

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra Obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: B 6208 Ekonomika a management
Studijní obor: B 6208 Obchodní podnikání – cestovní ruch



Analýza služeb cestovního ruchu v Dolním Poberouní

Vedoucí bakalářské práce
Mgr. Vladimír Dvořák

Autor
Magdaléna Poulová

2008

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma *Analýza služeb cestovního ruchu v Dolním Poberouní* vypracovala samostatně na základě vlastních zjištění a materiálů uvedených v seznamu literatury.

Černošice, duben 2008

Magdaléna Poulová

Poděkování

Ráda bych touto cestou vyjádřila poděkování svému vedoucímu práce Mgr. Vladimíru Dvořákovi, se kterým jsem konzultovala jednotlivé kroky a postupy bakalářské práce a který mne zdárně dovedl k jejímu konci.

OBSAH

| | |
|---|----|
| 1. ÚVOD | 8 |
| 2. CÍL PRÁCE A METODIKA | 9 |
| 2.1 Cíl práce | 9 |
| 2.2 Pracovní hypotézy | 9 |
| 2.3 Metodika | 9 |
| 2.3.1 Analytická část..... | 9 |
| 2.3.2 Syntetická část..... | 10 |
| 2.3.1 Aplikační část..... | 10 |
| 2.4 Zdroje informací | 11 |
| 2.4.1 Primární informace..... | 11 |
| 2.4.2 Sekundární informace..... | 11 |
| 3. LITERÁRNÍ REŠERŽE | 12 |
| 3.1 Cestovní ruch | 12 |
| 3.1.1 Vymezení cestovního ruchu..... | 12 |
| 3.1.2 Cestovní ruch jako systém..... | 14 |
| 3.1.3 Typologie cestovního ruchu..... | 15 |
| 3.1.4 Trh cestovního ruchu..... | 16 |
| 3.1.5 Produkt cestovního ruchu..... | 17 |
| 3.1.6 Marketing cestovního ruchu..... | 18 |
| 3.2. Služby | 19 |
| 3.2.1 Vymezení služeb..... | 19 |
| 3.2.2 Charakteristické znaky služeb..... | 20 |
| 3.2.3 Klasifikace služeb v cestovním ruchu..... | 21 |
| 4. SITUAČNÍ ANALÝZA ZKOUMANÉ OBLASTI | 26 |
| 4.1. Vymezení oblasti | 26 |
| 4.2 Přírodní podmínky, poloha | 26 |
| 4.3 Historie | 28 |
| 4.4 Obyvatelstvo | 31 |
| 4.5 Občanská vybavenost | 32 |
| 4.5.1 Školská zařízení..... | 32 |
| 4.5.2 Kulturní zařízení..... | 32 |

| | |
|---|-----------|
| 4.5.3 Sportovní zařízení..... | 33 |
| 4.5.4 Zdravotnická zařízení..... | 33 |
| 4.6 Ekonomická aktivita obyvatelstva, nezaměstnanost..... | 34 |
| 4.6.1 Obyvatelstvo podle ekonomické aktivity..... | 34 |
| 4.6.2 Ekonomicky aktivní podle odvětví..... | 35 |
| 5. ANALÝZA ZÁKLADNÍCH SLUŽEB..... | 36 |
| 5.1 Ubytovací služby..... | 36 |
| 5.1.2 Hotely..... | 36 |
| 5.1.3 Penziony..... | 37 |
| 5.1.4 Turistické ubytovny..... | 37 |
| 5.1.5 Kempy..... | 38 |
| 5.1.6 Ubytování v soukromí..... | 38 |
| 5.2 Stravovací služby..... | 38 |
| 5.3 Dopravní služby..... | 39 |
| 5.3.1 Železniční doprava..... | 39 |
| 5.3.2 Autobusová doprava..... | 39 |
| 5.4 Informační služby..... | 39 |
| 5.5 Kulturně-společenské služby..... | 40 |
| 5.5.1 Divadlo..... | 40 |
| 5.5.2 Kino..... | 40 |
| 5.5.3 Ostatní kulturní zařízení..... | 41 |
| 5.5.4 Kulturní akce..... | 41 |
| 5.5.5 Kulturní památky..... | 41 |
| 5.6 Sportovně-rekreační služby..... | 44 |
| 5.6.1 Sportovní zařízení..... | 44 |
| 5.6.2 Půjčovny..... | 44 |
| 5.6.3 Turistické stezky..... | 45 |
| 5.6.4 Cyklostezky, cyklotrasy..... | 45 |
| 6. NÁVRH A PROVEDENÍ MARKETINGOVÉHO VÝZKUMU..... | 47 |
| 6.1 Návrh marketingového výzkumu..... | 47 |
| 6.2 Vyhodnocení marketingového výzkumu..... | 47 |
| 6.2.1 Vyhodnocení 1. otázky - Z jakého města přijíždíte? Jak daleko cestujete?..... | 48 |
| 6.2.2 Vyhodnocení 2. otázky - Jak dlouhý plánujete pobyt v regionu?..... | 49 |
| 6.2.3 Vyhodnocení 5. otázky - Jaký je účel Vaší cesty?..... | 49 |

| | | |
|-------------|--|-----------|
| 6.2.4 | Vyhodnocení 6. otázky - Které atraktivivity regionu jsou pro vás nejatraktivnější?.... | 50 |
| 6.2.5 | Vyhodnocení 7. otázky - V jakém ubytovacím zařízení jste ubytováni?..... | 50 |
| 6.2.6 | Vyhodnocení 10. otázky - Ohodnoťte služby v regionu..... | 51 |
| 6.2.7 | Vyhodnocení 11. otázky - Ohodnoťte infrastrukturu..... | 53 |
| 6.2.8 | Vyhodnocení 12. otázky - Jak hodnotíte rozvoj cestovního ruchu v této oblasti?.. | 56 |
| 6.2.9 | Vyhodnocení 13. otázky - Co nejvíce postrádáte v tomto regionu?..... | 57 |
| 6.2.10 | Vyhodnocení 14. otázky - Co se vám v tomto regionu nejvíce líbilo?..... | 58 |
| 6.2.11 | Vyhodnocení 15. otázky - Jak jste se o této lokalitě dozvěděli?..... | 58 |
| 7. | NÁVRH MARKETINGOVÝCH OPATŘENÍ..... | 60 |
| 7.1 | Zhodnocení služeb a návrh možných řešení na jejich inovaci..... | 60 |
| 7.1.1 | Ubytovací služby..... | 60 |
| 7.1.2 | Stravovací služby..... | 60 |
| 7.1.3 | Dopravní služby..... | 60 |
| 7.1.4 | Informační služby..... | 60 |
| 7.1.5 | Kulturně-společenské služby..... | 61 |
| 7.1.6 | Sportovně-rekreační služby..... | 61 |
| 7.2. | Návrh produktového balíčku..... | 62 |
| 8. | ZÁVĚR..... | 63 |
| 9. | SUMMARY..... | 65 |
| 10. | PŘEHLED POUŽITÉ LITERATURY..... | 67 |
| | PŘÍLOHY | |
| | SEZNAM TABULEK A GRAFŮ | |

1. ÚVOD

Cestovní ruch se stává velice významným hospodářským odvětvím nejen v zahraničí, ale i v České republice. Jednotlivé státy se proto snaží co nejlépe analyzovat současnou situaci a pečlivě plánovat strategický rozvoj cestovního ruchu nejen na národní úrovni, ale i v rámci jednotlivých regionů. Územně - správní celky jako jsou kraje a obce s rozšířenou působností by se měly o tento rozvoj snažit. Důležitá je i autonomie jednotlivých mikroregionů, aby mohly lépe prosadit své zájmy a aktivity a dosáhnout vyšší propagace. Proto se zčásti osamostatňují, vydávají vlastní brožury a publikace o svém regionu.

Pro svou práci jsem vybrala Dolní Poberouní. Tento mikroregion má velmi výhodnou polohu. Nachází se jihozápadně od Prahy a jednotlivé obce doslova lemují dolní tok řeky Berounky. Zasahuje do okresů Praha - západ a Beroun. Abych předešla dohadům o tom, co ještě do oblasti Dolního Poberouní spadá a co už ne, vybrala jsem do své bakalářské práce pouze obce, které spadají do svazu obcí Dolní Berounka. Jedná se o obce Černošice, Všenory, Dobřichovice, Řevnice, Zadní Třebáň, Hlásná Třebáň, Karlštejn, Srbsko, Karlík, Lety a Tetín.

V průběhu práce budu používat jak oficiálního názvu mikroregionu „Dolní Berounka“, tak obecnějšího pojmenování „Dolní Poberouní“. V obou případech však půjde o jednu a tu samou oblast.

Oblast je atraktivní nejen díky těsné blízkosti Prahy a rezidenčnímu bydlení, ale i díky přírodě, která se zde nachází a která každoročně láká k návštěvě mnoho turistů. Nachází se zde také hrad Karlštejn, který je hojně navštěvován i turisty ze zahraničí. Mezi další neméně zajímavá místa patří například Srbské skály, které jsou využívány horolezci. Kromě výše zmiňovaných míst se zde nachází spousta zajímavých turistických cílů, a také možnosti kulturního a sportovního vyžití.

Mikroregion Dolní Berounka jsem si vybrala z toho důvodu, že se jedná o oblast, kde již od dětství bydlím. Tato oblast má turistům hodně co nabídnout, avšak v některých oblastech by potřebovala řadu zlepšení, aby přitáhla ještě více turistů, a to především v zimním období.

2. CÍL PRÁCE A METODIKA

2.1 Cíl práce

Hlavním cílem bakalářské práce je analyzovat služby cestovního ruchu v mikroregionu Dolní Berounka.

Vedlejším cílem je provedení marketingového výzkumu a na základě jeho výsledků zjistit možné perspektivy a navrhnout inovaci služeb. Dalším dílčím cílem je navrhnout produktový balíček.

2.2 Pracovní hypotézy

Před vypracováním práce je důležité stanovit si určité domněnky či představy o problémech, které mají podobu pracovních hypotéz. V bakalářské práci budou tyto hypotézy pozorovány, případně tedy potvrzeny nebo vyvráceny, a to především na základě marketingového výzkumu a analýzy služeb cestovního ruchu. Navržené hypotézy jsou následující:

- Malebná příroda je velkým lákadlem pro turisty.
- Dolní Poberouní by mělo být rekreační oblastí nejenom pro obyvatele přilehlých měst.

2.3 Metodika

- studium literatury
- provedení analýzy služeb cestovního ruchu
- návrh a provedení marketingového výzkumu
- vyhodnocení marketingového výzkumu
- návrh inovace služeb cestovního ruchu
- návrh produktového balíčku

2.3.1 Analytická část

Nezbytným krokem před začátkem psaní bakalářské práce bylo nastudování odborné literatury a vypracování literární rešerše, kde byl vymezen cestovní ruch a služby cestovního ruchu.

Dalším krokem bylo vymezení zkoumané oblasti. Pro práci byl vybrán mikroregion Dolní Berounka – svazek obcí v Dolním Poberouní. Byla provedena situační analýza. Zde byla popsána zejména poloha a přírodní podmínky, historie, obyvatelstvo, občanská vybavenost a ekonomická aktivita obyvatelstva.

Další částí bylo provedení analýzy služeb cestovního ruchu. Pozornost byla věnována především službám ubytovacím, stravovacím, dopravním, informačním, kulturně-společenským a sportovně-rekreačním. Informace byly čerpány jak z odborných publikací a informačních letáků, tak z internetu, především z Českého statistického úřadu a webových stránek jednotlivých obcí. Řada informací byla získána od pracovníků obecních úřadů některých obcí a pracovníků informačního centra v Karlštejně.

Poté byl proveden marketingový výzkum, kterému předcházelo sestavení dotazníku o 19 otázkách. Dotazník byl přeložen do němčiny, pro případ, že by se výzkumu zúčastnili obyvatelé pocházející z německy mluvících zemí. Výzkum byl prováděn jednak pomocí osobního dotazování tváří v tvář, ale také prostřednictvím e-mailu. Dotazníky byly rozeslány respondentům, o kterých bylo předem známo, že zkoumanou oblast navštívili.

Po provedení marketingového výzkumu následovalo jeho zpracování a vyhodnocení. Pomocí programu MS Excel byly vytvořeny ke každé otázce výšečové grafy a hodnoty vyjádřeny v procentech. Každý graf byl slovně okomentován.

2.3.2 Syntetická část

Na základě marketingového výzkumu a analýzy služeb v daném regionu byla navržena inovace služeb. Jednalo se o inovaci ve službách stravovacích, dopravních, informačních, kulturně-společenských a sportovně-rekreačních.

2.3.3 Aplikační část

Na závěr byl navržen produktový balíček, který by mohl být nabízen cestovními kancelářemi a agenturami.

2.4 Zdroje informací

2.4.1 Primární zdroje

Klíčovým zdrojem informací v této bakalářské práci byl marketingový výzkum. Jednalo se o dotazníkové šetření, které bylo prováděno jednak formou osobního dotazování tváří v tvář, jednak pomocí e-mailu. Několik desítek dotazníků bylo zanecháno pro návštěvníky na informačním centru a v několika hotelech v mikroregionu.

2.4.2 Sekundární zdroje

Mezi sekundární zdroje informací, které byly v bakalářské práci využity, patří především internet, odborná literatura, informační letáky, informace Českého statistického úřadu a informace od pracovníků Informačního centra v Karlštejně.

3. LITERÁRNÍ REŠERŽE

3.1 Cestovní ruch

3.1.1 Vymezení cestovního ruchu

Cestovní ruch je významnou, dynamicky se rozvíjející součástí světového hospodářství. Proto je také považován za fenomén současné doby.

Francová (2003: 12) považuje původní význam cestovního ruchu za jiný výraz pro cestování. Cestovní ruch je podle ní spojován s využitím volného času, poznáváním, rekreací. Zahrnuje aktivity osob, které cestují a pobývají v místech mimo jejich obvyklé prostředí (bydliště) po dobu nepřesahující jeden rok., v převážné většině případů za účelem vyplnění volného času.

Podle Orišky (1999: 5) se cestovním ruchem rozumí soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestou a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem zotavení, poznání, společenského kontaktu, kulturního a sportovního vyžití, lázeňského léčení a pracovních cest.

Cestovní ruch vždy zahrnuje cestování, ale ne každé cestování je cestovním ruchem. Cestovní ruch zahrnuje rekreaci, ale ne každá rekreace je cestovním ruchem. Cestovní ruch se uskutečňuje ve volném čase, ale ne celý volný čas je věnován cestovnímu ruchu. Cestovní ruch je komplexní, mnoha oblastmi a z mnoha hledisek se prolínající společenský jev bez jakýchkoli pevně stanovitelných hranic, který je synergickým souhrnem všech jevů, vztahů a dopadů v časoprostorovém kontextu, souvisejících s narůstající mobilitou lidí, motivovanou uspokojováním jejich potřeb v oblasti využití volného času, rekreace, cestování a poznání, dále v oblasti sociální, kulturní a v dalších oblastech. (Pásková, 2002: 6)

Cestovní ruch je podle Heskové (2006: 9) významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáváním a naplněním vlastních snů z příjemné dovolené. Je součástí spotřeby a způsobu života obyvatel zejména ekonomicky vyspělých zemí.

Dle Páskové (2002: 45) je cestovní ruch považován za komplexní společenský jev jako souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejnoprávních aktivit (politika CR, propagace CR,

regulace CR, mezinárodní spolupráce apod.) a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity .

Definice cestovního ruchu mají podle Hornera a Swarbrooka (1996: 53-54) několik složek. Obecně podle nich se cestovní ruch definuje jako krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností. Definice zní jednoduše, ale není úplně výstižná. Nezahrnuje například lukrativní oblast služebních cest, kde hlavním smyslem cestování je práce, nikoli zábava. Je také snadné určit, jak daleko člověk musí cestovat nebo kolik nocí musí strávit mimo domov, abychom jej mohli považovat za turistu.

Definovat cestovní ruch není zcela jistě jednoduchou záležitostí. Definice CR se vyvíjí a zdokonaluje již po řadu let. Každý autor přistupuje k tomuto pojmu svým vlastním přístupem a proto se jednotlivé definice v mnoha ohledech liší.

