny u Olešnice. Ta leží právě kousek od každé z rozhleden.

Burianova rozhledna má oficiální stránky na webu rudka.cz, kde jsou všechny základní informace od technických parametrů, až po otevírací dobu a cenu vstupného a také svou stránku na Facebooku. Další weby se věnují rozhledně na kopci Milenka jako je Kudy z nudy, region Boskovicka ale i jižní Morava nebo hrady.cz. Webové stránky o rozhlednách a tipech na výlety jsou v tomto případě samozřejmostí, protože rozhledna je o to víc atraktivnější, jelikož je v areálu s Jeskyní Blanických rytířů.

6.2 Propagace formou turistických předmětů

Jedním ze způsobů propagace rozhleden a vyhlídkových věží by se daly brát turistické předměty. Novými trendy je sbírání turistických známek, vizitek a nálepek. Pravidla jsou velice jednoduchá – turistické vizitky a nálepky se lepí do deníků a společně s turistickými známkami by se měly kupovat pouze tehdy, pokud na těchto místech návštěvník opravdu byl. Není to však nijak kontrolováno a turista si samozřejmě může koupit cokoliv chce. Díky tomu, že turisté musí jezdit, aby získali tyto předměty, podívají se na nová místa a mezi ně patří čím dál víc populárnější rozhledny.



Obrázek 14: Turistická známka (vlastní fotografie)

Pokud si budeme chtít koupit turistickou známku nebo vizitku s nálepkou, nalezneme je většinou v místních informačních centrech nebo přímo v areálu daných objektů, jestli jsou

zde k dostání. V následující tabulce můžeme vidět, jaké předměty má jaká rozhledna nebo vyhlídková věž a v dalším odstavci se zaměřím na to, kde se tyto předměty dají zakoupit.

Tabulka 2: Turistické předměty

Název	Turistická vizitka	Turistická známka	Turistická nálepka
Vodárenská věž Doubravy	✓		
Radniční věž	✓	✓	✓
Malý Chlum u Obory	✓		
Babylon u Kozárova	✓	✓	
Kopaniny u Olešnice	✓	✓	✓
Zelenkův kopec u Ústupu	✓		
Burianova rozhledna	✓	✓	✓

Zdroj: <https://www.turisticke-znamky.cz>

Rozhledna na kopci Babylon u Kozárova nabízí svým návštěvníkům turistické známky a vizitky, které se dají zakoupit přímo v areálu rozhledny. Turistické vizitky pak dále můžeme najít na Obecním úřadě v Kozárově nebo v informačním centru v Blansku. V tom samém infocentru můžeme také získat vizitky Malého Chlumu u Obory. Turistické vizitky Malého Chlumu jsou k dostání i na informačním centru v Boskovicích, na zámcích Lysice a Rájec nad Svitavou nebo na Obecním úřadě na Oboře. Informační centrum v Boskovicích prodává kromě turistických vizitek Malého Chlumu i vizitky Radniční nebo Vodárenské věže Doubravy. Radniční věž je vyobrazena i na turistické známce a nálepce, kterou si můžete zakoupit právě v informačním centru v Boskovicích. Burianovu rozhlednu v podobě turistické vizitky, nálepky ale i známky zakoupíme

v areálu Jeskyní Blanických rytířů. Pokud zavítáme do informačního centra v Kunštátu, seženeme zde turistické známky a nálepky Burianovy rozhledny. V informačním centru v Olešnici nalezneme k zakoupení turistické vizitky rozhleden Zelenkův kopec u Ústupu a Kopaniny u Olešnice. Nálepky a známky Kopaniny jsou zde k dostání také. (33)



Obrázek 15: Turistická nálepka (vlastní fotografie)

Mezi další produkty, které by mohli turisté sbírat jsou například štítky na hůl nebo magnetky. Dnešním trendem jsou puzzle magnety, kdy se turisté snaží jednotlivé magnetky vzájemně pospojovat, a proto zkupují, co se dá.



Obrázek 16: Turistická vizitka (vlastní fotografie)

6.3 Další možnosti propagace

Kromě propagace formou propagačních materiálů a také internetu, kde většinu informací nalezneme na webových stránkách rozhleden, obcí anebo portálů přímo zaměřených na rozhledny, se hojně využívají mobilní aplikace. Většina turistů využívá chytré telefony a za pomoci mobilních dat či stažení rovnou celé aplikace by se mohlo zjednodušit vyhledávání rozhleden v oblasti. V dnešní době jsou šikovné také internetové mapy, které nás díky GPS navigaci dovedou přímo k dané rozhledně. Pokud však nemáme mobilní data, aplikace by pro nás jako turisty mohla být velice šikovná a užitečná.

Při mém pátrání jsem zjistila, že existuje aplikace pro Boskovice a okolí. Jedná se o projekt DARUMA GO, kdy se v jedné aplikaci nachází více měst a ty se poté dají stáhnout do chytrého telefonu nebo počítače. Po jejím stažení jsem byla zklamaná, protože aplikace vůbec nesplňovala moje očekávání. Jednalo se o pár nejdůležitějších bodů v Boskovicích, které dál ale nic neříkaly. V případě, že by se sem přidali rozhledny, pro turistu by to mělo nejspíše stejný nulový efekt jako pro mě. (34) Proto by nebylo na škodu vytvořit nějakou novou aplikaci, která by zahrnovala přírodní zajímavosti z okolí, eventuálně jen rozhledny. Po stáhnutí aplikace by se turisté dozvěděli základní informace o objektech. Ať už by se jednalo o přesnou lokaci a otevírací dobu, nebo třeba stravovací a ubytovací zařízení v okolí. Zatraktivnění této aplikace a poté i navštívení rozhleden by mohlo být v rámci plnění určitých úkolů či získávání pokynů k nalezení dalšího místa, které by turisté mohli navštívit. Aplikace by mohla fungovat podobně jako byla již v minulosti dětská hra Krajem pověstí a bájí nebo formou geocachingu.