Jednou z prvních definic byla myšlenka Hermanna von Schullarda (Hesková, 2006: 10), že se jedná o soubor operací zejména ekonomického charakteru, které se přímo vztahují na vstup, pobyt a pohyb cizinců vně i uvnitř určité země, města nebo regionu. Nepříliš odlišnou definici vyslovili Hunziker a Krapf (Hesková, 2006: 10) ze švýcarské školy. Podle nich byl cestovní ruch soubor vztahů a jevů, které vyplývají z pobytu na cizím místě, pokud cílem pobytu není trvalý pobyt nebo výkon výdělečné činnosti. Tato definice byla velkým přínosem pro zkoumání cestovního ruchu v poválečném období. Na tuto definici navázal švýcarský profesor C. Kašpar (Hesková, 2006: 10), který cestovní ruch definoval jako souhrn vztahů a jevů, které vyplývají z cestování a nebo pobytu osob, přičemž místo pobytu není hlavním ani trvalým místem bydlení nebo zaměstnání. Tato definice se v 80. letech minulého století stala oficiální definicí Mezinárodního sdružení vědeckých pracovníků cestovního ruchu AIEST. Jak je vidět, všechny tyto definice jsou jednoduché a ne úplně domyšlené. Postupem času se všechny tyto definice vylepšovaly a zdokonalovaly.

S cílem sjednotit názory na definování cestovního ruchu zorganizovala Světová organizace cestovního ruchu (WTO – World Tourism Organization, dnes UNWTO) v roce 1991 v kanadském městě Ottawa mezinárodní konferenci o statistice cestovního ruchu, jejímž cílem bylo sjednotit názory na definování předmětu cestovního ruchu. Její účastníci přijali návrh, že cestovním ruchem se rozumí „činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí, a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě“. (Hesková, 2006: 11)

Podle české technické normy z roku 2004 je cestovní ruch definován jako činnost lidí, kteří cestují na místa mimo své běžné prostředí anebo zde pobývají za účelem zábavy, pracovní nebo z jiných důvodů.

3.1.2 Cestovní ruch jako systém

Cestovní ruch je otevřený a dynamický systém, který tvoří dva podsystémy, a to subjekt cestovního ruchu a objekt cestovního ruchu včetně vzájemných vazeb. Vazby existují i mezi cestovním ruchem jako systémem a jinými systémy, které tvoří jeho okolí – vnější prostředí. (Hesková, 2006: 12)

Subjekt cestovního ruchu reprezentuje účastník cestovního ruchu. Z ekonomického hlediska je jím každý, kdo uspokojuje svoje potřeby spotřebou statků cestovního ruchu v době cestování a pobytu mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase. Je nositelem poptávky a spotřebitelem produktu cestovního ruchu. (Hesková, 2006: 13)

Dle Heskové (2006: 15) je objektem cestovního ruchu všechno, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu. Cílové místo představuje středisko cestovního ruchu, region nebo stát jako cestovní cíl. V odborné literatuře se na jeho označení používá i pojem destinace cestovního ruchu.

Objektem cestovního ruchu tedy mohou být cílová místa, podniky nebo instituce cestovního ruchu, jsou jím tedy i návštěvnické atraktivity.

Návštěvnické atraktivity definoval Horner a Swarbrooke (2003: 474) jako komplex, jednotku nebo entitu, které motivují lidi navštěvovat je, aby viděli, zažili a zúčastnili se toho, co atraktivita nabízí. Atraktivity mohou být přírodní nebo uměle vytvořené, mohou to být hmotné předměty nebo speciální události.

Middleton (Horner, Swarbrooke, 2003: 113) vymezuje návštěvnické atraktivity jako určité trvalé zdroje, které jsou kontrolovány a řízeny kvůli nim samým a pro potěšení, zábavu a vzdělání návštěvníků a dále rozšířil tuto definici rozdělením návštěvnických atraktivit do deseti skupin:

- starobylé památky,
- historické stavby,
- označené oblasti, parky a zahrady,
- tématické zábavní parky,
- zajímavosti ze života v přírodě,
- muzea,

- galerie umění,
- archeologická pracoviště (naleziště),
- tématická nákupní místa,
- zábavní a rekreační parky.

Cestovní ruch musí mít podle Heskové (2006: 15) vhodný přírodní a kulturní potenciál pro cestovní ruch, který se označuje i jako primární nabídka. Umožňuje naplnit cíle (motivy) účasti na cestovním ruchu. Prostředkem k dosažení tohoto cíle je různorodá infrastrukturní vybavenost, která se označuje jako sekundární nabídka.

3.1.3 Typologie cestovního ruchu

Specifikovat cestovní ruch jen ve všeobecné rovině by bylo nedostačující z důvodu, že v každodenní praxi se projevuje v různých druzích a formách, které se neustále vyvíjí a obohacují v závislosti na poptávce účastníků cestovního ruchu a technicko-technologických možnostech. Hesková (2006: 21)

Z tohoto důvodu je nezbytné rozdělit cestovní ruch na jednotlivé druhy a formy. O druzích cestovního ruchu hovoříme dle Heskové (2006: 21) tehdy, když za základ posuzování cestovního ruchu vezmeme motivaci jejich účastníků, tj. účel, pro který cestují a pobývají přechodně na cizím místě. O formách cestovního ruchu mluvíme, když jako základ posuzování cestovního ruchu vezmeme různé příčiny, které ho ovlivňují a důsledky, které přináší.

Druhy cestovního ruchu

Tab. č. 1 – Druhy cestovního ruchu

| Druhy cestovního ruchu | |
|------------------------|------------|
| Rekreační | Lázeňský |
| Sportovní | Zdravotní |
| Dobrodružný | Obchodní |
| Myslivecký a rybářský | Kongresový |
| Náboženský (poutní) | Stimulační |

Zdroj: Hesková (2006: 21)

Formy cestovního ruchu

Tab. č. 2 Formy cestovního ruchu

| 1. z geograf. hlediska | 2. podle počtu účastníků | 3. podle způs. organiz. |
|------------------------|--------------------------|-------------------------|
| domácí CR | individuální CR | individuální cesty CR |
| zahraniční CR | skupinový CR | organizov. zájezd CR |
| mezinárodní CR | masový CR | klubový CR |
| vnitřní CR | ekologický CR | |
| národní CR | | |
| regionální CR | | |

| 4. podle věku účastníků | 5. podle délky účasti | 6. podle místa pobytu |
|-------------------------|-----------------------|-------------------------|
| CR dětí | výletní CR | městský CR |
| mládežnický CR | krátkodobý CR | příměstský CR |
| rodinný CR | víkendový CR | venkovský CR |
| seniorský CR | dlouhodobý CR | agroturistika CR |
| | | horský a vysokohors. CR |
| | | přímořský CR |

| 7. podle ročního období | 8. dle použit. dopr. prostř. | 9. z hlediska dynamiky |
|---------------------------|------------------------------|------------------------|
| sezonní (zimní, letní) CR | motorizovaný CR | pobytový (statický) CR |
| mimosezonní CR | železniční CR | putovní (dynamický) CR |
| celoroční CR | letecký CR | |
| | lodní CR | |

| 10. ze sociologického hlediska |
|--------------------------------|
| návštěvy příbuzných a známých |
| sociální CR |
| komerční CR |
| etnický CR |

Zdroj: Hesková, 2006: 21-22

3.1.4 Trh cestovního ruchu

Trh je obecně místo, kde se střetává nabídka s poptávkou. Trh cestovního ruchu definuje Drobná (2004: 53) jako vzájemné působení nabídky a poptávky po zboží a službách cestovního ruchu.

Orieška (1999: 5) trhem cestovního ruchu rozumí souhrn směnných vztahů mezi subjekty prodávajícími zboží a služby cestovního ruchu a subjekty kupujícími zboží a služby cestovního ruchu.

Trh cestovního ruchu tvoří podle Heskové (2006: 62) podniky cestovního ruchu různých velikostí od globálních společností po malé podnikatelské organizace místního významu. Podle ní se skládá z celé řady společně působících organizací:

- prodejci zájezdů (cestovní agentury) a cestovní kanceláře (touroperátoři),
- dopravní společnosti,
- komerční ubytovací zařízení,
- stravovací zařízení,
- návštěvnické atraktivity,
- zábavní parky.

Z hlediska poptávky (a samozřejmě následně i nabídky) je podle Heskové (2006: 63) trh cestovního ruchu výrazně diferencován. Jeho segmentaci lze provádět podle hlediska demografického, podle motivace a potřeb, podle rozdílné ekonomické situace, podle národnostního složení atd.

Hesková (2006: 63) dále tvrdí, že v odborné literatuře i praxi najdeme celou řadu typologií účastníků cestovního ruchu. Znalost jejich chování a nákupního rozhodování je základem pro úsošné podnikání na trhu cestovního ruchu.

3.1.5 Produkt cestovního ruchu

Podle Heskové (2006: 96) je produktem cestovního ruchu vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a má schopnost uspokojit potřeby návštěvníků a vytvořit tak komplexní soubor zážitků. Jedná se o soubor hlavně služeb, které produkuje a nabízí cílové místo (primární nabídka) a podniky a instituce cestovního ruchu (sekundární nabídka). Z ekonomického hlediska je produkt cestovního ruchu souborem volných statků, služeb, zboží a veřejných statků, které jsou předmětem spotřeby účastníků cestovního ruchu.

Výkladový slovník Páskové (2002: 225) říká, že produkt cestovního ruchu se dá také považovat za souhrn veškeré nabídky soukromého či veřejného subjektu podnikajícího v CR nebo CR koordinujícího. Jedná se o zboží (suvenýry, knižní průvodce, mapy apod.) či služby (ubytování, stravování, doprava, služby průvodců apod.). Produkt CR může dosahovat různé úrovně komplexnosti (obecně však výrazně vyšší než je tomu u většiny ostatních ekonomických odvětví, od poskytnutí či zprostředkování jednotlivé služby (např. dopravy) přes komplex služeb (package, zájezd) až po destinaci jako ucelenou nabídku atraktivit,

služeb a potencionálních zážitků. Z pohledu návštěvníka je produktem CR kompletní zážitek od chvíle, kdy opustil domov, do doby návratu. Při tvorbě produktu CR je nutné vycházet z hodnoty únosné kapacity objektu či území, na kterém má být tento produkt realizován .

3.1.6 Marketing cestovního ruchu

Existují četné definice marketingu cestovního ruchu. Například Krippendorff (Hesková, 2006: 135) ve své práci Marketing cestovního ruchu definuje marketing cestovního ruchu jako „systematickou a koordinovanou orientaci podnikatelské politiky cestovního ruchu, jakož i soukromé a státní politiky cestovního ruchu na místní, regionální, národní a mezinárodní úrovni na co nejlepší uspokojování potřeb určitých skupin zákazníků při dosažení přiměřeného zisku“.

Morrison (Hesková, 2006: 135) vymezuje marketing cestovního ruchu jako „plynulý proces plánování, zkoumání, naplňování, kontroly a vyhodnocování činností potřebných k zajištění jak zákaznických potřeb a požadavků, tak cílů organizace. K dosažení největší účinnosti vyžaduje marketing úsilí každého jednotlivce a jeho účinnost se dále může zvýšit či snížit činností dalších komplementárních organizací“.

Marketingový mix v cestovním ruchu

Marketingový mix v cestovním ruchu zahrnuje produkt, cenu, místo (distribuci) a marketingovou komunikaci.

Produkt

Každá organizace v oboru cestovního ruchu má svůj vlastní produktový mix, tvořící nabídku. Při rozhodování o šířce a hloubce nabízených služeb se využívá poznatků segmentace trhu. Nabídka by měla vycházet z analýzy spotřebitelského chování, klasifikace zákazníků a jeho preferencí, analýzy konkurence, možností firmy atd. Hesková (2006: 141)

Cena

Cena a cenová tvorba je chápána jako finální část marketingového mixu. Cena plní dvě funkce. Jednak je přímým determinantem rentability, jednak působí jako magnet, který zákazníky přitahuje nebo odrazuje. Správně stanovená cena je v cestovním ruchu ta, která v zákazníkovi vyvolává pocit, že za své peníze získává skutečnou hodnotu. Hesková (2006: 142)

Cenou lze působit na psychiku zákazníka. Podle Drobnej (2004: 59) je systém slev v cestovním ruchu velmi dobře propracován a k těm známější patří např. slevy založené na způsobu placení, koupení zájezdu na poslední chvíli, nebo s určitým časovým předstihem, slevy skupinové, rodinné, mimosezonní, věkové, pro stálé zákazníky, slevy typu 14=11 (platíme za 11 dnů a čerpáme služby za 14 dnů).

Místo - distribuce

Podle Drobnej (2004: 62) představuje tato část marketingového mixu volbu způsobu, jak se produkt – zájezd dostane k zákazníkovi.

Marketingová komunikace (promotion)

Drobnej (2004: 59) považuje promotion za souhrn marketingových opatření na podporu prodeje a posílení komunikace se zákazníky.

Komunikační mix je kombinací následujících nástrojů: reklamy, osobního prodeje, podpory prodeje a public relation. Záměrem celého komunikačního mixu je ovlivňovat spotřební chování zákazníka. V cestovním ruchu je efektivním nástrojem komunikačního mixu public relations. Hesková (2006: 143)

3.2. Služby

3.2.1 Vymezení služeb

Služby jsou rozhodující součástí produktu cestovního ruchu. Představují heterogenní soubor užitečných efektů určených na uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. Mají průřezový charakter, tj. produkují je nejen podniky cestovního ruchu, ale i další subjekty soukromého a veřejného sektoru. Hesková (2006: 99)

Teoretici marketingu se pokusili definovat služby z hlediska jejich nehmotné povahy a skutečnosti, že nikdy nevedou ke vzniku vlastnictví čehokoli, ale pouze přinášejí zákazníkům „prospěch“ nebo „uspokojení“. Podle Kotlera (Horner, Swaabrooke, 2003: 37) jsou služby jakákoli činnost nebo prospěch, které jedna strana může nabídnout druhé a které jsou v podstatě nehmotné a nevytvářejí vlastnictví čehokoli. Její produkce se může nebo nemusí vázat k fyzickému produktu.

Ruston a Carson (Horner, Swaabrooke, 2003: 39) uvádějí, že základní rozdíly mezi marketingem zboží a služeb jsou skutečnosti, že zboží se vyrábí, kdežto služby se provádějí.

Teoretici se pokusili vyjasnit definice prohlášením, že služby mají vlastnosti, které je odlišují od výrobků. Nejčastěji udávané vlastnosti jsou: nehmotnost, neoddělitelnost, různorodost, dočasnost, neexistence vlastnictví.

Odlišnostmi mezi marketingem výrobků a služeb se zabývali vědečtí teoretici. Judd (1968) například identifikoval vlastnosti, které odlišují služby od výrobků. Patří mezi ně skutečnosti, že služby nelze skladovat a že distribuční kanály služeb, pokud nějaké existují, jsou krátké.

3.2.2 Charakteristické znaky služeb

Podle Heskové (2006: 100) jsou služby ekonomické statky, které mají převážně nehmotný charakter. Mají určité znaky, kterými se liší od výrobků. Při jejich poskytování vznikají užitečné efekty, které uspokojují potřeby. Všeobecné znaky služeb dle Heskové (2006: 101) jsou následující:

- nemateriálnost,
- vysoká spotřeba živé práce,
- začlenění vnějšího faktoru do procesu poskytování služeb,
- soulad poskytování služeb s jejich spotřebou,
- pomíjitelnost.

Hesková (2006: 101-103) také vymezuje speciální znaky služeb cestovního ruchu. Jedná se o:

- časová a místní vázanost služby na primární nabídku cestovního ruchu,
- komplexnost a komplementarita,
- zastupitelnost,
- mnohooborový charakter,
- zprostředkování,
- dynamika a sezónnost poptávky po službách,
- nevyhnutelnost informací o službách cestovního ruchu a jejich kvalitě.

Ve výkladovém slovníku cestovního ruchu vysvětluje Pásková (2002: 268) služby cestovního ruchu jako služby poskytované turistům, návštěvníkům a cestujícím – ubytovací,

stravovací, dopravní včetně silničního servisu pro motoristy, informační, zprostředkovatelské, směnářské, sportovně-rekreační, zábavní, kulturní, lázeňské aj.

3.2.3 Klasifikace služeb v cestovním ruchu

Služby v cestovním ruchu diferencuje Hesková (2006: 106) na služby cestovního ruchu a ostatní služby. Služby cestovního ruchu jsou výlučně nebo převážně určeny na uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu, ostatní služby jsou určeny převážně místnímu obyvatelstvu s tím, že účastníkům cestovního ruchu je určena část jejich produkce.

Struktura služeb v cestovním ruchu

Tab. č. 3 – Služby cestovního ruchu

| Služby cestovního ruchu | |
|---------------------------|----------------------|
| dodavatelské | zprostředkovatelské |
| informační | informační |
| dopravní | cestovních kanceláří |
| ubytovací | cestovních agentur |
| stravovací | |
| sportovně-rekreační | |
| kulturně-společenské | |
| lázeňské | |
| kongresové | |
| venkovského CR | |
| průvodcovské a asistenční | |
| animační | |

Zdroj: Hesková (2006: 106)

Tab. č. 4 – Ostatní služby

| Ostatní služby | |
|------------------------|------------------------------|
| special. služby pro CR | služby místní infrastruktury |
| informační | informační |
| pojišťovací | obchodní |
| směnářské | komunální |
| pasových orgánů | zdravotnické |
| celních orgánů | policejní |
| | záchranné |
| | poštovní a telekomunikační |

Zdroj: Hesková (2006: 106)

Pásková (2002: 268) rozděluje služby v cestovním ruchu podle vztahu k uspokojování potřeb návštěvníků na základní služby cestovního ruchu a doplňkové služby cestovního ruchu, podle způsobu placení na placené a neplacené služby, podle způsobu zjištění dostupnosti na předem rezervované služby a nerezervované.

Ubytovací služby

Ubytovací služby poskytují podle Heskové (2006: 110) veřejnosti přístupné ubytovací zařízení, která pracují na ziskovém principu (tzv. komerční zařízení) nebo na neziskovém principu (zařízení občanských sdružení, podnikové rekreační zařízení atd.). Budují se obvykle spolu s pohostinskými odbytovými středisky nebo jako samostatné ubytovací zařízení. Kromě toho se využívají i možnosti ubytování v soukromí (chaty, rekreační chalupy, pokoje, prázdninové byty) nebo ubytovací prostředky (stany, autopřívěsy – karavany, obytná auta).

Podle metodické pomůcky (Orieška, 1999: 47-48) „Doporučení upravující základní ukazatele pro kategorizaci hostinských a ubytovacích zařízení“, kterou vydalo Ministerstvo hospodářství ČR se ubytovací zařízení člení na:

- **Hromadná ubytovací zařízení:**

- a) hotely a obdobná zařízení s možností stravování – hotel, hotel garni, motel, hotel, penzion
- b) jiná hromadná ubytovací zařízení – chatová osada, kemp, turistická ubytovna

- **Individuální ubytování** tj. ubytování v soukromí:

- a) ubytování v bytě
- b) ve vlastním objektu účastníka (např. v rodinném domě, rekreační chatě či chalupě)
- c) ubytování u příbuzných, známých nebo přátel.)

Stravovací služby

Stravovací služby zabezpečují uspokojování základních potřeb výživy, přispívají k zotavení a vytvářejí větší fond volného času využitelný na uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu, které jsou cílem účasti na cestovním ruchu. Jde o služby základního stravování, doplňkového stravování a občerstvení, jakož i o společensko-zábavní služby, spojené s hudební produkcí, kulturním programem, případně další služby. Hesková (2006: 111)

Základní rozdělení stravovacích zařízení vyplývá rovněž z již uvedené metodické pomůcky „Doporučení upravující základní ukazatele pro kategorizaci hostinských a ubytovacích zařízení „, Oriška, (1999: 58)

- **Restaurace**

- restaurace
- samoobslužné restaurace (jidelny)
- rychlé občerstvení. Ryby, hranolky
- železniční jídelní vozy a jiná zařízení pro přepravu cestujících

- **Bary**

- bary
- noční kluby
- pivnice
- vinárny
- kavárny, espresa

Dopravní služby

Oriška (1999: 19) rozumí dopravními službami v cestovním ruchu takové služby, které jsou spojené se zabezpečením vlastní přepravy účastníků cestovního ruchu a jejich zavazadel, včetně poskytování informací o dopravním spojení, o rezervování míst v dopravních prostředcích, o prodeji dopravních cenin, o vyřizování reklamací jízdného atd. V závislosti na druhu dopravního prostředku tyto služby poskytují dopravci (dopravní podniky) nebo je obstarávají přímo přepravci, zejména cestovní kanceláře.

Hesková (2006: 109) člení dopravní služby z několika hledisek. Podle druhu dopravy jde o služby železniční, letecké, silniční, vodní a ostatní dopravy, z teritoriálního hlediska se jedná o služby vnitrostátní a mezinárodní dopravy, z hlediska periodicity jde o služby v pravidelné a nepravidelné dopravě. Pod ostatní dopravou rozumíme místní dopravu v cílových místech cestovního ruchu, a to kolejovou (tramvaj) a nekolejovou (trolejbus, autobus).

Informační služby

Informační služby umožňují podle Heskové (2006: 106-107) šíření objektivních poznatků o cílových místech cestovního ruchu, objektech cestovního ruchu a službách, čímž napomáhají a usměrňují rozhodování účastníků cestovního ruchu. Jde o informace o přírodních podmínkách, klimatických podmínkách, obyvatelstvu a způsobu jeho života, všeobecné infrastrukturu a suprastrukturu cestovního ruchu, hlavních dopravních trasách a prostředcích na dosažení cílového místa, výše cestovního, možnostech ubytování a stravování, možnostech sportovně-rekreačního a společensko-kulturního vyžití, výletech, prohlídkách měst, možnostech pojištění, celních, vízových, pasových, devizových a zdravotnických předpisech a mnohé další. Druh, obsah a rozsah informací závisí na tom, zda jde o komplex služeb s bohatým aranžmá (např. zájezd) nebo o jednotlivou službu (např. prodej dopravní ceniny) a také na stupni informovanosti účastníka. Občasný účastník cestovního ruchu vyžaduje obvykle více informací než ten, který se cestovního ruchu zúčastňuje pravidelně. Různorodost služeb několika producentů, existence možnosti výběru a rozhodování z nabídky širokého sortimentu služeb, diferenciací a různorodost cen vede k tomu, že poskytování informací se může změnit až na poradenskou činnost. Účastníci vyžadují informace v místě bydliště, během cestování i v cílovém místě.

Kulturně společenské služby

Kulturně-společenské služby uspokojují společenské a kulturní potřeby účastníků cestovního ruchu. Jejich poskytování je spojené s hlavním motivem kulturního a městského cestovního ruchu. Protože se spojují s poznáváním, zábavou a společenskou komunikací, jsou součástí i jiných druhů cestovního ruchu, např. rekreačního, lázeňského, zdravotního, kongresového. Poptávku po nich do značné míry ovlivňuje délka pobytu v cílovém místě. Proto je důležité, aby objekty, které je poskytují, přizpůsobily svojí provozní dobu poptávce návštěvníků a poskytovaly i další služby (prodej upomínkových předmětů, občerstvení apod.) Hesková (2006: 113-114)

Sportovně-rekreační služby

Hesková (2006: 112-113) zastává názor, že sportovně-rekreační služby jsou z hlediska cíle účasti na cestovním ruchu považovány za jedny z nejvýznamnějších služeb. Umožňují aktivně využívat přírodní a uměle vytvořené podmínky pro rozvoj sportu, rekreace a turistiky. Jejich poskytování a potřeba souvisí se snahou využít volný čas formou aktivního odpočinku včetně určitého stupně fyzické zátěže jako protipól převážně stereotypnímu způsobu života.

Poskytují je sportovně-rekreační zařízení budovaná jako součást ubytovacích zařízení nebo jako součást vybavenosti cílových míst cestovního ruchu. Je možné nabízet je jednotlivě nebo v rámci souboru pobytových služeb.

4. SITUAČNÍ ANALÝZA ZKOUMANÉ OBLASTI

4.1 Vymezení oblasti

Mikroregion Dolní Berounka se rozkládá ve Středočeském kraji, jihozápadně od Prahy na území dvou bývalých okresů Praha – západ a Beroun. Do mikroregionu patří celkem 11 obcí, a to:

- Černošice
- Všenory
- Dobřichovice
- Řevnice
- Zadní Třebáň
- Hlásná Třebáň
- Karlštejn
- Lety
- Karlík
- Tetín

Oblast se vyznačuje vysokou kvalitou životního prostředí, proto se Poberouní stalo oblíbenou a známou rezidenční oblastí. Kromě výborného prostředí k bydlení má tato oblast také vysoký rekreační potenciál a díky dostupné vzdálenosti z Prahy se stala součástí jejího rekreačního zázemí.

4.2 Přírodní podmínky, poloha

Mikroregion Dolní Berounka se nachází v klidném a příjemném prostředí nedaleko Prahy. Osu této oblasti tvoří řeka Berounka. Zdejší příroda je velice bohatá a rozmanitá. Mezi místa dokládající tuto bohatost a rozmanitost patří na pravém břehu Berounky pásma brdských lesů, v těsné blízkosti našich obcí nalezneme CHKO Český kras a přírodní rezervace Karlické údolí, Koda, Tetínské skály a dalšími přírodními zajímavostmi. Český kras zaujme svou mnohotvárností až divokostí snad každého alespoň trochu romantického návštěvníka. Převážnou část geologické stavby tvoří vápencový podklad, který je rozryt krasovými kaňony a roklemi, je provrtán mnoha jeskyněmi a na svém temeni nese porosty dubových hájů s neobvyklou bohatostí bylinného patra. Součástí Českého krasu jsou i Srbské skály, které jsou hojně vyhledávány horolezci.

První z obcí na dolním toku řeky Berounky jsou **Černošice**. Leží v romantickém údolí Berounky na samém jihozápadním okraji Prahy. Mají velmi členitý terén, který na mnoha místech zasahuje do chráněné krajinné oblasti Český Kras. Tato výjimečná poloha předurčila Černošice k vilovému residenčnímu bydlení. Černošice jsou spíše zahradním městečkem než typickým městem s městskou zástavbou.

Na Černošice navazují **Všenory**, které se rozkládají zčásti na svazích úzkého údolí Všenorského potoka a zčásti v nivě a na terasách Berounky. Jako v okolních obcích je zde velké množství lesů a rozmanitý terén. V jejich blízkosti se nachází Černolické skály.

Půjdeme-li dále proto proudu Berounky, narazíme na **Dobřichovice**. Ty se rozkládají na obou březích Berounky. Jsou východištěm výletních cest do Českého krasu a do lesů táhnoucích se po Hřebenech, které dále pokračují do Brd.

V těsné blízkosti Dobřichovic se nachází obec **Lety**. Je zde nově rekonstruované vesnické jádro se selskými statky. Vzhledem ke své poloze je zde také možnost turistických vycházek kolem Berounky, do Českého krasu i protilehlých Hřebenů.

Maličká obec **Karlík** je východiskem pro atraktivní turistické výlety v romantickém krasovém Kralickém údolí, které bylo vytvořeno Karlickým potokem ve vápencové hornině. Údolí najdeme mezi obcemi Mořinka a Vonoklasy, které však do mikroregionu Dolní Berounka již nepatří.

Řevnice leží na okraji Českého krasu, současně ale umožňují pohodlný vstup do brdských Hřebenů. Z tohoto důvodu jsou také nazývány branou Brd. Řevnice mají charakter zahradního města s krásným okolím, proto jsou stejně jako ostatní obce využívány nejen k bydlení, ale z velké části i k rekreaci.

Další obcí na řece Berounce je **Zadní Třebáň**. Rozkládá se v malebném údolí řeky Berounky, na jejím pravém břehu na samém okraji Berounského okresu. Patří ještě do rozsáhlého rekreačního území Českého krasu.

Naopak na levém břehu Berounky se nachází **Hlásná Třebáň**. Stejně jako Třebáň Zadní leží na okraji chráněné krajinné oblasti Český kras. Bývalé pastviny třebáňské stráně jsou dodnes místem, kde se vyskytují druhy nápadných a jinde vzácných rostlin.

Obec **Srbsko** se rozkládá na obou březích řeky Berounky v kotlině, kterou tvoří vápencové skály. Asi 1 km nad Srbskem se do řeky vlévá potok Kačák. Přímo v obci se do Berounky vlévá Bubovický potok, který tvoří na úpatí vrchu Doutnáče krásné vodopády. Z druhé strany se do řeky vlévá Kodský potok, který protéká divokou roklí, kde se nachází trampská osada Údolí děsu a dále potok v Císařské roklí, který zde vytváří nádherná travertinová jezírka.

Městys **Karlštejn** se nachází na březích řeky Berounky v centru Českého krasu. Národní přírodní rezervace Karlštejn je zpřístupněna sítí turistických tras a zvláštní naučnou stezkou.

Východiskem turistických tras do Českého krasu je také obec **Tetín**, v jejíž blízkosti se nachází přírodní rezervace Tetínské skály, kde najdeme asi 30 jeskyní.

4.3 Historie

Historie dobrovolného svazku obcí Dolní Berounka začíná v roce 1999, kdy obce podepsaly zakladatelskou smlouvu a tím spojily své síly za účelem lepší spolupráce zejména při ochraně životního prostředí, rozvoji cestovního ruchu, infrastruktury, dopravních systémů a pořádání společných a kulturních akcí. Území této oblasti však bylo osídleno již v pravěku, jak dokládají mnohé nálezy z nejrůznějších kultur, počínaje starší dobou kamennou. Podle prvních písemných zmínek jsou nejstarší obě Třebáně, které v roce 2000 slavily 1000 let trvání, následují Mokropsy a Lety s první zmínkou v roce 1088.

Třebáň je poprvé zmiňována v roce 1000, kdy byla věnována knížetem Boleslavem III. Ostrovskému benediktinskému klášteru. Ve 14. století ves koupil Karel IV. a připojil ji k hradu Karlštejn. V 15. století je část obce blíže hradu nazývána Přední, část vzdálenější, za řekou, jako Zadní. Nedlouho poté byla Přední Třebáň přejmenována na **Hlásnou Třebáň**, a to podle robotní povinnosti mužů obce vykonávat strážní a hlásnou službu na hradbách Karlštejna. Poddaní ze **Zadní Třebáně** zase měli za povinnost poskytovat potahy a zásobovat hrad dřevem. Typickou obživou byl rybolov a košíkářství. Ještě koncem 19. století byly obě Třebáně malými, převážně zemědělskými vesnicemi s několika usedlostmi postavenými ve slohu selského baroka. Od začátku 20. století se začaly rozrůstat a později začaly být vyhledávány k rekreačním účelům.

Obec **Lety** patří k sídlům velice starým. Z písemností z roku 1088 je zřejmé, že byla obročím vyšehradského chrámu sv. Petra a Pavla. Později patřila klášteru sv. Jiří na Pražském hradě. Počátkem 14. století daroval král Václav Lety klášteru zbraslavskému. Majitelé se střídali až do zrušení nevolnictví. Rok 1849 byl rokem zřízení obce Lety s vlastní samosprávou. Mezi světovými válkami se stala obec vyhledávanou rekreační oblastí, v té době zde začala vyrůstat kolonie rekreačních chat. Od svých počátků až do konce 18. století tvořily obec převážně zemědělské usedlosti, teprve na přelomu 18. a 19. století se rozrostla

o nové domy.

Černošice, dnes největší obec mikroregionu, daroval v roce 999 kníže Boleslav II. Ostrovskému klášteru. Nejstarší písemná zmínka o Černošicích pochází z roku 1115, kdy byly majetkem kláštera v Kladrubech. Černošice postupně měnily majitele. Až na počátku 14. století se setkáváme s rozlišováním na Malé a Velké Černošice, a až v roce 1350 se objevují poprvé Horní a Dolní Černošice. Černošice byly ještě v 19. století malou vsí. Na konci 19. a na začátku 20. století se staly Černošice díky železničnímu spojení oblíbeným letoviskem Pražanů a začala se zde rozmáhat rezidentní vilová zástavba. Dnes město Černošice tvoří několik historických obcí a osad – Horní Černošice, Dolní Mokropsy a Vráž.

První historicky doložená zmínka o bývalých Horních Mokropsech (dnes součástí Všenor) pochází z roku 1088, zatímco první zmínka o původních **Všenorech** je z roku 1205. Původně se jednalo o dvě samostatné obce, z nichž jedna patřila v 15. století Oldřichu Medku z Valdeka, zatímco druhá patřila v polovině 14. století Janu Klukovi ze Všenor. V té době se zde rýžovalo zlato. Všenorským údolím vedla tzv. Zlatá stezka, po níž putovali kupci od Jadranu k Baltu. V polovině 19. století byla podle starodávné cesty vybudována železniční trať. Na rozdíl od bývalých Horních Mokropes, kde obyvatelé živilo převážně zemědělství a košíkářství, nebyly staré Všenory ani v minulosti typickou vsí. Byl to velkostatek se vším, co k němu patřilo, včetně pivovaru, mlýna atd. Od sedmdesátých let 19. století zažily Všenory nebývalý stavební a společenský rozkvět. Tvář Všenor se zcela změnila a stalo se z nich rekreační centrum tehdejší pražské duchovní i politické smetánky.