Před pár lety byla v regionu putovní hra Krajem pověstí a bájí. Při každé návštěvě zapojeného informačního centra v regionu, dostaly děti nějaké ceny, ať už knížku pověstí, která je provázela celým regionem, nebo hru či pexeso. Další variantou byla forma geocachingu, kdy se pomocí GPS vyhledávali místa v regionu a hádala tajenka. Tyto aktivity měla na starost MAS Boskovicko PLUS, o. s. (35)

Geocaching byl v jedné době takovým fenoménem. V dnešní době je však stále aktivní a zapojují se do něj lidé z celého světa. Hledají za pomoci GPS navigace „kešky“ a musí správně odpovědět na otázky. Poté ji mohou otevřít a vzít si svůj úlovek. Turista nikdy neví, kam ho to zavede, třeba právě k některé z rozhleden. Nyní aktivní „kešky“ jsou u rozhledny Malý Chlum a Burianova rozhledna. „Kešky“, které momentálně nefungují jsou pak u rozhleden Kopaniny a Babylon. (36)

Dalším typem na propagaci je Měsíc věží a rozhleden. Jedná se o poměrně vyhlášenou akci, kdy každý rok v říjnu probíhají po celé republice akce na rozhlednách. Jako příklad bych uvedla běh na čas, ze kterého si zúčastnění mohou odnést nějaké drobné ceny. Další upomínkovou cenou může být vytvořený pohled v rámci navštívených rozhleden v regionu. Jedná se o to, že během října se musí navštívit alespoň jedna rozhledna. Zde turisté dostanou razítko a poté mají určitý čas na to, aby sesbírali zbývající tři a mohli se zúčastnit slosování o ceny. Odměnou za to je 4pohled, který si lze i zakoupit. Tato akce se většinou zpropagovává v místním rádiu a o rozhledny je pak rázem i větší zájem. (37)

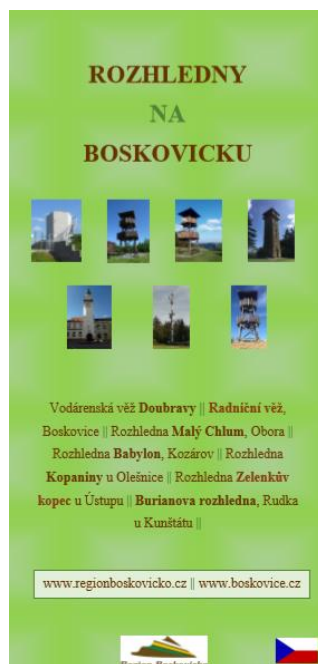
7 Návrh propagačního materiálu

Propagační materiál jsem si zvolila hlavně díky jeho praktičnosti. Na informačním centru v Boskovicích se turisté vždy ptali, jestli máme nějaký prospekt, který by shrnoval všechny rozhledny v okolí. Existuje brožura, kterou vytvořil Dětský domov Boskovice a jmenuje se Po rozhlednách v okolí Boskovic. Zde se vyskytuje pár rozhleden, které spadají do regionu Boskovicka, ale nacházejí se zde i jiné. Tento materiál ve formátu brožury velikosti A4 už téměř není k dostání a je zastaralý. Rozhodla jsem se tedy pro vlastní tvorbu propagačního materiálu. Ten však bude obsahovat pouze rozhledny na Boskovicku a jeho formát by měl být menší, než byla původní brožura.

Moje prvotní představa byla vytvořit „skládačku“ z velikosti papíru A3, který se rozdělí na 12 dílků. Tento papír by byl využitý z obou stran. Jeden dílek by tedy měl velikost 1/3 z papíru A4. Což by dávalo větší prostor pro popsání konkrétních rozhleden. Při vytváření tohoto propagačního materiálu jsem ale přišla na to, že by to bylo zbytečně moc velké a při skládání ne moc přehledné. Tím, že je papír velice rozměrný, dostáváme se do situace, že přesně nevíme, co kam patří a při snaze jej složit zpátky do původního stavu, nastává většinou problém. Vybrala jsem si proto o polovinu menší velikost, a to tedy velikost papíru A4. Vícestránková brožura mi přišla zbytečná vzhledem k tomu faktu, že mám pouze 7 rozhleden a vyhlídkových věží. Nápad brožury by se mohl například využít při tvorbě propagačního brožury celého Jihomoravského kraje. Zde je však otázka, jestli by se to vyplatilo, když se v dnešní době používá více internet a Jihomoravský kraj patří ke krajům, kde se staví nejvíce rozhleden v České republice. Materiál by velice rychle po jeho vytvoření nemusel být aktuální.

Při zkoumání propagačních materiálů v informačním centru si každý všimne, že většina prospektů je ve velikosti A4. Papír, který je většinou křídový lesklý, se rozdělí na 3 části, které se oboustranně použijí. Dostaneme tedy 6 políček, což je o polovinu méně, než jsem původně plánovala. S mým počtem rozhleden jsem to tedy musela rozložit tak, aby se mi sem vešla úvodní strana, mapa, rozhledny a další důležité informace, které patří do propagačních materiálů, jakož jsou loga, webové stránky.