Na Všenory navazují Dobřichovice. První písemná zmínka o **Dobřichovicích** pochází z roku 1253, kdy český král Václav I. potvrdil jejich darování Řádu Křižovníků, kterým patřily po celou dobu své historie. První osídlení je však daleko starší a první osada stála v místech dnešního Karlíka. Usadil se zde rod Dobřichův, po kterém byla osada nazvána. Sídlo Dobřichovo náleželo pod moc českých králů a knížat až do poloviny 13. století, kdy se vrchností stali pražští Křižovníci. Během husitských válek vystřídala obec několik majitelů, až se nakonec vrátila opět do vlastnictví Křižovníků. V 19. století byl zahájen provoz na železnici Praha – Plzeň a obec se tím velmi přiblížila Praze. V roce 1876 jsou Dobřichovice povýšeny na městys a od 80. let začíná velký rozvoj obce. Zámožní Pražané si zde stavějí vily, obvykle ale pouze letní sídla.

Až do roku 1993 byl součástí Dobřichovic i **Karlík**, nejmenší obec mikroregionu. Po několika staletí byl Karlík součástí Dobřichovic a rozvíjel se v jejich rámci. Jen malý počet obyvatel se zabýval zemědělstvím nebo pracoval v místních lomech. Po druhé světové válce se stává Karlík významnou rekreační oblastí a v něm i jeho okolí vyrůstá řada rekreačních domů a především chat a chatových osad, jejichž hlavním centrem je Karlické údolí. Velkou hybnou kulturní a společenskou silou zde byl v 19. století Sbor dobrovolných hasičů, kteří byly později základem hnutí za vytvoření samostatné obce Karlíku, což se po petiční akci v roce 1991 podařilo.

Řevnice byly v historii významným kulturním a společenským centrem. Kdy a kým byly založeny však není přesně známo. Osídlení pro blízkost řeky a možnost rybolovu zde jistě bylo od nepaměti, první písemná zmínka o Řevnicích však pochází až z 12. století, kdy tato ves patřila klášteru jeptišek svatojiřských. Ve 13. století byly již Řevnice považovány za městečko. Koncem 19. století začala obec používat označení městys a v roce 1968 byly Řevnice povýšeny na město. Již v 19. století se díky vybudování železnice staly vyhledávaným letoviskem Pražanů.

Karlštejn je určitě nejznámější obcí mikroregionu. Navštíví jej ročně kolem 300 tisíc návštěvníků z celého světa, kteří se kochají krásou hradu i okolí. Obec pod tímto jménem vznikla v roce 1952 administrativním spojením obcí Budňany a Poučníc. Založení obce je spojeno se stavbou hradu Karlštejn, který dal vybudovat Karel IV. Základní kámen ke stavbě hradu byl položen v roce 1348 a stavba byla dokončena v roce 1355 jako pevnost, v níž měly být uloženy korunovační klenoty „svaté říše římské“.

Novým členem svazku se stal **Tetín**, historicky velmi významná obec, ke které se váží události z počátků české státnosti. Tetín je také považován za jedno z míst pobytu prvních křesťanů v Čechách (žila zde a v roce 921 zde byla zavražděna první křesťanská kněžna Ludmila (později svatořečená), té je také zasvěcen jeden ze tří tetínských kostelů). S Tetínem a prvním tetínským hradem je také spojována pohanská kněžna Tetka, druhorozená Krokova dcera.

První písemnou zmínka o **Srbsku** se objevila až roku 1428 v účtech hradu Karlštejna. Dřívější osídlení není ničím podloženo, pouze je opředeno několika pověstmi a domněnkami. V 17. století zde po několik generací žil písmácký rod Janoušků. Tehdy zde žilo šest sedláků a dva chalupníci. Obyvatelé Srbska se kromě zemědělství věnovali také obchodu s dřívím

a dřevěným uhlím, jež plavili po řece. Srbsko však především sloužilo jako významný přechod řeky, často se tudy brodila vojska. V dnešní době patří také k oblíbené rekreační oblasti.

4.4 Obyvatelstvo

V Dolním Poberouní žije v 11 obcích téměř 17 000 stálých obyvatel, přičemž nejvíce jich je v Černošicích, Dobřichovicích a Řevnicích. Obyvatel většiny obcí a měst v Dolním Poberouní za posledních let výrazně přibýlo, opačný trend však zaznamenaly Řevnice a Karlštejn. Lidé se stále častěji přesouvají z centra Prahy do jejích okrajových částí a někteří také do obcí po okolí. Nejvýrazněji v Dolním Poberouní roste počet obyvatel Letů, Dobřichovic a Černošic, tedy míst, kde se v současnosti hojně staví a kde mají investoři v plánu vybudovat další domy. Lidé se také často stěhují do rekreačních objektů, které rekolaudují na rodinné domy.

Tabulka č. 5 - Počet obyvatel v Dolním Poberouní

| obec | Počet obyvatel |
|---------------|----------------|
| Černošice | 5000 |
| Dobřichovice | 3030 |
| Hlásná Třebáň | 551 |
| Karlík | 310 |
| Karlštejn | 760 |
| Lety | 950 |
| Řevnice | 2925 |
| Srbsko | 470 |
| Tetín | 781 |
| Všenory | 1437 |
| Zadní Třebáň | 621 |
| celkem | 16 835 |

Zdroj: Vlastní šetření

4.5 Občanská vybavenost

4.5.1 Školská zařízení

Mateřské školy

Na území mikroregionu se nachází celkem 9 mateřských škol, z toho 3 jsou v Černošicích. Vzhledem k tomu, že se v této oblasti rodí čím dál více dětí a mnoho lidí se do regionu stěhuje, dochází k tomu, že kapacity školek obzvláště v některých obcích nestačí.

Základní školy

Základních škol je zde 7, ale ne všechny mají všech 9 ročníků. Například ZŠ Srbsko má jen první tři ročníky, nebo ZŠ Karlštejn pět ročníků. Základní škola v Tetíně funguje jako neúplná ZŠ s jednou třídou s pěti postupnými ročníky.

Základní umělecké školy

V Dolním Poberouní existují tři základní umělecké školy a to v Dobřichovicích, Řevnicích a v Černošicích. ZUŠ Černošice má také svoji pobočku ve Všenorech.

4.5.2 Kulturní zařízení

V oblasti se nachází následující kulturní zařízení:

- Lesní divadlo v Řevnicích,
- Kino Řevnice,
- Clubkino Černošice,
- Muzeum voskových figurín (Karlštejn),
- Muzeum betlémů (Karlštejn),
- Pevnostní muzeum (Karlštejn)
- Dům hodin (Karlštejn),
- Tetínké muzeum (Tetín),
- Sál dr. Fursta na zámku Dobřichovice,
- Kulturní dům Zadní Třebáň,
- Kulturní dům Tetín,
- Kulturní dům Srbsko.

4.5.3 Sportovní zařízení

Na území mikroregionu nalezneme několik sportovních zařízení. Zmínit můžeme:

- Olympia Wellness Všenory,
- Golf Resort Karlštejn,
- Zimní stadion Černošice,
- Skate park Černošice,
- Tenisová hala Lety,
- Tenisové kurty Černošice,
- Sportovní areál Mokropsy,
- Sportovní kluby Karlštejn,
- Sokol Tetín,
- Sokol Dobřichovice,
- Sokol Lety,
- Sokol Hlásná Třebáň,
- Sokol Černošice,
- Fotbalová hřiště.

4.5.4 Zdravotnická a sociální zařízení

Zdravotní střediska

V mikroregionu se nacházejí 4 zdravotní střediska:

- Zdravotní středisko Všenory,
- Zdravotní středisko Dobřichovice,
- Zdravotní středisko Řevnice,
- Zdravotní středisko Karlštejn.

Kromě výše uvedených zdravotních středisek má v oblasti své ordinace několik obvodních lékařů i specialistů.

Zařízení sociální péče

Kromě zdravotních středisek a ordinací lékařů zde existuje několik zařízení se zaměřením na sociální péči. V Černošicích se nachází Dům s pečovatelskou službou a v Řevnicích Pečovatelská služba, která na základě objednávky dochází ke klientům domů.

4.6 Ekonomická aktivita obyvatelstva, nezaměstnanost

Důležitým údajem o oblasti je ekonomická aktivita obyvatelstva. Následující údaje byly čerpány z Českého statistického úřadu ze Sčítání lidu z roku 2001. Proto je nutné brát v úvahu, že ne všechna čísla jsou stoprocentně aktuální.

4.6.1 Obyvatelstvo podle ekonomické aktivity

V mikroregionu bylo k roku 2001 celkem 14 984 obyvatel, přičemž ekonomicky aktivních byla více než polovina. Procentuálně má nejvíce ekonomicky aktivních občanů Karlštejn (54,2%), v těsné návaznosti za ním jsou Hlásná Třebáň (53,4%) a Dobřichovice (53%). Kromě Řevnic (48,8%) a Tetína (49,4%) mají všechny obce přes 50% ekonomicky aktivních obyvatel.

Z tabulky vyplývá, že celková nezaměstnanost v mikroregionu Dolní Berounka je 4,28%. Nejlépe jsou na tom Dobřichovice (3,4%) a Řevnice (3,5%) a nejhůře Tetín, který má 6,9% nezaměstnanost.

Tabulka č. 6 - Obyvatelstvo podle ekonomické aktivity

| obec | Obyv. celk. | EA | Zam. | Nezam. | EN | ND | S |
|---------------|---------------|--------------|--------------|------------|--------------|--------------|--------------|
| Černošice | 4631 | 2334 | 2240 | 94 | 2242 | 1007 | 788 |
| Všenory | 1405 | 703 | 671 | 32 | 691 | 340 | 210 |
| Dobřichovice | 2777 | 1474 | 1424 | 50 | 1263 | 485 | 504 |
| Řevnice | 2956 | 1443 | 1392 | 51 | 1425 | 719 | 430 |
| Karlík | 274 | 140 | 132 | 8 | 130 | 48 | 45 |
| Zadní Třebáň | 549 | 289 | 276 | 13 | 249 | 128 | 79 |
| Hlásná Třebáň | 483 | 258 | 242 | 16 | 223 | 125 | 52 |
| Srbsko | 460 | 236 | 220 | 16 | 218 | 103 | 72 |
| Karlštejn | 745 | 404 | 381 | 23 | 338 | 170 | 118 |
| Tetín | 704 | 348 | 324 | 24 | 350 | 181 | 118 |
| celkem | 14 984 | 7 629 | 7 302 | 327 | 7 129 | 3 306 | 2 416 |

Zdroj: Český statistický úřad

Vysvětlivky:

Obyv. celk. = obyvatelstvo celkem

EA = ekonomicky aktivní obyvatelstvo celkem

EN = ekonomicky neaktivní obyvatelstvo celkem

Zam. = zaměstnaní

Nezam. = nezaměstnaní

ND = nepracující důchodci

S = studenti, učni, žáci

4.6.2 Ekonomicky aktivní podle odvětví

Jak vyplývá z níže uvedené tabulky, z celkových 7629 ekonomicky aktivních obyvatel je nejvíce pracujících v průmyslu (17%). Zhruba o třetinu méně lidí pracuje v odvětví obchodu (11,9%), do kterého jsou zařazeny také opravy motorových vozidel. Na třetím místě je stavebnictví (11,2%). Nejméně obyvatel pracuje v prvním sektoru, tzn. zemědělství, lesnictví a rybolov, a to pouze 2%.

Tab. č. 7 - Ekonomicky aktivní podle odvětví

| Obec | EA | Z,L,R | Prům. | Stav. | Ob.,OMV | D,P,T | VS, O, SZ | Š, Z, VSČ |
|---------------|-------------|------------|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Černošice | 2334 | 30 | 344 | 235 | 265 | 162 | 193 | 284 |
| Všenory | 703 | 11 | 112 | 83 | 93 | 67 | 49 | 70 |
| Dobřichovice | 1474 | 36 | 208 | 180 | 183 | 118 | 109 | 193 |
| Řevnice | 1443 | 17 | 270 | 159 | 186 | 133 | 92 | 158 |
| Karlík | 140 | 1 | 18 | 27 | 18 | 9 | 9 | 11 |
| Zadní Třebáň | 289 | 4 | 68 | 31 | 26 | 30 | 27 | 17 |
| Hlásná Třebáň | 258 | 19 | 42 | 25 | 30 | 28 | 16 | 15 |
| Srbsko | 236 | 8 | 54 | 34 | 25 | 13 | 16 | 12 |
| Karlštejn | 404 | 14 | 86 | 40 | 49 | 56 | 19 | 20 |
| Tetín | 348 | 13 | 102 | 43 | 33 | 50 | 27 | 18 |
| celkem | 7629 | 153 | 1304 | 857 | 908 | 666 | 557 | 798 |

Zdroj: Český statistický úřad

Vysvětlivky:

EA = ekonomicky aktivní celkem

Z, L, R = zemědělství, lesnictví, rybolov

Prům. = průmysl

Stav. = stavebnictví

Ob., OMV = obchod, opravy motorových vozidel

D, P, T = doprava, pošty a telekomunikace

VS, O, SZ = veřejná správa, obrana, sociální zabezpečení

Š, Z, VSČ = školství, zdravotní, veterinární a sociální. Činnost

5. ANALÝZA ZÁKLADNÍCH SLUŽEB CESTOVNÍHO RUCHU

5.1 Ubytovací služby

Mikroregion Dolní Berounka nabízí širokou možnost ubytovacích služeb. Jedná se především o ubytování nižších kategorií – kempy, rekreační chaty, ubytování v soukromí, penziony, ale návštěvníci si mohou vybrat i z několika vícehvězdičkových hotelů.

Nejvíce ubytovacích zařízení (penziony, hotely) se nachází v obci Karlštejn. Tato obec je navštěvována nejen českými, ale i zahraničními turisty. Nejvíce je zde penzionů, následují menší hotely. Ostatní obce mají méně ubytovacích kapacit, je zde ale velké množství soukromých rekreačních chat.

5.1.1 Hotely

V mikroregionu se nachází kolem 15 hotelů, a to od jednohvězdičkových až po čtyřhvězdičkové. Převážná většina hotelů má však 2 až 3 hvězdičky. Lůžková kapacita nebyla možná u všech hotelů zjistit, ale dle dostupných informací má největší kapacitu Hotel Elma na Karlštejně, s celkovou lůžkovou kapacitou 50 lůžek a hotel Karlík v obci Karlík, taktéž s 50 lůžky. Na internetu jsou dostupné odkazy na následující hotely:

Hotel Koruna (Karlštejn)

Hotel Hájovna u Dubu (Karlštejn)

Romantický hotel Mlýn**** (Karlštejn) - 44 lůžek

Hotel Elma*** (Karlštejn) – 50 lůžek

Hotel U Berounky (Karlštejn) – 17 lůžek

Hotel U Nádraží (Karlštejn)

Hotel Grand*** (Řevnice) – 45 lůžek

Hotel Lidový dům (Řevnice)

Hotel Pod vinicí (Dobřichovice)

Hotel Zdenka (Všenory)

Hotel Karlík (Karlík) – 50 lůžek

Hotel Slánka** (Černošice)

Hotel Kazín* (Černošice)

5.1.2 Pensiony

V Dolním Poberouní se nalézají přibližně stejný počet pensionů jako hotelů. Jedná se především o menší rodinné pensiony s nižší lůžkovou kapacitou, avšak s kvalitním vybavením a službami. Vyberou si jak zahraniční hosté, tak účastníci domácího cestovního ruchu. Jedná se o následující pensiony:

- Pension Pod dračí skálou (Karlštejn) – 7 lůžek
- Pension Bellevue (Karlštejn) – 4 lůžka
- Pension Karlštejn (Karlštejn) – 24 lůžek
- Pension Vinice*** (Karlštejn) – 13 lůžek
- Pension Slon (Karlštejn)
- Pension U Královny Dagmar*** (Karlštejn) – 23 lůžek
- Pension U Adama (Karlštejn)
- Pension U Janů (Karlštejn)
- Pension U Nádraží (Karlštejn)
- Pension U Kapličky** (Karlštejn) – 13 lůžek
- Pension U Tuláka (Dobřichovice) – 13 lůžek
- Pension Pod Ořechem (Dobřichovice)
- Pension Keller** (Černošice)
- Pension Hubert (Hlásná Třebáň)
- Pension Steakhouse Řevnice (Řevnice)
- Pension Rudolfa II. (Hlásná Třebáň)

5.1.3 Turistické ubytovny

Na zkoumaném území se podle informací z webových stránek nacházejí tři turistické ubytovny. Jedná se o ubytovny turistického typu v Černošicích, na Karlštejně a v Dobřichovicích. Všechny nabízejí jednoduše vybavené vícelůžkové pokoje, většinou se společným sociálním zařízením na patře.

- Levná ubytovna TJ Karlštejn (Karlštejn)
- Ubytovna TJ Sokol Dobřichovice (Dobřichovice)
- Ubytovna Zimní stadion (Černošice) – 40 lůžek

5.1.4 Kempy

Pro turisty, kteří preferují pobyt přímo v přírodě a nevadí jim jednoduché ubytování, jsou v mikroregionu k dispozici 4 autokempy, nacházejících se v blízkosti řeky Berounky. Kempy jsou vhodné pro ubytování vodáků.

Autokemp Karlštejn (Karlštejn)

Autokemp Dobřichovice (Dobřichovice)

Autocamp Zadní Třebáň (Zadní Třebáň)

Autocamp Řevnice (Řevnice)

5.1.5 Ubytování v soukromí

V Dolním Poberouní je velké množství rekreačních chat. Mnoho z nich patří obyvatelům hlavního města, kteří se jezdí do Dolního Poberouní rekreovat. Některé z nich jsou také pronajímány turistům. Ubytování v soukromí je ale také poskytováno v rodinných domech, kde majitelé pronajímají jeden a více pokojů.

5.2 Stravovací služby

Stravovací služby zabezpečují podle Heskové (2006: 111) uspokojování základních potřeb výživy a přispívají k zotavení. Kromě toho vytvářejí větší fond volného času využitelný na uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu, které jsou cílem účasti na cestovním ruchu.

Na území mikroregionu se podle dostupných informací nachází kolem 60 stravovacích zařízení. Největší koncentrace zařízení poskytujících stravovací služby se nalézá ve větších městech (Černošice, Dobřichovice, Řevnice) a na Karlštejně, který je centrem cestovního ruchu v tomto regionu. Převládají zde klasické restaurace, výjimkou nejsou ani pizzerie, vinárny, cukrárny, kavárny či steakhousy. Je zde však malý počet barů a podobných zařízení, které mají kromě stravovacích služeb i společensko-zábavní funkci.

Seznam restaurací a ostatních stravovacích zařízení, které bylo možné najít na internetu, obsahují tab.č. 8 a tab. č. 9 v příloze č. 1.

5.3 Dopravní služby

5.3.1 Železniční doprava

Většina obcí mikroregionu leží na železniční trati Praha – Beroun. Jedná se o obce Černošice, Všenory, Dobřichovice, Řevnice, Zadní Třebáň, Karlštejn a Srbsko. Některé soupravy končí v Řevnicích, některé až v Berouně. Vlaky jezdí přes den 1 – 2x do hodiny. Ostatní obce jsou dostupné příměstskými autobusy z Prahy či jednotlivých obcí mikroregionu.

Železniční trať Praha – Beroun

Trať číslo 171 z Prahy do Berouna existuje od roku 1862 a patří mezi celostátní hlavní tratě. Má délku 43 km a je dvoukolejná s pravostranným provozem. Na trati leží 9 železničních stanic a 5 zastávek. Mezi tratěmi vycházejícími z Prahy je co do počtu cestujících v zastávkových vlacích trať 171 na druhém místě v pracovní dny, o víkendech pak na nejvyšší příčce. Označena je jako linka S7 pražské příměstské železnice.

5.3.2 Autobusová doprava

Obce Dolního Poberouní jsou také dostupné příměstskými autobusovými linkami. Nejvíce spojují jezdí do Černošic a Dobřichovic. Přehled všech autobusových linek se nachází v příloze č. 2.

5.4 Informační služby

V mikroregionu Dolní Berounka se vyskytuje jedno informační centrum. Nachází se v obci Karlštejn, otevřeno je denně od 8.00 do 16.30 hodin. Informační centrum poskytuje turistické informace o Karlštejnsku a mikroregionu Dolní Berounka. Dále poskytuje následující služby:

- zprostředkování a rezervace ubytování,
- rezervace a prodej vstupenek na hrad Karlštejn,
- prodej vstupenek ze sítě Ticketpro,
- směnárenské a průvodcovské služby,
- kulturní přehled akcí na Karlštejnsku a v mikroregionu,
- zajištění taxi – Karlštejnsko, Praha a okolí,
- kopírování,

- faxování,
- internet.

V areálu infocentra se nachází Penzion Vinice, kavárna se zahrádkou a bankomat. Je zde také prodejna upomínkových předmětů a suvenýrů, kde mohou návštěvníci zakoupit zejména:

- suvenýry (keramika, magnety, turistické obrázky, štítky na hole, klíčenky...),
- mapy (automapy, turistické mapy, cyklomapy, vodácké mapy, mapy kempů, památek atd...),
- pohlednice (normální, dřevěné),
- knihy (Karlštejn, Praha, Česká republika, okolí Karlštejna),
- turistické známky (Karlštejn, Areál Cs. Opevnění Karlštejn, CHKO Český kras, Česká Amerika, Mořina, Hrad Karlík).

5.5 Kulturně-společenské služby

Kulturně-společenské služby jsou důležité nejen pro místní obyvatele, ale také pro návštěvníky. Nejvíce kulturních zařízení v mikroregionu se nachází ve třech největších obcích – v Černošicích, Dobřichovicích a Řevnicích.

5.5.1 Divadlo

Jediné divadlo nacházející se v mikroregionu Dolní Berounka najdeme v Řevnicích. Jedná se o **Lesní divadlo**, které je ve středních Čechách ojedinělé. V současnosti jde domovskou scénou Řevnického divadelního souboru. Hrají se zde divadelní hry, ale konají se zde i hudební festivaly, koncerty, umělecká vystoupení. V areálu divadla je zastřešené jeviště s prkenným pódiem, hlediště, klubovna s technickým zázemím pro osvětlení a šatny. Dále se zde nachází toalety a během představení je otevřen i bufet, kde se diváci mohou občerstvit. Pro svou nenapodobitelnou atmosféru a klidné lesní prostředí je divadlo každé léto vyhledáváno mnoha diváky.

5.5.2 Kino

V mikroregionu se nacházejí dvě kina. Jedno v Řevnicích a druhé v Černošicích. **Kino Řevnice** bylo vždy považováno za jedno z nejlepších na Praze – západ. Návštěvníci zde mohou shlédnout filmové novinky, archivní snímky i filmy z filmového klubu.

Clubkino Černošice není tradiční kino. Jedná se o multifunkční prostor vytvoření nejenom k promítání filmů. Objekt byl zrekonstruován z bývalého kina v místní sokolovně. Interiér je koncipován jako malé náměstí s kapacitou cca 130 lidí. Hlavní náplní klubu je denní provoz restaurace obohacený o živá koncertní vystoupení, kino (koncipované jako kinokavárna), divadlo, velkoplošnou projekci. Je zde možnost pořádat různá školení, prezentace, semináře.

5.5.3 Ostatní kulturní zařízení

Téměř ve všech obcích mikroregionu se nacházejí místní kulturní střediska, kulturní domy, společenské sály, nebo jiná kulturní zařízení, kde se pořádají různorodé kulturní akce od tanečních zábav, plesů, přes koncerty, divadelní představení, výstavy atd.

5.5.4 Kulturní akce

V každé obci se pořádají různorodé kulturní akce. Jedná se jednak o tradiční každoročně se opakující akce, ale také o jednorázové kulturní akce a pořady. Mezi tradiční akce konající se každý rok patří především karnevaly pro děti, reprezentační plesy, hudební festivaly, poutě. Tradici má i masopust, který probíhá během únorových víkendů skoro v každé obci Dolního Poberouní. V Černošicích se každoročně pořádají Vánoční trhy, v Dobřichovicích Historický jarmark či Vinařské slavnosti. Známa je i černošická Mariánská pouť, která je navštěvována návštěvníky z širokého okolí.

Jednotlivé vesnice se snaží obnovovat a udržovat staré tradice a přilákat tím ke kulturnímu vyžití nejenom rezidenty, ale i obyvatele z přilehlých regionů a turisty.

V poslední době se zde také objevuje móda pořádání hudebních festivalů. Za zmínku stojí například Bigbítové dunění v Černošicích, Blues v lese v Řevnicích, Řev v Řevnicích nebo festival Cesty, konající se každoročně také v Řevnicích nebo RockCafeFest v Dobřichovicích. V Černošicích se každoročně pořádá hudební soutěž rockových kapel Šiba Music chance.

5.5.5 Kulturní památky

Muzea

Při návštěvě Dolního Poberouní může návštěvník navštívit hned několik muzeí. Ty nejvýznamnější se nachází v obci Karlštejn a jedná se o Muzeum voskových figurín,

Muzeum betlémů, Dům hodin a Pevnostní muzeum. V obci Tetín se nachází Tetínské muzeum.

Muzeum voskových figurín (Wax museum)

Muzeum se nachází přímo pod hradem Karlštejn. Jsou zde vystaveny slavné postavy českých dějin v jejich dobových prostředcích. Spatříte zde například Karla IV., středověké řemeslníky, výjevy z doby husitské, doby Rudolfa II., doby napoleonské, Marie Terezie, Františka Josefa I., české obrozence a v neposlední řadě také osobnosti z moderních československých a českých dějin.

Muzeum betlémů

Jedná se o soukromou sbírku asi 50 starých českých betlémů, která je umístěná v interiérech bývalé karlštejnské fary. Největší je pohyblivý Královský betlém z dílen předních současných výtvarníků, v němž se přichází Ježíškovi poklonit kromě tří králů také 9 nejslavnějších českých panovníků od svatého Václava přes Karla IV. až po T. G. Masaryka s legionáři.

Dům hodin

V Domě hodin se nachází stálá expozice historických hodin, hodinek a časoměrných strojů. Kolekce čítá přes 650 exponátů a představuje hodiny ze všech koutů světa. Zachycuje vývoj hodinářského umění od 16.století až do novověku, od renesance po secesi.

Pevnostní muzeum

Zatím jediný objekt Malého pevnostního muzea se nachází v Karlštejně, v těsné blízkosti Informačního centra. Jde o lehký objekt vz. 37 (tzv.řopík) typu D2 s atypickou přístupovou chodbou, jenž byl součástí opevněného předmostí Prahy, linie nazývané Pražská čára.

Tetínské muzeum

Tetínské muzeum nabízí sbírku exponátů, která souvisí s historií Tetína. Můžeme zde vidět archeologické vykopávky, historické náradí a další. Každou celou hodinu vás uvítá zvonkohra hrající píseň „Nad Berouňkou pod Tetínem“.

Zámek Dobřichovice

Zámek Dobřichovice byl postaven v roce 1505 velmistrem Křižovníků Hynkem z Dubé. V roce 1639 byl vypálen Švédy, o pár let byl znovu vystavěn a přistavěna byla také kaple sv. Judy Tadeáše. Na konci 70. let 18. století znovu vyhořel, opět vystavěn byl až pozdně barokně. Po roce 1990 byl postupně rekonstruován. V současné době se využívá Sál Dr. Fursta k pořádání kulturních akcí.

Hrad Karlštejn

Historie

Hrad Karlštejn je jeden z nejvýznamnějších českých hradů a je památkově chráněn jako národní kulturní památka. Byl založen v roce 1348 římským císařem a českým králem Karlem IV. Byl vybudován jako místo pro uložení královských pokladů, především sbírek svatých relikvií a říšských korunovačních klenotů. V polovině 14. století již Karel IV. pobýval na hradě a dohlížel na jeho dostavbu a výzdobu interiérů. Stavebně byl hrad dokončen v roce 1365, kdy byla vysvěcena kaple sv. Kříže ve Velké věži. Na počátku husitských válek zde Václav IV. uschoval také české korunovační klenoty, aby se nedostaly do rukou vzbouřenců. Tyto klenoty zde zůstaly uloženy s krátkými přestávkami téměř 200 let. Po roce 1480 byl hrad pozdně goticky upraven, v poslední čtvrtině 16. století potom renesančně. Při poslední stavební úpravě z konce 19. století dostal Karlštejn svůj dnešní vzhled.

Prohlídkové trasy

Návštěvníkům nabízí Karlštejn dvě prohlídkové trasy. **Okruh I.** zahrnuje historické interiéry dvou pater Císařského paláce a spodních podlaží Mariánské věže. Návštěvníci si tedy prohlédnou Dvořenínskou síň, Rytířský sál s kaplí sv. Mikuláše, Královský sál předků, Hodovní a audienční síň, Karlovi ložnici s kaplí sv. Václava, renesanční interiéry děkanství, Hradní pokladnici, Klenotnici, bývalé hradní vězení v přízemí Mariánské věže, hradební a vyhlídkové ochozy horního hradu.

Okruh II. prochází východním křídlem Císařského paláce, Mariánskou a Velkou věží. Ke shlédnutí nabízí historicky nejcenější prostory hradu. Jedná se o Malou hradní obrazárnu se sbírkou grafiky, kostel Nanebevzetí Panny Marie, kapli sv. Kateřiny, bývalou sakristii, visutý věžní most, Hradní Lapidárium, Velkou obrazárnu, Hradní knihovnu s expozicí poslední přestavby hradu, věžní schodiště s nástěnnými malbami ze 14. století, kapli sv. Kříže a obranné a vyhlídkové ochozy horního hradu.

5.6. Sportovně – rekreační služby

5.6.1 Sportovní zařízení

V Dolním Poberouní mohou turisté využít několika sportovních zařízení. Největším je asi nově postavené sportovně – relaxační centrum **Olympia Wellness**. Nachází se v malebném údolí řeky Berounky ve Všenorech. Jedná se o sportovní zařízení, které nabízí široký výběr sportů. Návštěvníci si zde mohou zahrát golf, bowling, squash, mohou si zacvičit aerobic či vyzkoušet spinning. Dále je zde posilovna, sauna, solárium, kosmetika, kadeřnictví a restaurace s barem. Je zde možné pořádat firemní schůze, oslavy, party.

V malebné kopcovité krajině se nachází **Golf Resort Karlštejn**. Díky jeho poloze si zde mohou návštěvníci nejenom skvěle zahrát golf, ale i pokochat se výhledem na majestátní hrad Karlštejn. V současnosti je k dispozici 27-ti jamkové hřiště na celkových 130 ha. Hřiště v sobě ukrývá mnoho pískových překážek, dvě vodní jezera a přírodní rokle. Pro chvíle relaxace nabízí areál tzv. Club house, kde se mohou hráči uvolnit v bazénu nebo se pokochat výhledem na hřiště z terasy. Pro občerstvení je zde k dispozici restaurace a bar.

Na Berounce se mohou návštěvníci nejenom plavit na lodích, ale mohou se v ní i koupat. Na několika místech Berounky jsou vybudována mola a vstupy do vody. Teprve nedávno byla otevřena nová městská **pláž v Černošicích**. Byl sem navezen písek. Pro opalování jsou zde připravena opalovací plata, k dispozici je také veřejný kamenný gril. Občerstvit se můžete u stánku s občerstvením.

Zastřešený **zimní stadion v Černošicích** se v zimě využívá nejen k trénování hokejových klubů, ale i k veřejnému bruslení. V areálu se nachází restaurace a turistická ubytovna.

Vyznavači skateboardingu mohou využít teprve nedávno postavený **skatepark v Černošicích**. Nachází se nedaleko městské pláže. Skatepark tvoří rozjížděcí bangy, centrální překážku se zábradlím, grind bednou a bangama., picknik table a grind lavice.

5.6.2 Půjčovny sportovního vybavení

Pokud bude chtít turista poznat krásy Dolního Poberouní nejenom pěšími procházkami, je zde možnost pokochat se okolím z řeky Berounky. Přímo na břehu dolního toku Berounky v Dobřichovicích se nachází **Půjčovna lodí U lávky**. Společnost půjčuje kanoe, kajaky a šestimístné rafty. Zajišťují také dopravu půjčených lodí na kterémkoliv místě na Berounce.

Možnosti vypůjčit si kolo a projet se po místních cyklostezkách můžete využít v **Hlásné Třebáni**, kde se nachází **Půjčovna kol**.

5.6.3 Turistické stezky

Území mikroregionu obklopuje nádherná příroda, proto je oblast značně využívána k pěší turistice i cykloturistice. Hojně využívaná je červená turistická trasa v Národní přírodní rezervaci Karlštejn. Trasa začíná v Berouně, vede přes Svatého Jana pod Skalou, kde je možné si projít naučnou stezku Svatojánský okruh. Poté se pokračuje na Vysokou stráň, k Bučovickému potoku, pod Doutnáč a Velkou horu, přes Karlštejnské vodopády až k hradu Karlštejn. Trasa dále pokračuje Haknoveckými skalami až na Mořinku a do osady Karlík. Odtud je možné dojít do Dobřichovic, nebo pokračovat Karlickým údolím na Vonoklasy a Solopysky.

Kromě této trasy se na území mikroregionu nachází velké množství turistických tras.