Vzhled propagačního materiálu by měl zaujmout a být přehledný. Lesklý papír tomu sice dodá šmrnc, ale nejdůležitější jsou stejně barvy a fotografie. Při představách, jak by mohl vypadat propagační materiál, jsem si vybavovala jasně tři barvy – zelená jako příroda, která ve většině případů kolem rozhleden je, modrá jako nebe, které vidíme, když se dostaneme na vrchol a pak hnědá, jenž by mohla reprezentovat a symbolizovat rozhledny všeobecně. V tomto duchu jsem se snažila vytvořit celý vizuální vzhled propagačního materiálu doplněný o fotografie a základní informace o rozhlednách a vyhlídkových věžích, které jsou vyznačeny na mapě. Jako podkladovou barvu jsem zvolila kombinaci sytě zelené se světle zelenou. Tento mix barev se prolíná přes celý propagační materiál. Barvy nadpisů jsou hnědé, text je pak klasicky černý kvůli čitelnosti. Velikost písma je v materiálu různá. Nadpisy rozhleden mají velikost číslo 16, samotný text pak 11. Ve většině materiálů se text píše menším písmem, já zvolila číslo 11 z jednoho prostého důvodu – největší zastoupení turistů, kteří si berou propagační materiály jsou důchodci, a proto je potřeba zvětšit písmo, aby to vyhovovalo všem.



Obrázek 17: Titulní strana propagačního materiálu

Nejdůležitější je úvodní strana. Je to vůbec ten první kontakt turisty s propagačním materiálem. Kromě toho, že by měla lákat na pohled svým vzhledem, jedná se zde především o jasné a zřetelné informace, díky kterým se hned pochopí, o čem tento propagační materiál bude mluvit. To definuje samotný název – Rozhledny na Boskovicku. Tento nápis by měl být velkým písmem a zvýrazněný tak, aby byl i z větší vzdálenosti dobře čitelný. Zde jsem použila kombinaci hnědé a tmavě zelené barvy.

Přímo pod nadpis jsem umístila pruh obrázků daných rozhleden. Tyto obrázky jsou ve formě miniatur a přesně tyto obrázky nalezneme u každé rozhledny dál v propagačním materiálu. Obrázky by měly na první pohled definovat, o jaké typy rozhleden se jedná. Důležitou součástí jsou i vypsání rozhledny, aby turista přesně věděl, o jaké rozhledny se jedná, bez toho, aniž by propagační materiál musel otevírat. Aby to nebylo pouhé vypsání rozhleden, rozhodla jsem se tyto rozhledny psát hned vedle sebe a oddělit je 2 svislými čarami zelené barvy. Samotné názvy těchto rozhleden jsou zvýrazněny barvou hnědou. Pod názvy rozhleden jsem umístila textové pole s webovými stránkami regionu Boskovicka a města Boskovice. Na spodní části úvodní strany je pak umístěno logo regionu Boskovicka a česká vlajka, která znázorňuje, že je propagační materiál v českém jazyce.



Obrázek 18: Vnitřní strana propagačního materiálu

Poté, co se otevře složený papír, můžeme spatřit na prvních dvou vnitřních políčkách mapu. Na levém dolním rohu lze vidět měřítko mapy. Nachází se zde 7 očíslovaných bodů, kde leží rozhledny. Pod mapou v prvním políčku nalezneme i legendu s čísly a názvy konkrétních rozhleden. Kromě vyznačených rozhleden vidíme na mapě i největší města a obce v okolí, které mohou sloužit jako záchytné body pro turisty nebo i místní občany. V druhém políčku pod mapou můžeme vidět již první vyhlídku, kterou je pod číslem 1 Vodárenská věž Doubravy. Zde jsem se snažila psát jen ty nejzákladnější

informace, aby měli turisté základní přehled a bylo to jasné a zřetelné. Na úplném okraji políček se nachází místo pro logo. Na spodní část prvního políčka jsem si zvolila Městské informační středisko a Informační centrum Boskovicka, neboť by se zde tento propagační materiál nacházel. Kromě názvu jsem sem vypsala adresu a kontakty infocentra. Druhé políčko dole nabízí prostor pro logo toho, kdo tento propagační materiál financoval. V tomto případě zde bude logo Jihomoravského kraje, neboť většina materiálů z informačního centra se financují z této dotace. Není to však povinnost a je klidně možné, aby tento propagační materiál financoval nějaký místní podnik a tímto si zajistil reklamu. Případně se nabízí možnost spolufinancování více firem, proto je zde volné místo. Toto místo by se také dalo zaplnit například číslem dopravního spoje, který míří z Boskovic k dané obci, kde konkrétní rozhledny stojí, anebo by se sem mohly vepsat čísla a turistické trasy, pokud zrovna okolo rozhledny vedou.

Zbylé 3 části jsou určené pro 6 zbývajících rozhleden a vyhlídkových věží. To tedy znamená, že v jednom políčku se nachází 2 rozhledny a popis o nich. První políčko s rozhlednami je umístěno ještě na první stránce společně s mapou, zbylé dvě jsou na druhé straně. Když je materiál otevřen, nachází se na zadní straně i strana úvodní. Pořadí rozhleden je určeno podle čísla na mapě a toto číslo je u každé z rozhleden znovu napsáno pro lepší orientaci. Název rozhledny je tučně zvýrazněn a odlišen od textu hnědou barvou. U každé rozhledny se nachází její podoba formou fotografie pro lepší představivost. Po zvýrazněním názvu jsou zde základní informace. Hned jako první je zde zmíněno, co za druh rozhledny to je a kdy byla postavena. Dalším bodem je, kolik měří metrů, případně v jaké výšce se nachází vyhlídka. Počet schodů je samozřejmostí, u některých rozhleden se nachází žebříky, což je také uvedeno. Důležitou informací je cena vstupného a otevírací doba. Podstatný je také výhled nebo co za zajímavosti se v okolí dané rozhledny nachází.

8 Kalkulace od místních tiskáren

Vybrala jsem místní copy centra a tiskárny, které by byly schopné vyrobit můj navrhovaný propagační materiál. Místní proto, aby se nemusely započítávat i náklady na dopravu nebo poštovné. V Boskovicích jsou takové tiskárny tři. Všechny jsem tedy požádala o předběžnou kalkulaci pro tvorbu 100, 500 a 1000 kusů propagačních materiálů. Propagační materiál by byl na lesklém papíru velikosti A4. Na tomto papíru by byly informace a fotky vytisknuté barevně a oboustranně. Vzhledem k tomu, že chci, aby propagační materiál byl udělán do tzv. „skládačky“, musí udělat ještě 2 lomy. U firmy ARTRON stačilo vyplnit formulář na jejich webových stránkách, abych zjistila výsledné ceny, u zbylých 2 jsem se kalkulaci dozvěděla za pomoci e-mailové komunikace. Ceny za propagační materiály se u každé firmy poněkud liší.

8.1 NOBICA PRAHA, s.r.o. - Copycentrum

NOBICA PRAHA, s.r.o. – Copycentrum je první společnost, kterou jsem si vybrala. Firma je sice pražská, ale sídlí v Boskovicích na ulici Sušilova, což je nějakých 5 minut od Masarykova náměstí. Sama mám osobní zkušenost s tímto copy centrem a přístup personálu byl vždy velice pozitivní a ochotný. Při poptávce mi bylo hned odepsáno a cenová kalkulace přišla do 2 pracovních dní. Ceny mi však přišly až moc vysoké pro tisk většího množství. Cena propagačního materiálu při výrobě 100 kusů je 10 korun. Když si to spočítáme, dostáváme se na cenu 1 000,- Kč za 100 propagačních materiálů. Při poptávce 500 kusů je to 8 korun za kus, tedy 4 000,- Kč za 500 materiálů. Posledním poptávaným množstvím bylo 1000 kusů, což by vyšlo na 6 000,- Kč při ceně 6 korun za kus. Tyto ceny jsou bez DPH. (38)

Tabulka 3: Kalkulace NOBICA

Propagační materiály	100 kusů	500 kusů	1 000 kusů
Kč bez DPH	1 000,-	4 000,-	6 000,-
Kč s DPH	1 210,-	4 840,-	7 260,-

Zdroj: NOBICA PRAHA, s.r.o.

8.2 ARTRON s.r.o.

Tiskárna ARTRON patří v Boskovicích mezi podniky s tradicí. Sídli na Růžovém náměstí, což je blízko centra a její výrobní hala je v Průmyslové zóně. Jedná se poměrně o velkou firmu, která nabízí ofsetový a digitální tisk, velkoplošný tisk a 3D reklamu. Na jejich webových stránkách dokonce umožňují online kalkulaci, pomocí které jsem si mohla vyplnit vše, co jsem potřebovala a vyšla mi i kalkulace pro mnou vytvořené propagační materiály. Ceny jsou jako v předchozím případě uváděny bez DPH. (39) Cena za 100 kusů je 2 497,- Kč, na jeden kus to potom vychází na necelých 25,- Kč. Při tvorbě 500 kusů by se cena jednoho kusu pohybovala přes 5 korun, celkově pak 2 731,- Kč. Nejvýhodnější by však bylo vyrobit 1 000 kusů za 3 024,- Kč. Cena jednoho kusu by přesáhla 3 koruny, což je už přijatelné víc než v prvním případě.

1. Formát a množství

Formát papíru

A4 (210x297mm)

2. Parametry

Typ papíru:

Křída lesk

Gramáž papíru:

135 g/m2

Barevnost:

Obě strany (4/4)

Z toho pantone barev:

0

Počet lomů:

2

Množství:

100

500

1000

Cena celkem (bez DPH)	2497.3 Kč	2731.4 Kč	3023.9 Kč
Cena za kus (bez DPH)	24.973 Kč	5.463 Kč	3.024 Kč
Váha jednoho kusu	8.4 g	8.4 g	8.4 g
Váha celkem	0.8 Kg	4.2 Kg	8.4 Kg
Počet balíků (max. 30 kg)	1	1	1

Obrázek 19: Kalkulace společnosti Artron s.r.o. (<https://tiskarna-boskovice.cz/skladane-letaky>)

8.3 COLOR PRINT – tiskárna Boskovice

Malá rodinná firma sídlící na Chrudichromské ulici, což je na kraji Boskovic se specializuje ofsetový a digitální tisk. Jsou otevřeni i velkoformátovému tisku nebo jen grafickému zpracování. Při méj poptávce mi odpověděli do pár dní s celkovou a přehlednou kalkulací. Ceny jsou zde velice nízké a bylo to pro mě příjemné překvapení. (40) Ceny bez DPH jsou následující – za 100 kusů zaplatíme 1 350,- Kč, kus vyjde

na 13, 5,- Kč. Pokud budeme chtít 500 kusů, zaplatíme 1 750,- Kč. Cena jednoho kusu je 3 a půl koruny. Nejlepší cenou za kus jsou 2, 5,- Kč při objednávce 1 000 kusů za 2 500,- Kč.

Tabulka 4: Kalkulace COLOR PRINT

Propagační materiály	100 kusů	500 kusů	1 000 kusů
Kč bez DPH	1 350,-	1 750,-	2 500,-
Kč s DPH	1 634,-	2 118,-	3 025,-

Zdroj: COLOR PRINT

8.4 Porovnání kalkulací

V následující tabulce si můžeme všimnout rozdílnosti v cenách za tisk propagačních materiálů. Pokud bychom chtěli vytisknout menší množství kusů, vyplatilo by se využít služeb v Copycentru NOBICA, kde jsou velice ochotní a určitě by nám poradili. Propagační materiály o rozhlednách chceme umístit na informační centrum, kde očekáváme, že bude větší odbyt, proto je nejlepší variantou vytisknout množství 1 000 kusů. V případě, že vytiskneme menší množství propagačních materiálů, nevyplatí se nám dotisk dalších. Celková cena za prvotní tisk a dotisknutí by se rovnala skoro dvojnásobku. Porovnáme-li cenové kalkulace pro 1 000 kusů, nejlevnější nabídka přichází od rodinné firmy COLOR PRINT. Průměrná cena by se vyšplhala něco málo přes 3 koruny za kus i s DPH.