5.6.4 Cyklostezky, cyklotrasy

Mikroregionem prochází několik cyklotras a cyklostezek. Častokrát však jde pouze o kratší úseky, které jsou součástí delších cyklotras, zasahujících mimo mikroregion. Cyklotrasy jsou různé obtížnosti, najdeme zde lehké rekreační trasy, středně těžké i těžké vhodné pouze pro zdatné sportovce. Obec Lety připravila například následující cyklotrasy:

- **Cyklotrasa Lety – Řevnice** (Lety – Mokropsy – Černolické skály – Pláštík – Skalka – Kytínské louky – Halouny – Jezírko – Babka – Řevnice),
- **Cyklotrasa Lety – Lety** (Lety – Mokropsy – Vráž – Solopysky – Třebotov – Kala – Vonoklasy – Roblín – Mořina – Pod dračí skálou – Karlštejn – Mořinka – Karlík – Lety) .

Mikroregionem však prochází mnohem více cyklotras a cyklostezek, např.:

- Praha – Karlštejn,
- Okruh Karlštejnskem,
- Cyklostezka A1,
- Cyklotrasa Brdskými lesy,
- Okruh Z Černošic do Vonoklas,

- Okruh z Řevnic na Babku,
- Cyklotrasa Chuchle – Lhotka,
- Cyklotrasa Z Prahy na Karlštejn.

6. NÁVRH A PROVEDENÍ MARKETINGOVÉHO VÝZKUMU

6.1 Návrh marketingového výzkumu

Provedení marketingového výzkumu je nutné pro zjištění názorů návštěvníků na hodnocenou destinaci a dále pomůže vyvrátit či potvrdit stanovené hypotézy. Proto byl navržen dotazník o 19 otázkách, jejichž cílem je zjistit názory turistů na mikroregion. Jednalo se o otevřené i uzavřené otázky. Prvních pět otázek bylo zaměřeno na zjištění informací ohledně účelu cesty návštěvníků, odkud přijíždí, jak dlouhý plánují pobyt, zda tento mikroregion již někdy v minulosti navštívili a kolikrát a s kým do regionu přicestovali. Další část dotazníku byla orientována na služby, které zde respondent využíval a zda uvažuje o opakované návštěvě. Podstatou třetí části bylo hodnocení jednak využitých služeb, jednak infrastruktury a rozvoje cestovního ruchu. Důležité bylo také spontánní vyjádření účastníků na téma „co v regionu nejvíce postrádají“ a „co se jim zde nejvíce líbilo“. V poslední části se dotazník respondentů ptal, odkud se o lokalitě dozvěděli, jaké jsou jejich náklady na osobu a den a také na některé osobní údaje.

6.2 Vyhodnocení marketingového výzkumu

Výzkum byl prováděn průběžně od července 2007 do ledna 2008. Bylo rozdáno a rozesláno 250 dotazníků, vrátilo se jich 90. Po konzultaci s pracovníkem informačního centra byl tento počet vzhledem k velikosti mikroregionu označen za dostačující. Výzkum byl prováděn jednak osobně tváří v tvář na frekventovaných místech mikroregionu, jednak pomocí emailu, přičemž dotazník byl zaslán předem vytipovaným osobám na základě informace o tom, že navštívili tento mikroregion. Několik desítek dotazníků bylo zanecháno na informačním centru a v několika hotelech.

Průzkumu se zúčastnilo 90 osob, z toho 65% žen a 35% mužů. Téměř všichni účastníci byli příslušníci České republiky, pouze 10% respondentů byli občané z Německa. 57% dotázaných bylo mladších 25 let, 19% návštěvníků mělo věk mezi 26 – 34 lety, do rozmezí 35 – 49 patřilo 11%, stejný počet respondentů spadl do věkové kategorie 50 – 59 let. Průzkumu se zúčastnilo pouze 2% návštěvníků starších 60 let.

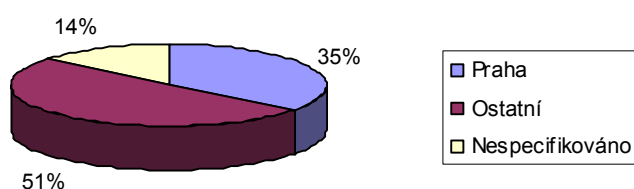
60% dotazovaných má středoškolské vzdělání (včetně VOŠ), 26% jsou vysokoškoláci. 9% má jen základní vzdělání a pouhých 5% je vyučeno v oboru.

Vzhledem k tomu, že vyhodnocení všech otázek je velmi obsáhlé, uvádím v práci vyhodnocení pouze těch otázek, ze kterých vyplývají návrhy na inovaci služeb. Ostatní vyhodnocené otázky jsou uvedeny v příloze. Veškeré grafy jsou výsledkem vlastního šetření.

6.2.1 Vyhodnocení 1. otázky – Z jakého města přijíždíte? Jak daleko cestujete?

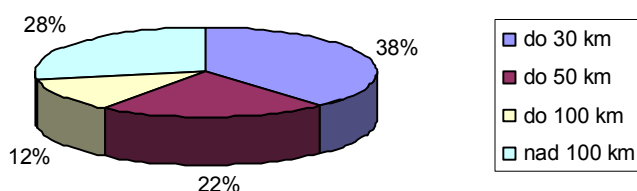
Na otázku, z jakého města návštěvníci přijíždí, odpovědělo 35%, že z Prahy. 51% respondentů přijíždí z jiných měst po celé republice a ze zahraničí. Zbývajících 14% dotázaných neudalo místo, odkud přijíždějí.

Graf č. 1



38% respondentů na otázku, jak daleko cestují, odpovědělo, že do 30km. Mezi 31 – 50 km cestovalo 22%, od 51 do 100km 12% a nad 100 km cestovalo celých 28%. Z toho tedy vyplývá, že více než polovina (60%) návštěvníků daného mikroregionu bydlí do 50 km.

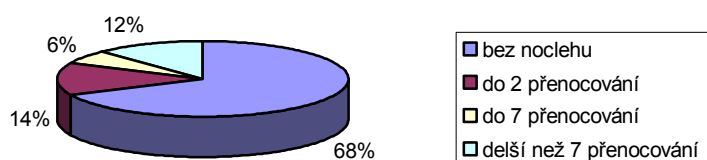
Graf č. 2



6.2.2 Vyhodnocení 2. otázky - Jak dlouhý plánujete pobyt v regionu?

Naprostá většina dotázaných (68%) přijela navštívit mikroregion pouze na jeden den, tedy bez přenocování. Je to logické už z toho důvodu, že v první otázce více než polovina respondentů uvedla, že bydlí do 50 km od mikroregionu. 14% respondentů se zde rozhodlo strávit jednu nebo dvě noci, o dvě procenta méně návštěvníků odpovědělo, že zde zůstanou déle než týden. Pouhých 6% respondentů zde strávilo mezi třemi až sedmi přenocováními.

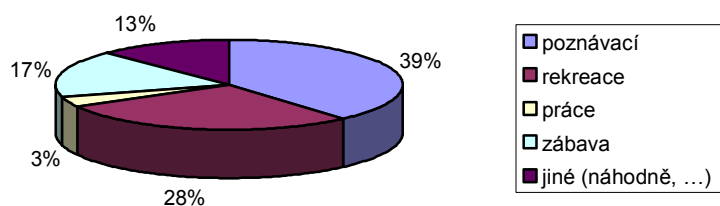
Graf č. 3



6.2.3 Vyhodnocení 5. otázky - Jaký je účel Vaší cesty?

Dle průzkumu je pro turisty v Dolním Poberouní hlavní lákadlem poznávání a rekreace. Na otázku, jaký je účel cesty dotázaných, odpovědělo 39%, že poznávací a 28% respondentů uvedlo rekreaci. 17% respondentů sem přijelo za zábavou. Pouze 3% jsou zde kvůli práci a 13% dotázaných má k návštěvě mikroregionu jiný důvod. Jmenována byla například návštěva příbuzných či sport.

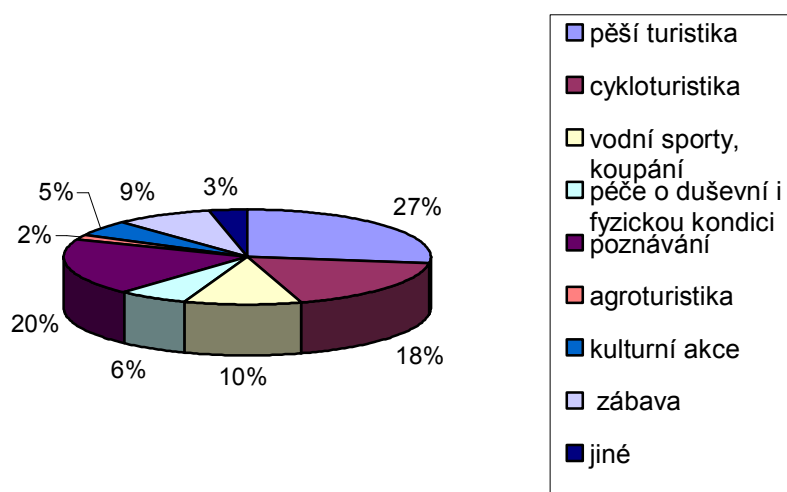
Graf č. 4



6.2.4 Vyhodnocení 6. otázky - Které atraktivity regionu jsou pro vás nejatraktivnější?

Skoro pro třetinu (27%) dotázaných návštěvníků je v regionu nejatraktivnější pěší turistika. 20% respondentů zde považuje za nejatraktivnější poznávání a jen o málo respondentů méně (18%) považuje za nejatraktivnější cykloturistiku a pro 10% dotázaných jsou zde nejatraktivnější vodní sporty a koupání. Pro 9% je to zábava, pro 6% péče o duševní a fyzickou kondici, 5% uvedlo, že nejatraktivnější pro ně jsou kulturní akce a pro zbývající tři procenta to jsou jiné úplně jiné atraktivity, například golf a jezdeckví, zahradní restaurace, krajina nebo třeba autoturistika.

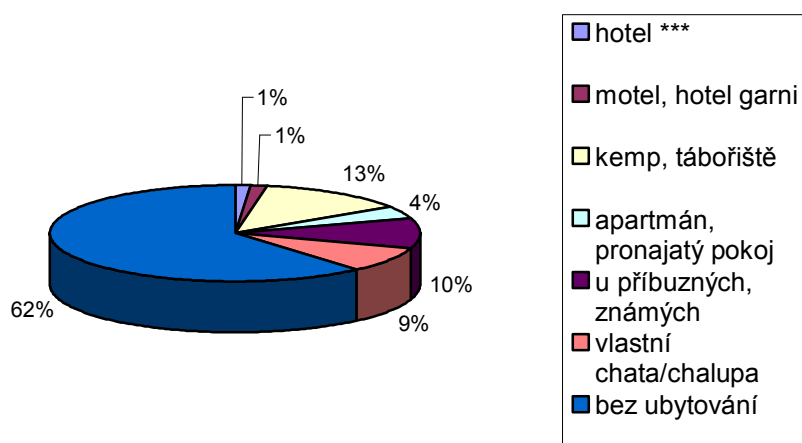
Graf č. 5



6.2.5 Vyhodnocení 7. otázky - V jakém ubytovacím zařízení jste ubytováni?

Vzhledem k tomu, že více než polovina respondentů v předchozích otázkách uvedla, že zde stráví pouze jeden den, 62% z celkového počtu dotázaných je zde bez ubytování. 13% se ubytovalo v kempech nebo tábořištích. Desetina respondentů uvedla, že jsou ubytováni u svých příbuzných nebo známých. Jen o jedno procento méně je těch, kterým k ubytování slouží jejich vlastní chata či chalupa. 4% návštěvníků mají pronajatý pokoj nebo apartmán a pouze 1% dotázaných se ubytovalo v hotelu*** a stejný počet v motelu.

Graf č. 6

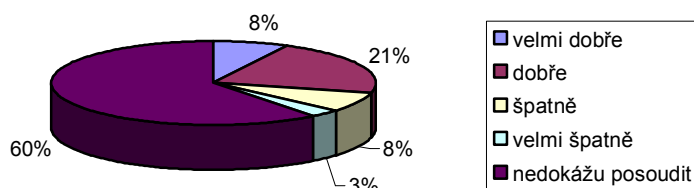


6.2.6 Vyhodnocení 10. otázky - Ohodnoťte služby v regionu

Ubytovací služby

Vzhledem k tomu, že většina respondentů ubytování v mikroregionu nevyužívá, celých 60% proto nedokáže ubytovací služby posoudit. 21% je však považuje za dobré. Stejný je podíl respondentů (8%), kteří považují ubytovací služby za velmi dobré a kteří je považují za špatné. 3% pak hodnotí ubytovací služby jako velmi špatné. Informace mohou být však zkreslené, neboť ne všichni, kdo ubytovací služby hodnotili, zde byli opravdu ubytováni.

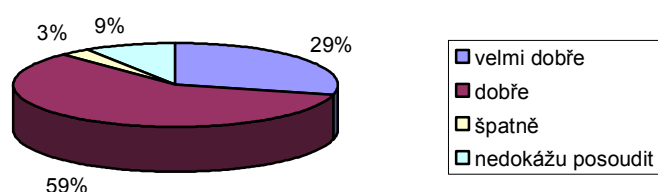
Graf č. 7



Stravovací služby

Co se týká stravovacích služeb, tak více jak polovina dotázaných (59%) je hodnotí jako dobré. 29% je dokonce považuje za velmi dobré. 9% nedokáže stravovací služby posoudit a 3% respondentů označili stravovací služby jako špatné.

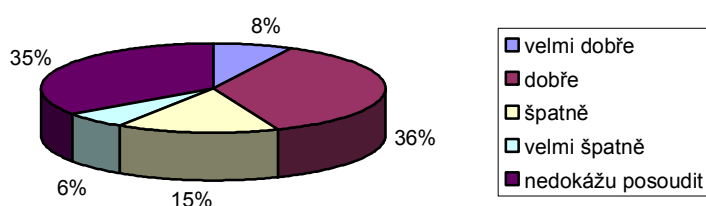
Graf č. 8



Služby pro motoristy

Něco málo přes třetinu (36%) respondentů hodnotí služby pro motoristy jako dobré. Jen o pouhé procento méně dotázaných na stejnou otázku odpovědělo, že služby pro motoristy nedokážou posoudit. To byli převážně respondenti, kteří sem přicestovali vlakem či autobusem a služby pro motoristy tudíž nevyužili. 15% dotázaných hodnotí služby pro motoristy jako špatné, zatímco 8% jako velmi dobré. Pro 6% dotázaných jsou však tyto služby velmi špatné.

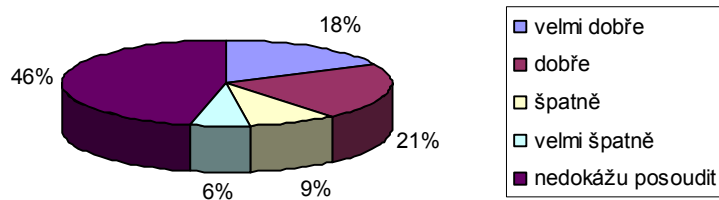
Graf č. 9



Služby pro cykloturisty

Služby pro cykloturisty nedokáže téměř polovina návštěvníků vůbec posoudit. 21% lidí je však hodnotí jako dobré, 18% dokonce jako velmi dobré. Našlo se zde ale i 9% respondentů, pro které jsou zdejší služby pro cyklisty špatné a pro celých 6% velmi špatné.

Graf č. 10

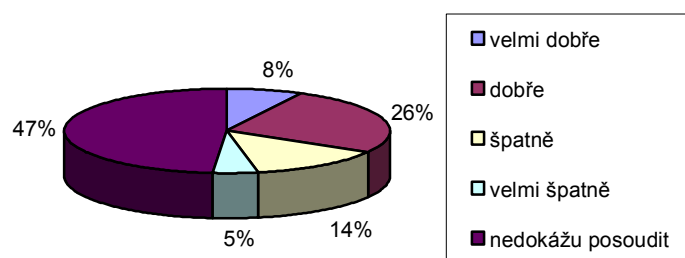


6.2.7 Vyhodnocení 11. otázky – Ohodnoťte infrastrukturu

Rozsah a dostupnost ubytovacích kapacit

Rozsah a dostupnost ubytovacích kapacit nedokáže 47% účastníků výzkumu vůbec posoudit. Patrně to bude z toho důvodu, většina respondentů zde strávila pobyt bez přenocování. 26% dotázaných však rozsah a dostupnost ubytovacích kapacit hodnotí dobře a 9% je považuje za velmi dobré. Naopak za špatné je považuje 14% a podle dalších 5% je velmi špatná.