Tabulka 5: Porovnání kalkulací

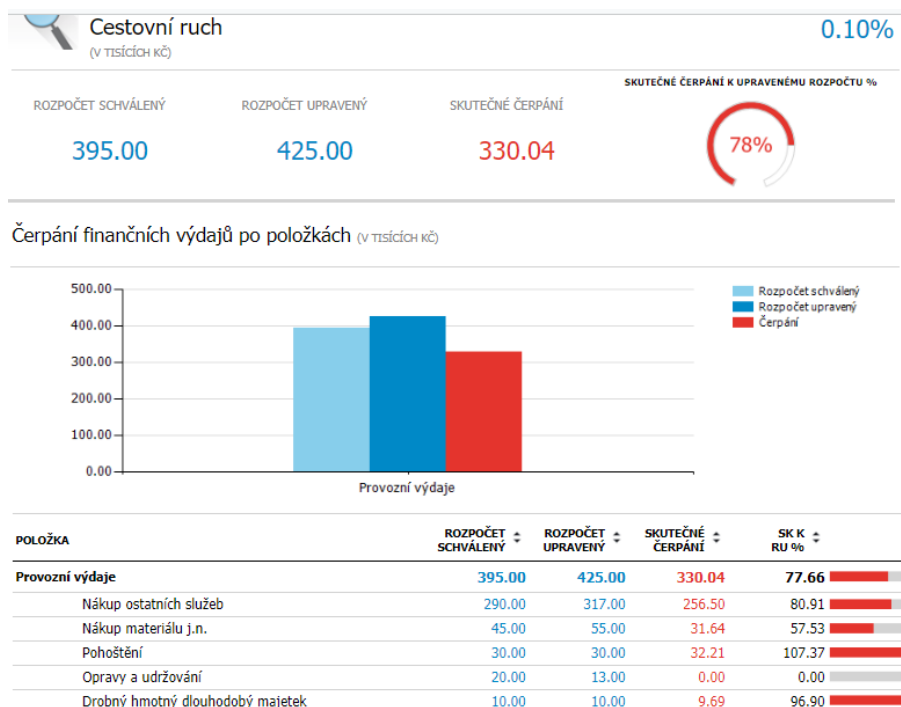
Propagační materiály	Cena za 100 ks / s DPH	Cena za 500 ks / s DPH	Cena za 1 000 ks / s DPH
NOBICA	1 000,- / 1 210,-	4 000,- / 4 840,-	6 000,- / 7 260,-
ARTRON	2 497,- / 3 021,-	2 731,- / 3 305,-	3 024,- / 3 659,-
COLOR PRINT	1 350,- / 1 633,-	1 750,- / 2 118,-	2 500,- / 3 025,-

Zdroj: NOBICA PRAHA, s. r. o, ATRON s. r. o., COLOR PRINT

9 Návrh financování propagačního materiálu

Propagační materiál by mohl být financován z dotačního programu Podpora zkvalitnění služeb turistických informačních center v Jihomoravském kraji v roce 2019. Tento program je vypisován každoročně a bude vypsán i pro rok 2019. Zde se pod bodem číslo 8 přímo řeší uznatelné výdaje, kam spadá i výroba a tisk jednoduchých propagačních materiálů. Z tohoto druhu dotace se vyrábí většina propagačních materiálů, které jsou k dostání na informačním centru v Boskovicích. (41)

Další variantou pro financování propagačního materiálu by se mohla stát placená reklama. Podniky z blízkého okolí rozhleden by tento prospekt mohly zvolit pro svou formu propagace a turisté, kteří by plánovali navštívit dané rozhledny by věděli o podnicích v jejich blízkosti. Jako příklad by se dalo uvést Westernové městečko, vedle kterého je umístěná Vodárenská věž Doubravy anebo rozhledny u Olešnice, kde je Ski areál Olešnice. Tyto podniky by mohly pomoci s financováním tisku propagačního materiálu, případně by ho mohly sami nabízet ve svých resortech.



Obrázek 20: Čerpání rozpočtu cestovního ruchu ke dni 21. 11. 2018

(<http://rozpocet.boskovice.cz/greportviewer/>)

V neposlední řadě je zde možnost, že by propagační materiál mohlo financovat město Boskovice. Ve svém rozpočtu má každý rok několik stovek tisíc korun na propagaci města v cestovním ruchu. Je to však o prioritách a myslím si, že by se tyto peníze hodily na jiné aktivity v rámci cestovního ruchu jako jsou například tradiční akce na Boskovicku.

Jako nejreálnější možnost se mi tedy jeví varianta s použitím dotace, případné dofinancování z řad místních podniků, kteří by se tímto mohly zviditelnit.

10 Diskuze

Vzhledem k tomu, že jsem tyto rozhledny sama navštívila, můj zápal pro věc byl jasně daný. Hodně tomu napomohl i fakt, že jsem byla na praxi v informačním centru, kde jsem měla možnost si prostudovat veškeré propagační materiály, publikace o cestovním ruchu jako jsou například turistické časopisy *Tim* a *Kam po Česku*. Hodně mi také napomohla brožura rozhleden, které vytvářel Dětský domov Boskovice před pár lety. Další mojí inspirací byl pan Jan Nouza, který se věnoval rozhlednám opravdu důkladně a v některých věcech mi, jak se říká, otevřel oči. Odborné literatury přímo na moje téma moc není. Daly by se sem zařadit knížky a publikace o rozhlednách, což má hodně z nich na svědomí právě pan Nouza. Většina z knih je však zaměřená už na konkrétní rozhledny a tam se většinou neobjevovaly mnou zpracovávané rozhledny. Opakem tomu bylo na internetových stránkách, které se přímo zaměřovaly na všechny rozhledny v České republice. To je veliké plus pro hledání informací o rozhlednách.

Při samotné představě tvoření propagačního materiálu mi to přišlo jednoduché, napsat všechny důležité informace na jeden papír. Opak byl však pravdou a já trávila dny nad tím, jak všechny ty informace, které tam samozřejmě chci napsat, dostat na papír. Byla jsem tedy nucena, vzhledem k rozměrům, některé informace vyškrtnout, což mě ještě teď zpětně mrzí, protože je toho hodně, co by se dalo zmínit u některých z nich. Na druhou stranu, pokud bude mít člověk zájem o nějakou z konkrétních rozhleden, může si o ní najít informace sám, a ještě lépe ji rovnou navštívit. Na místě pak turisté naleznou informační tabule, kde jsou podrobné informace. A o to vlastně jde, přimět turistu konkrétní rozhledny navštívit.

11 Návrh řešení a doporučení pro praxi

Záměrem celé bakalářské práce bylo vytvoření propagačního materiálu. Po shrnutí všech potřebných informací jsem jej také vytvořila. Nebránila bych se také obsáhlejší brožůře, která by popisovala všechny rozhledny na Blanensku, případně v celém Jihomoravském kraji. Problémem nastává ale její aktuálnost, neboť se každým rokem staví nové a nové rozhledny. V praxi by to tedy znamenalo, aby se každý rok tato brožura aktualizovala. U propagačního materiálu rozhleden na Boskovicku takový problém být nemusí, jelikož se jedná o menší územní celek. To nahrává faktu, že se tento propagační materiál může vyrobit ve vyšším počtu a využívat pro informační účely na Informačním centru v Boskovicích, kam bych byla ráda, kdyby se tento prospekt umístil.

Další využití mé bakalářské práce by mohlo být v případě vytvoření aplikace o rozhlednách. Žijeme v online světě a je otázka času, než se papír opravdu vymění jen za telefony. Proto by nebylo na škodu vytvořit aplikaci, ve které by se mohly uplatnit moje sesbírané informace o rozhlednách, případně nějaké nápady v rámci zatraktivnění rozhleden v okolí.

Závěr

V práci jsem se zabývala rozhlednami a vyhlídkovými věžemi na Boskovicku, kterých je 7 a jsou od sebe relativně kousek. Proto jsem využila tuto skutečnost a rozhledny chtěla sjednotit pomocí propagačního materiálu, kterého může využít každý turista nebo i místní obyvatel, který bude mít zájem rozhledny navštívit. Tento propagační materiál by tedy měl být umístěn v informačním centru v Boskovicích. Vzhledem k tomu, že žádný takový propagační materiál momentálně není, nebo alespoň není aktuální a v takovém složení rozhleden, jaké jsou na Boskovicku, rozhodla jsem se pro tvorbu propagačního materiálu, který by měl působit pestře a lákat turisty k navštívení daných rozhleden. Celá práce by měla směřovat k tvorbě – od analýzy propagací všech rozhleden, přes konkrétní návrh propagačního materiálu, možnosti, kde a za kolik peněz tento materiál vytisknout, až přes možné zdroje jeho financování.

V teoretické části bakalářské práce jsem se zabývala pojmy jako je marketing a dále marketingový mix, do kterého patří produkt, cena, propagace a distribuční cesty. Nejhlavnějším z toho pro mě byla propagace, do které se zařazuje i samotný propagační materiál. Hned v druhé kapitole se řešil pojem rozhledna, historie rozhleden a typy rozhleden podle materiálů, ze kterých jsou postaveny. Abych si přiblížila i oblast, ve které se rozhledny a vyhlídkové věže na Boskovicku nacházejí, rozhodla jsem popsat základní informace a hlavní atraktivitu v regionu Boskovicko, kam spadá 6 mikroregionů. Kapitola číslo 4 patřila již konkrétním rozhlednám, kde jsem popsala, jak se dané rozhledny jmenují, kde jsou umístěné, jaké je jejich výška a z jakého materiálu jsou vytvořeny. Dále jsem se zde věnovala materiálně technické základně, dopravě, případně otevírací době a vstupnému, pokud zde nějaké je.

V praktické části jsem zhodnotila, jak na mě dané rozhledny a vyhlídkové věže působí podle jejich vzhledu, výšky nebo dostupnosti. Dalším tématem byla analýza aktuální propagace všech rozhleden. Některé z nich byly propagované velice dobře, jiné téměř vůbec. Rozlišovala jsem zde propagaci formou propagačních předmětů, propagačních letáků a propagací na internetu. Po této kapitole přišla na řadu stěžejní věc celé bakalářské práce, což je tvorba propagačního materiálu. Zde jsem se snažila popsat všechny kroky,

které jsem musela udělat při tvoření tohoto materiálu. Ve zbývajících částech práce se pak zabývám tiskárnami v Boskovicích, které jsou schopné vytisknout tento materiál a také jejich kalkulace cen. Poslední kapitolou praktické části je možnost financování tohoto materiálu.

Hlavním výstupem práce je tedy propagační materiál, který by se mohl zdát být už nepraktický vzhledem k tomu, jak je dnes vše online. Dle mého názoru se ale pořád nic nevyrovná tomu, mít konkrétní informace někde dané na papíře. Obzvláště co se týká starších jedinců, jenž informační centrum navštěvují ve velké míře a hledají právě tyto materiály, které by mohli použít při jejich turistice. To by měl být vlastně smysl tohoto propagačního materiálu. Bez nutnosti mít mobilní zařízení sebou vždy a všude, možnost dostat se k těmto atraktivitám, nebo vůbec dozvědět se o těchto atraktivitách jinak, než přes počítač nebo chytrý telefon. To si myslím, že bude tento propagační materiál na informačním centru splňovat.

Další možností, jak by se dalo propagovat jinak, než za pomoci propagačních materiálů je vytvoření aplikace, která by fungovala za pomoci GPS navigace. Tento druh propagace je ideální především pro mladší jedince, kteří už nyní při hledání těchto objektů musí používat WIFI připojení nebo mobilní data.