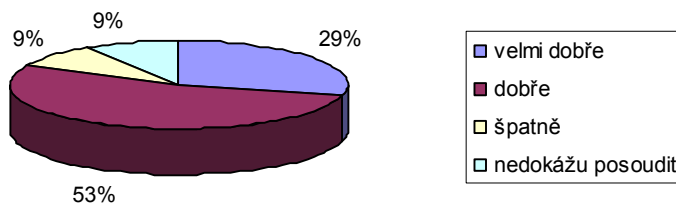
Graf č. 11



Rozsah a dostupnost stravovacích kapacit

Na otázku, jak respondenti hodnotí rozsah a dostupnost stravovacích kapacit, jich 53% odpovědělo, že dobře. Téměř třetina (29%) dotázaných uvedla, že rozsah a dostupnost stravovacích kapacit je velmi dobrá. 9% zúčastněných je hodnotí jako špatné a stejný počet nedokáže posoudit.

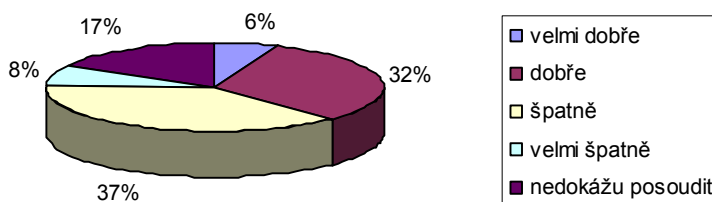
Graf č. 12



Dopravní infrastruktura

Nejvíce (37%) respondentů označilo dopravní infrastrukturu za špatnou, dalších 8% za velmi špatnou. Naproti tomu 32% ji považuje za dobrou, 6% dokonce za velmi dobrou. Průzkumu se ale zúčastnilo i 17% těch, kteří dopravní infrastrukturu nedokážou posoudit.

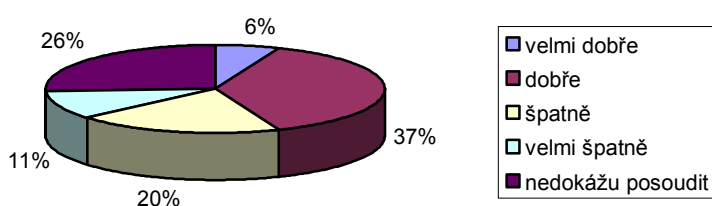
Graf č. 13



Hromadná doprava

Hromadná doprava je podle 37% respondentů dobrá, jako velmi dobrou ji hodnotí 6% respondentů. Pro pětinu dotázaných (20%) je hromadná doprava špatná a pro 11% velmi špatná. 26% nedokáže hromadnou dopravu posoudit.

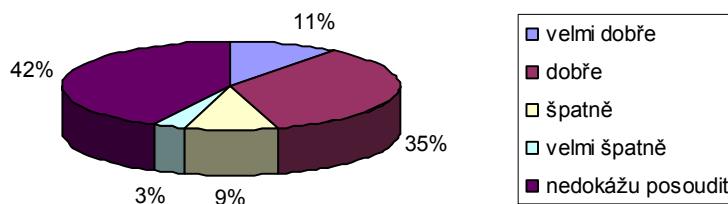
Graf č. 14



Vybavenost regionu pro sportovní aktivity

Celých 42% nedokáže vybavenost regionu pro sportovní aktivity posoudit. Dalších 35% dotázaných ji hodnotí jako dobrou a 11% jako velmi dobrou. Podle 9% návštěvníků je vybavenost pro sportovní aktivity špatná a pro 3% bohužel velmi špatná.

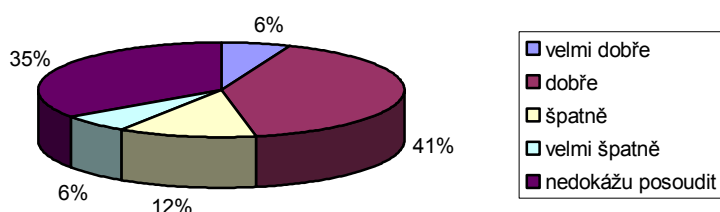
Graf č. 15



Společenské vyžití a zábava

Pro téměř polovinu (42%) respondentů je společenské vyžití a zábava v mikroregionu dobrá a 6% dotázaných ji hodnotí jako velmi dobrou. 35% ji však nedokáže vůbec posoudit. 12% návštěvníků ji považuje za špatnou a 6% za velmi špatnou.

Graf č. 16

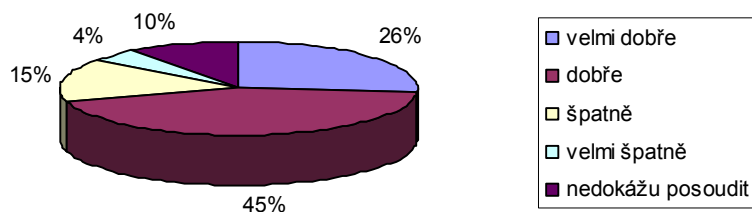


6.2.8 Vyhodnocení 12. otázky - Jak hodnotíte rozvoj cestovního ruchu v této oblasti?

Poskytování informací o regionu

Podle téměř poloviny účastníků výzkumu (45%) je poskytování informací o regionu dobré. Dalších 26% je považuje za velmi dobré. Poskytování informací je však pro 15% návštěvníků špatné a pro 4% dokonce velmi špatné. Desetina dotázaných nedokáže poskytování informací vůbec posoudit.

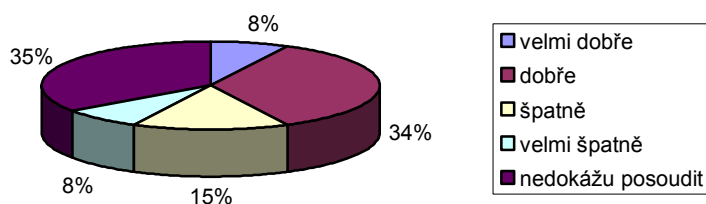
Graf č. 17



Programy pro volný čas

Přibližně třetina (34%) respondentů považuje programy pro volný čas jako dobré, 8% dokonce jako velmi dobré. 15% je však hodnotí špatně a pro 8% jsou velmi špatné. Něco málo přes třetinu ze všech dotázaných (35%) tyto programy nedokáže posoudit.

Graf č. 18

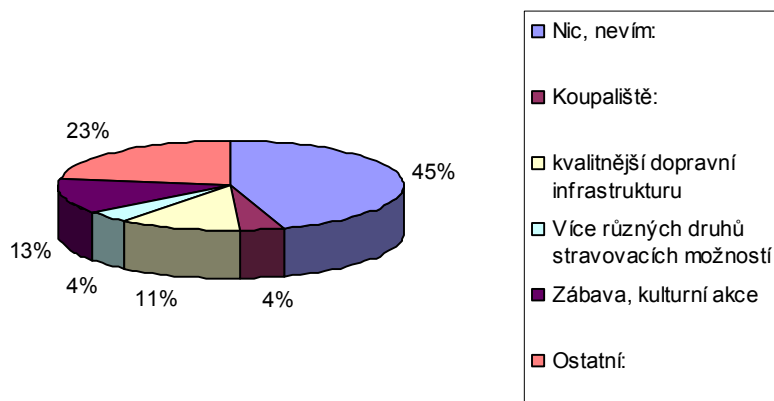


6.2.9 Vyhodnocení 13. otázky - Co nejvíce postrádáte v tomto regionu?

Na otázku, co respondenti v regionu nejvíce postrádají, 45% z nich odpovědělo, že nic, nebo že neví. 13% dotázaných však uvedlo, že zde nejvíce postrádají zábavu. 11% účastníků zde chybí kvalitnější dopravní infrastruktura. Pro 4% zde nejvíce chybí koupaliště a stejný počet respondentů zde postrádá více druhů stravovacích možností.

Ostatní respondenti zde postrádají různorodé věci, jmenovány byly například obchodní služby, nákupní možnosti, dřívější klid bez hluku a odpadků, ochotu lidí spolupracovat, vyžití pro mladé, dětská hřiště, sportoviště, internetová kavárna, veřejné WC, skutečné cyklostezky, lepší vztah k turistům, nižší ceny, informační značení.

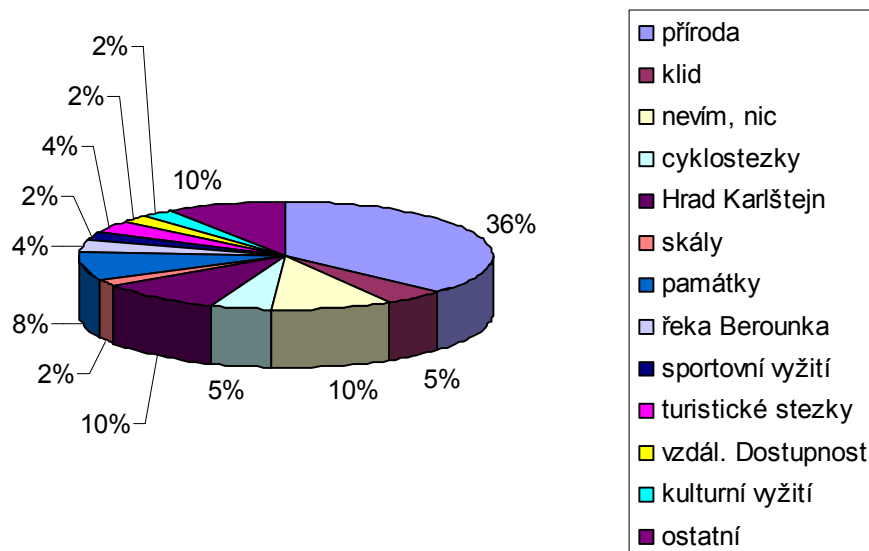
Graf č. 19



6.2.10 Vyhodnocení 14. otázky - Co se vám v tomto regionu nejvíce líbilo?

Více než třetina (36%) dotázaných odpovědělo na otázku, co se jim v regionu nejvíce líbilo, že příroda nebo krajina. Desetině respondentů se nejvíce líbil hrad Karlštejn, další desetina dotázaných neví. 8% respondentů nejvíce ocenilo památky. Cyklostezky se nejvíce líbily 5% návštěvníků a stejný počet návštěvníků nejvíce ocenil zdejší klid. Turistické stezky byly nejatraktivnější pro 3% dotázaných a řeka Berounka pro stejný počet. 2% respondentů nejvíce oslnilo kulturní vyžití, stejný počet vzdálenostní dostupnost, sportovní vyžití a skály. Všechny tyto atraktivity byly zastoupeny po 2%. Zbývajících deset procent dotázaných uvedlo velmi různorodé odpovědi. Například zde zazněly odpovědi jako zahrady, cenová úroveň, čisté ŽP, Třebáň, zahradní restaurace, dostupnost zábavy, různorodost.

Graf č. 20

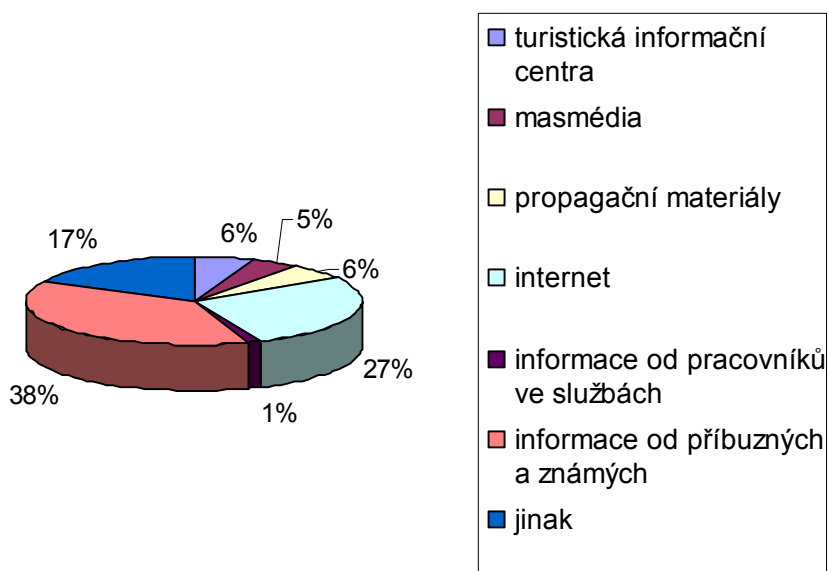


6.2.11 Vyhodnocení 15. otázky - Jak jste se o této lokalitě dozvěděli?

Na otázku, jak se respondent o této lokalitě dozvěděl, odpovědělo 38% dotázaných, že od příbuzných a známých. 27% respondentů se o mikroregionu dozvědělo z internetu. 6% návštěvníků uvedlo, že získali informace od informačních center a stejný počet respondentů se o lokalitě dozvědělo díky propagačním materiálům. 5% oslovených získalo informace z masmédií. Pouze 1% ze všech dotázaných dostalo informace od pracovníků ve službách. Celých 17% dotazovaných odpovědělo, že se o lokalitě dozvěděli jinak. Nejčastěji to bylo, že buď přímo v regionu či v okolí bydlí nebo zde bydleli a znají to tu od malička, další částou

odpovědí bylo, že zde mají chatu. Několik respondentů se o této lokalitě dozvědělo ve škole, na dětském táboře, nebo z turistických map a průvodců.

Graf č. 21



Z výzkumu je patrné, že názory účastníků průzkumu se velmi liší. To je dáno převážně tím, že ne všichni navštívili všechny obce mikroregionu a hodnotili tedy pouze obec, kterou navštívili. Naproti tomu někteří respondenti hodnotili mikroregion jako celek.

Výsledky výzkumu naznačují určité tendence turistů a vypovídají i o stupni vybavenosti atd. v mikroregionu. Výsledky se však nedají považovat za striktní, a to především ze dvou důvodů. Prvním důvodem je, že výzkum byl uskutečněn pouze v období několika měsíců. Druhým důvodem je fakt, že oblast navštíví ročně několikanásobně více turistů, než se průzkumu zúčastnilo. Toto však bylo konzultováno s pracovníkem informačního centra, který považuje počet vyplněných dotazníků pro účely tohoto výzkumu dostačující.

7. NÁVRH MARKETINGOVÝCH OPATŘENÍ

7.1 Zhodnocení služeb a návrh možných řešení na jejich inovaci

Všechny návrhy na zlepšení služeb byly navrženy na základě výsledků marketingového výzkumu, analýzy služeb a některá také po konzultaci s pracovníky informačního centra.

7.1.1 Ubytovací služby

Vzhledem k tomu, že mnoho návštěvníků Dolního Poberouní zde tráví čas bez přenocování, je kapacita ubytovacích zařízení dostačující. Ze stávajících možností ubytování si vybere jak náročný turista vyžadující komfort na vysoké úrovni, tak rodiny s dětmi či studenti, kteří preferují jednodušší ubytování. Nebývá problém se zde ubytovat, poptávka nepřevyšuje nabídku. Z tohoto důvodu není nutné navrhopvat změny v ubytovacích službách.

7.1.2 Stravovací služby

Nabídka stravovacích služeb je zde také dostačující. Převažují restaurace, ale je zde menší počet barů, kaváren a podobných zařízení. Když budu vycházet z toho, že účastníci cestovního ruchu rádi využívají doplňkových stravovacích služeb, je nutné rozšířit počet těchto zařízení.

7.1.3 Dopravní služby

V mikroregionu je možno využít vlakové a autobusové dopravy. V sezoně jsou však vlaky často přeplněné, proto bych navrhovala zvýšit počet spojů.

Co se týká dopravních komunikací v regionu, jejich stav je celkem špatný. Podle výsledků výzkumu považuje 37% respondentů dopravní infrastrukturu za špatnou a dalších 8% za velmi špatnou, což nejsou příliš uspokojivá čísla. Z tohoto důvodu bych navrhovala více se zaměřit na stav komunikací a dopravní infrastrukturu vůbec. Na některých místech zde například chybí parkoviště, někde by stačilo pouze zvýšit jejich kapacitu. V některých oblastech by bylo taktéž vhodné zavést hlídaná parkoviště.

7.1.4 Informační služby

V mikroregionu se sice nachází pouze jedno informační centrum, avšak vzhledem k velikosti mikroregionu je postačující. Navíc se nachází v Karlštejně, který je centrem

cestovního ruchu v Dolním Poberouní. Jak z průzkumu vyplynulo, převážná část návštěvníků získává informace o regionu především z internetu a od příbuzných a známých. Proto není nutné uvažovat o dalším infocentru. Myslím si však, že stávající informační centrum by eventuelně mohlo mít sezónní expozituru.