Seznam použité literatury

- KOTLER, P. Marketing management: analýza, plánování, realizace a kontrola. 7. vyd., 1. v českém jazyce. Praha: Victoria Publishing, 1992. 789 s. ISBN 80-85605-08-2.
- KŘEŠŤAN, V., VAŠÍČEK, M.: Marketing. Vyd. 1. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava. Skripta, 2005
- NOUZA, J. Rozhledny Čech, Moravy a Slezska. Vyd. 1. Liberec: Nakladatelství 555, 1999. 159 s. ISBN 80-902590-4-9.
- NOUZA, J. Rozhledny na prahu 21. století. Vyd. 1. Liberec: Nakladatelství 555, 2003. 151 s. ISBN 80-86424-19-7.
- OBŮRKOVÁ, E. Kam na jižní Moravě. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2005. 140 s. ISBN 80-251-0740-X.
- POHORECKÝ, V. Rozhledny a ztracené hrady. 2. díl, Česká republika – východ. Vyd. 1. V Praze: Radioservis, 2014. 246 s. ISBN 978-80-87530-24-5.
- POHORECKÝ, V. Tipy na výlet po rozhlednách a starých hradech. Vyd. 1. Praha: Radioservis ve spolupráci s Českým rozhlasem, 2000- . sv. ISBN 80-86212-10-6.
- VANÍČEK, J. Marketing služeb a cestovního ruchu. Vyd. 1. Opava: Slezská univerzita v Opavě, Filozoficko-přírodovědecká fakulta v Opavě, Ústav lázeňství, gastronomie a turismu, 2013. 191 s. ISBN 978-80-7248-870-4.

Elektronické zdroje

1. Petrtyl, Jan. Marketing mind. [Online] 19. březen 2017. [Citace: 1. prosinec 2018.] <https://www.marketingmind.cz/marketingovy-mix-4p/>.
2. Propagace na internetu . [Online] 13. květen 2011. [Citace: 4. prosinec 2018.] <http://www.propagacenainternetu.cz/formy-reklamy-na-internetu>.
3. Chroust, Martin. České rozhledny. *Historie rozhleden* . [Online] 2012. [Citace: 12. listopad 2018.] <http://rozhledny.yc.cz/historie.htm>.

4. Rozhledny ČR. *Rozhledny Jihomoravského kraje*. [Online] 2018. [Citace: 2018. listopad 20.] <http://rozhledny.webzdarma.cz>.
5. Rozhledny ČR. [Online] [Citace: 20. říjen 2018.] <http://rozhledny.webzdarma.cz>.
6. Klub přátel rozhleden. [Online] [Citace: 12. listopad 2018.] <http://kpr.kvalitne.cz/sdruzeni.html>.
7. Klub českých turistů. *Vaše dobrá značka*. [Online] 2018. [Citace: 12. listopad 2018.] <https://www.kct.cz/cms/ustredni-organy-kct>.
8. Klub českých turistů Boskovice. [Online] 2018. [Citace: 4. prosinec 2018.] http://kctboskovice.cz/?page_id=23.
9. Region Boskovicka. *Kam na Boskovicku?*. [Online] 2018. [Citace: 28. říjen 2018.] <http://regionboskovicko.cz/index.asp?p1=902>.
10. Region Boskovicko. *Mikroregion Boskovicko*. [Online] 2018. [Citace: 28. říjen 2018.] <http://regionboskovicko.cz/boskovicko.asp?p1=901>.
11. Paroulková, Leona. *Blanenský deník . Stavba nejvyšší rozhledny v České republice začne v létě. U Velenova*. [Online] 18. duben 2017. [Citace: 4. prosinec 2018.] https://blanensky.denik.cz/zpravy_region/stavba-nejvyssi-rozhledny-v-ceske-republice-zacne-v-lete-u-velenova-20170418.html.
12. Region Boskovicko . *Mikroregion Kunštátsko-Lysicko*. [Online] 2018. [Citace: 2. prosinec 2018.] <http://www.regionboskovicko.cz/kunstatsko-lysicko.asp?p1=904>.
13. Region Boskovicko. *Mikroregion Letovicko*. [Online] 2018. [Citace: 2. prosinec 2018.] <http://www.regionboskovicko.cz/letovicko.asp?p1=906>.
14. Mikroregion Malá Haná. *Svazek obcí Malá Haná*. [Online] 2018. [Citace: 2. prosinec 2018.] <https://www.malahana.cz/o-mikroregionu-mala-hana>.
15. Mikroregion Olešnicko. *Výroba modrotisku*. [Online] 2015. [Citace: 2. prosinec 2018.] <http://www.olesnicko.cz/vyroba-modrotisku.html>.

16. Mikroregion Olešnicko. *Dobrovolný svazek obcí Olešnicko*. [Online] 2015. [Citace: 2. prosinec 2018.] <http://www.olesnicko.cz/mikroregion-olesnicko.html>.
17. Svazek obcí Svitava . [Online] 2018. [Citace: 2. prosinec 2018.] <http://www.svazeksvitava.cz/index.php?nid=440&lid=cs&oid=1352>.
18. MAS Boskovicko PLUS. *O MAS Boskovicko PLUS*. [Online] 2018. [Citace: 1. prosinec 2018.] <http://www.masboskovickoplus.cz/o-mas-boskovicko-plus/ms-2966/p1=2966>.
19. MAS Boskovicko PLUS. *Kam na Boskovicku?* [Online] 2014. [Citace: 1. prosinec 2018.] http://www.masboskovickoplus.cz/vismo/gallery-viewer.asp?id_galerie=1003&width=412.
20. MAS Moravský kras. *Destinační společnost*. [Online] 2018. [Citace: 1. prosinec 2018.] <http://www.mas-moravsky-kras.cz/destinacni-spolecnost/>.
21. Moravský kras . *Projekty společnosti*. [Online] 2018. [Citace: 1. prosinec 2018.] <http://www.mas-moravsky-kras.cz/destinacni-spolecnost/projekty-spolecnosti/>.
22. Blanenský deník. *Na vodojemu v Boskovicích vznikla vyhlídka. Lidé se tam ale dostanou jen občas*. [Online] 30. říjen 2015. [Citace: 20. říjen 2018.] https://blanensky.denik.cz/zpravy_region/na-vodojemu-v-boskovicich-vznikla-vyhlidka-lide-se-tam-ale-dostanou-jen-obcas-20151030.html.
23. Region Boskovicka. *Socha na úpatí Velkého Chlumu*. [Online] 2018. [Citace: 20. říjen 2018.] <http://regionboskovicko.cz/sochy-na-upati-velkeho-chlumu/os-1767/p1=2074>.
24. Na rozhledny. *Malý Chlum*. [Online] 2018. [Citace: 20. říjen 2018.] <http://www.na-rozhledny.cz/maly-chlum>.
25. Kozárov, Obec. *Obec Kozárov*. [Online] [Citace: 20. říjen 2018.] <http://www.kozarov.cz/rozhledna/>.
26. Facebook. *Bistro Babylon Kozárov*. [Online] 2018. [Citace: 20. říjen 2018.] <https://www.facebook.com/Bistro-Babylon-Kozarov-1420763227989022/>.

27. Jihomoravský kraj. *Rozhledna Kopaniny u Olešnice*. [Online] 2018. [Citace: 20. říjen 2018.] <http://www.jizni-morava.cz/objekt/48388-rozhledna-kopaniny-u-olesnice>.
28. Kudy z nudy. [Online] 2018. [Citace: 20. říjen 2018.] <https://www.kudyznudy.cz/aktivity-a-akce/aktivity/drevena-rozhledna-zelenkuv-kopec-u-olesnice.aspx>.
29. Kudy z nudy. [Online] 2018. [Citace: 21. říjen 2018.] <http://www.kudyznudy.cz/aktivity-a-akce/aktivity/burianova-rozhledna-na-kopci-milenka-v-rudce-u-kun.aspx>.
30. Restaurace a hotel Rudka. [Online] 2018. [Citace: 21. říjen 2018.] <https://www.hotelrudka.cz>.
31. Cyklo jižní Morava. 5142 (*Letovice - Hodůvka*). [Online] 2018. [Citace: 13. listopad 2018.] <http://www.cyklo-jizni-morava.cz/5142>.
32. Kudy z nudy. *Rozhledna Babylon Kozárov*. [Online] 2018. [Citace: 15. listopad 2018.] <https://www.kudyznudy.cz/aktivity-a-akce/aktivity/rozhledna-babylon-kozarov.aspx>.
33. Turistické známky. [Online] 2018. [Citace: 18. listopad 2018.] <https://www.turisticke-znamky.cz>.
34. Parma, Ing. Jaroslav. Boskovice. *Mobilní průvodce*. [Online] 12. srpen 2014. [Citace: 2. listopad 2018.] <http://www.boskovice.cz/mobilni-pruvodce/d-23128>.
35. MAS Boskovicko PLUS. *Krajem pověstí a bájí*. [Online] 28. srpen 2014. [Citace: 2. listopad 2018.] <http://www.masboskovickoplus.cz/krajem-povesti-a-baji/d-1240>.
36. Geocaching. *Rozhledny ČR*. [Online] 2018. [Citace: 2. listopad 2018.] <https://www.geocaching.com/bookmarks/view.aspx?guid=de82fa9d-8900-46d6-bbc8-38aded661717>.

37. Pohádkové království. *Měsíc věží a rozhleden - 7. ročník*. [Online] 2013. [Citace: 2. listopad 2018.] http://jcpohadkovekralovstvi.sweb.cz/mesic_vezi.html .
38. Nobica. *NOBICA PRAHA, s.r.o. - Copycentrum*. [Online] 2018. [Citace: 16. listopad 2018.] <http://www.nobica.cz/cp/cenik.htm> .
39. ARTRON. *Skládané letáky*. [Online] 2018. [Citace: 16. listopad 2018.] <https://tiskarna-boskovice.cz/skladane-letaky> .
40. COLOR PRINT tiskárna Boskovice. *Kontakty*. [Online] 2018. [Citace: 16. listopad 2018.] <https://www.tiskboskovice.cz/kontakt> .
41. Dotační oblast Krajského úřadu Jihomoravského kraje. *Dotační oblast - Regionální rozvoj*. [Online] 2018. [Citace: 22. listopad 2018.] <https://dotace.kr-jihomoravsky.cz/Folders/757-1-Regionalni+rozvoj.aspx?fbclid=IwAR0yeU4flNNkG710nfk5xJcYyFp6gksuy6Tudj0fRjBlBav5inJEXgLi1CE> .

Přílohy

Příloha A Vyjádření vedoucí informačního centra



Městské informační středisko Boskovice, Informační centrum Boskovicko
Masarykovo náměstí 3/1, 680 01 Boskovice
tel. 516 488 677, 516 453 253, e-mail: informace@boskovice.cz

Propagační materiál Rozhledny na Boskovicku

Propagační materiál o rozhlednách na Boskovicku s názvem Po rozhlednách v okolí Boskovic, který zpracovaly děti z dětského domova v Boskovicích, byl turisty s místními velmi žádaný. Bohužel je již zastaralý a k dispozici máme pár posledních kousků. Bylo by proto vhodné zpracovat a vydat nový materiál o rozhlednách v našem okolí.

V této souvislosti jsem oslovila několik studentů, kteří vykonávali či dosud vykonávají praxi v rámci svého studia v naší organizaci.

Uvítala jsem návrh Anny Kulacsové, která si toto téma zvolila ve své bakalářské práci, o její propagační materiál o rozhlednách máme v našem infocentru vážný zájem.

V Boskovicích dne 16. listopadu 2018

Miloslava Luňáčková, vedoucí.