7.1.5 Kulturně-společenské služby

V mikroregionu se sice nachází několik kulturních zařízení a pořádají se zde kulturní akce, ale dle mého názoru toto kulturní vyžití není na dostatečné úrovni. Chybí zde například klasické diskotéky, kluby pro ty, kteří se chtějí pobavit. Vzhledem k absenci těchto zařízení sem spousta návštěvníků zavítá pouze na jeden den – přes den navštíví památky a pokochají se přírodou, večer pak nemají příležitost k odreagování. To je dle mého názoru také jeden z důvodů, proč zde mnoho turistů nesetrvá déle než jeden den. Proto bych navrhovala rozšířit spektrum kulturně-společenských služeb nejen o diskotéky a kluby, ale také o jiné kulturní akce, aby si každý účastník cestovního ruchu vybral podle svých zájmů. Mohlo by jít třeba o besedy se zajímavými osobnostmi, přednášky, výstavy, filmové festivaly, taneční zábavy různých hudebních žánrů.

7.1.6 Sportovně-rekreační služby

V mikroregionu se nachází několik sportovních zařízení, fotbalových hřišť, stadionů. Jsou zde také turistické a cyklistické trasy, ovšem ne vždy v přiměřeném stavu. Zdejší cyklostezky se sice nazývají cyklostezkami, ale v určitých úsecích se jedná spíše o šterkovité cesty či hlavní silnice, po kterých jede jedno auto za druhým a to cyklisté zcela jistě neuvítají. Mým návrhem je proto tyto cyklostezky vylepšit. Dále si myslím, že by se dalo uvažovat o vybudování dráhy pro in-line bruslení, popřípadě upravit cyklostezky (zejména jejich povrch) tak, aby se na nich dalo bruslit. Jedná se samozřejmě o finančně náročnější investici, ale vzhledem k tomu, že v blízkém okolí nic podobného není, mohla by být tato dráha dalším motivem pro návštěvu mikroregionu.

Co ve zdejším regionu chybí úplně, je koupaliště či krytý bazén. Turisté se mohou koupat pouze v řece Berounce, která však v některých úsecích je ke koupání naprosto nevhodná. Jak vyplývá také z výzkumu, mnoho návštěvníků by zde možnost koupání ocenilo.

Dále bych upravila některá místa na řece Berounce k atraktivnějšímu koupání a vybuodovala zde vhodné zázemí. Například městská pláž v Černošicích je důkazem toho, že po zatraktivnění tohoto místa se sem přijíždí koupat více lidí z okolí. Tito návštěvníci pak samozřejmě využívají i ostatních služeb, což vede k rozvoji cestovního ruchu v mikroregionu.

7.2 Návrh produktového balíčku

Byl navržen produktový balíček, který bude vhodný především pro návštěvníky, kteří chtějí strávit hezký víkend v příjemném prostředí a navštívit nejen samotný hrad Karlštejn, ale i muzea v blízkosti hradu. Součástí balíčku bude ubytování na dvě noci v dvoulůžkovém pokoji v Romantickém hotelu Mlýn v Karlštejně se snídaní, dále pak vstup na hrad Karlštejn a vstupy do muzeí v blízkosti hradu. Balíček jim umožní prohlédnout si všechny tyto zajímavé objekty celkově za velmi zajímavou cenu.

Cílovou skupinou jsou zákazníci vyžadující komfortní ubytování a stravování, kteří chtějí poznat Karlštejn a jeho okolí a zároveň využít výhodnější ceny při nákupu celého balíčku.

Obsah balíčku:

- 2x ubytování v hotelu Romantický hotel Mlýn,
- 2x snídaně,
- vstup na hrad s prohlídkou II. Okruhu,
- vstup do Wax muzea,
- vstup do Muzea betlémů,
- vstup do Domu hodin.

Romantický hotel Mlýn byl vybrán z toho důvodu, že se jedná o jeden z nejatraktivnějších hotelů v mikroregionu. Hotel zde umožní návštěvníkům prožít příjemně strávené dny a zajistí veškerý komfort. Nachází se na břehu řeky Berounky pod hradem Karlštejn. Hotel disponuje 21 stylově zařízenými pokoji, které jsou vybaveny televizí, satelitem a připojením k internetu, minibarem, tresorem, telefonem. Ke každému pokoji náleží koupelna se sprchou nebo vanou, mramorovými umyvadly a vysoušečem vlasů. Stylová restaurace s barem a letní terasou v romantickém hotelu nabízí příjemné posezení s výhledem na řeku Berounku. Součástí areálu Romantického hotelu je rozsáhlý ostrov, kde lze v čarovném prostředí řeky Berounky pořádat i větší společenské akce, garden party apod. V těsné blízkosti Romantického hotelu Mlýn je golfové hřiště s výhledem na hrad Karlštejn. Nedaleký sportovní areál nabízí tenisové kurty, fotbalové a volejbalové hřiště. V areálu hotelu je rovněž parkoviště.

8. ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo analyzovat služby cestovního ruchu v Dolním Poberouní a navrhnout jejich inovaci.

Na začátku práce bylo formulováno několik hypotéz, které jsem se během práce snažila potvrdit, nebo vyvrátit. Hypotézu, že *malebná příroda je velkým lákadlem pro turisty*, se podařilo potvrdit. Vyplynulo tak z výzkumu, kde více než třetina dotázaných turistů uvedla, že se jim v mikroregionu nejvíce líbila příroda či krajina. Z výzkumu také vyplývá, že pro velkou část je hlavním motivem příjezdu do mikroregionu pěší turistika a cykloturistika, což je samozřejmě důsledkem atraktivnosti zdejší přírody.

Druhá hypotéza byla formulována jako *Dolní Poberouní by mělo být rekreační oblastí nejen pro obyvatele přilehlých měst*. Dospěla jsem k závěru, že mikroregion je navštěvován z velké části obyvateli z přilehlých obcí. Také někteří z obyvatel Prahy hojně využívají volných dnů k rekreaci v Dolním Poberouní. Region však navštěvují nejenom rezidenti. Přijíždí sem turisté z celé ČR a dokonce i ze zahraničí. Zahraničními turisty je nejvíce navštěvován Karlštejn. Mikroregion by však měl vyvinout větší snahu o rozvoj cestovního ruchu i v dalších obcích Dolního Poberouní, nejenom v Karlštejně. Čím více atraktivit region nabídne, tím více turistů do regionu přijede a stráví zde delší dobu pobytu.

V práci jsem také navrhla některá opatření pro zlepšení služeb cestovního ruchu. Jedná se zejména o inovaci v oblasti stravovacích, dopravních, kulturně-spoločenských a sportovně-rekreačních služeb.

V oblasti stravovacích služeb se jedná o rozšíření stravovacích kapacit o další zařízení se společensko-zábavní funkcí, např. kavárny, bary apod. Stejně tak bych navrhovala zlepšit kulturně-spoločenské vyžití nejen pro mladé lidi.

Co se týká dopravních služeb, v mikroregionu by bylo třeba zkvalitnit stav silnic a zvýšit kapacitu parkovišť.

Nejvíce opatření je však dle mého názoru třeba udělat v oblasti sportovně-rekreačních služeb, protože aktivní trávení volného času spojené se zdravým životním stylem dnes preferuje velký počet lidí. Jde především o zkvalitnění povrchu cyklostezek procházejících mikroregionem a některé jejich úseky upravit pro in-line bruslení, či vybudovat samostatnou dráhu. Dále navrhuji v mikroregionu vybudovat koupaliště, či krytý bazén, v oblasti totiž nejsou téměř žádné možnosti koupání.

Neustálé zdokonalování služeb cestovního ruchu v mikroregionu je důležité pro motivaci širšího spektra návštěvníků. Je nezbytné, aby jednotlivé obce spolupracovaly a snažily se rozšířit nabídku atraktivit a programů pro trávení volného času. Jedině tak se stane celý mikroregion ještě vyhledávanějším a atraktivnějším místem nejen pro tuzemce, ale i pro zahraniční turisty.

9. SUMMARY

Tourism has become an important economic branch not only in foreign countries, but also in the Czech Republic. Each state tries to analyse current situation and plan strategic development of tourism carefully not only at a national level, but also at a regional and at local levels.

The main aim of my dissertation was to analyse tourist services the area of Dolní Poberouní. Part of my analysis was based in a marketing research, thanks to which I managed to confirm the two following hypothesis.

The first was that „A picturesque nature is attractive for tourists“. The results of the research show that the main motive of incoming is for lot of tourists hiking and cycling. I think it is a result of an attractiveness of the local nature.

The second hypothesis proposed „Dolní Poberouní should be a recreational resort not only for inhabitants of the region“. It was also confirmed. The resort is visited by the inhabitants from surrounding regions and it is also a favorite recreational resort of inhabitants from Prague. It is visited the most by tourist from all places of Czech republic and even from foreign countries. The most visited is Karlštejn. However, tourism should be developed also at the local level, in the area of Dolní Poberouní, not only at Karlštejn.

An additional aim of my work was to suggest measures for improvement of tourist services in Dolní Poberouní. I suggested a few improvements.

In the part of boarding services I suggest spreading of a boarding services. I suggested an expansion of their net, that would include caffes, bars, but also attractive places for social encounter and cultural activities of young people.

Next point are changes in the traffic services. Contemporary status of roads and motorways is quit bad. I think it is necessary to improve their status and also heighten a capacity of parking places.

Another important thing is an innovation of sport-recreational services. It means improvement of ways for cycling which go through the microregion and some part of it adapt for in-line skating. In the area there is no swimming pool, so I think that building one would create a good possibility how to attract new people. It is a reason why I suggest building swimming pool.

If more tourists are to be attracted, it is important to improve tourist services in all areas constantly. For all communities It is necessary to cooperate with each other and try to offer

more possibilities how to spent free time. Then the area might attract not only local people, but also international tourists.

10. PŘEHLED POUŽITÉ LITERATURY

10.1 Odborná literatura

- Drobná, D.: *Cestovní ruch*. Praha: Fortuna, 2004.
- Francová, E.: *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2003.
- Hesková, M.: *Cestovní ruch*. Praha: Fortuna, 2006.
- Horáková, H.: *Strategický marketing*. Praha: Grada Publishing, 2002.
- Horner, S., Swarbrooke, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2003.
- Kotler, P.: *Marketing podle Kotlera*. Praha: Management Press, 2000.
- Morrison A., P.: *Marketing pohostinství a cestovní ruch*. Praha: Victoria Publishing, 1998.
- Orieška, J.: *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis, 1999.
- Palatková, M.: *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2006.
- Zelenka, J., Pásková, M.: *Výkladový slovník*, Praha: MMR, 2002

10.2 Ostatní literatura

- Čapková, J. a kol.: *Berounsko*. Praha, 1978.
- Dvořák, O.: *Dolní Berounka*. Praha: MH 36, 2005.

10.3 Internetové zdroje

- www.dolniberounka.cz,
- www.mestocernosice.cz
- www.vsenory.cz,
- www.dobrichovice.cz,
- www.obeclety.cz,
- www.obeckarlik.cz,
- www.revnice.cz,
- www.zadnitreban.cz,
- www.hl-treban.cz,
- www.obecsrbsko.cz,
- www.obeckarlstejn.cz,

www.tetin.cz,

www.karlstejnsko.cz,

www.hradkarlstejn.cz,

www.karlstejn-golf.cz,

www.waxmuseumprague.cz,

www.muzeumhodin.cz,

www.olympwell.cz,

www.clubkino.cz,

www.czso.cz.

PŘÍLOHY

Příloha č. 1 – Seznam restaurací a ostatních stravovacích zařízení

Příloha č. 2 – Autobusová spojení Dolní Poberouní

Příloha č. 3 – Vyhodnocení marketingového výzkumu

Příloha č. 4 – Dotazník

Příloha č. 5 – Dotazník v NJ

Příloha č. 6 – Mapa mikroregionu

SEZNAM TABULEK A GRAFŮ

Seznam tabulek

- Tabulka č. 1 – Druhy cestovního ruchu
- Tabulka č. 2 - Formy cestovního ruchu
- Tabulka č. 3 – Služby cestovního ruchu
- Tabulka č. 4 – Ostatní služby
- Tabulka č. 5 - Počet obyvatel v Dolním Poberouní
- Tabulka č. 6 - Obyvatelstvo podle ekonomické aktivity
- Tabulka č. 7 - Ekonomicky aktivní podle odvětví
- Tabulka č. 8 - Restaurace v Dolním Poberouní
- Tabulka č. 9 - Ostatní stravovací zařízení

Seznam grafů

- Graf č. 1 – Z jakého města přijíždíte?
- Graf č. 2 – Jak daleko cestujete?
- Graf č. 3 – Jak dlouhý plánujete pobyt v regionu?
- Graf č. 4 – Jaký je účel Vaší cesty?
- Graf č. 5 – Které atraktivity regionu jsou pro Vás nejatraktivnější?
- Graf č. 6 – V jakém ubytovacím zařízení jste ubytováni?
- Graf č. 7 – Ubytovací služby
- Graf č. 8 – Stravovací služby
- Graf č. 9 – Služby pro motoristy
- Graf č. 10 – Služby pro cykloturisty
- Graf č. 11 – Rozsah a dostupnost ubytovacích kapacit
- Graf č. 12 – Rozsah a dostupnost stravovacích kapacit
- Graf č. 13 – Dopravní infrastruktura
- Graf č. 14 – Hromadná doprava
- Graf č. 15 – Vybavenost regionu pro sportovní aktivity
- Graf č. 16 – Společenské vyžití a zábava
- Graf č. 17 – Poskytování informací o regionu
- Graf č. 18 – Programy pro volný čas
- Graf č. 19 – Co nejvíce postrádáte v tomto regionu?

Graf č. 20 – Co se Vám v tomto regionu nejvíce líbilo?

Graf č. 21 – Jak jste se o této lokalitě dozvěděli?

Graf č. 22 – Kolikrát jste již navštívil toto místo?

Graf č. 23 – S kým jste sem přicestoval?

Graf č. 24 – Kde využíváte stravovací služby?

Graf č. 25 – Uvažujete o opakované návštěvě?

Graf č. 26 – Služby pro lyžaře

Graf č. 27 – Cenová úroveň služeb

Graf č. 28 – Nákupní možnosti

Graf č. 29 – Vybavenost regionu pro rodiny s dětmi

Graf č. 30 – Péče o památky

Graf č. 31 – Orientační značení

Graf č. 32 – Péče o životní prostředí

Graf č. 33 – Péče o bezpečnost návštěvníků

Graf č. 34 – Obchodní služby

Graf č. 35 – Vztah místních k návštěvníkům

Graf č. 36 – Náklady na pobyt na osobu a den

PŘÍLOHA Č. 1 – Seznam restaurací a ostatních strav. zařízení

Tab. č. 8 Restaurace v Dolním Poberouní

| Restaurace | |
|--|---|
| Restaurace Jedličkovy lázně(Černošice) | Restaurace Zámecký had (Dobřichovice) |
| Bar a restaurace Bolleta (Černošice) | Restaurace U Tuláka (Dobřichovice) |
| Čínská restaurace FENG SHOU (Černoš.) | Restaurace Weiss chalet (Dobřichovice) |
| Restaurace Club kino (Černošice) | Restaurace Lidový dům (Řevnice) |
| Restaurace U hoblinky (Černošice) | Restaurace U Rysu (Řevnice) |
| Restaurace U Zvonu (Černošice) | Restaurant champion´s Becher Club (Řevnice) |
| Restaurace Monopol (Černošice) | Hotel a restaurace Grand (Řevnice) |
| Restaurace Slánka (Černošice) | Restaurace Koliba Eliška (Karlštejn) |
| Restaurace Kazín (Černošice) | Restaurace U Janu (Karlštejn) |
| Restaurace Pod Lesem (Černošice) | Karlštejnská restaurace (Karlštejn) |
| Restaurace U Králů (Černošice) | Restaurace U Švejka (Karlštejn) |
| Restaurace U Libuše (Černošice) | Hotel restaurant Koruna (Karlštejn) |
| Restaurace Zimní stadion (Černošice) | Restaurace Sokolovna (Hlásná Třebáň) |
| Restaurace Starý Dvůr (Černošice) | Restaurace Česká hospoda (Hlásná Třebáň) |
| Restaurace Na Staré rychtě (Všenory) | Restaurace Pension Rudolfa II. (Hlásná Tř.) |
| Restaurace Na Kovárně (Všenory) | Restaurace Hospůdka na návsi (Hlásná Tř.) |
| Restaurace Olympia (Všenory) | Restaurant U Berounky (Srbsko) |
| Restaurace Lucern Na schůdkách | Restaurant Úlety (Lety) |
| Restaurace Pod vinicí (Dobřichovice) | Hotel restaurace Karlík (Karlík) |

Zdroj: Vlastní šetření

Tab. č. 9 Ostatní stravovací zařízení

| Pohostinství | Pizzerie | Steakhousey |
|---------------------------------|--|------------------------------------|
| Hostinec U Jelínků (Dobř.) | Pizzeria Luna (Černoš.) | Steakhouse U mlsného bobra (Čern.) |
| Pohostinství U Strejčků (Řevn.) | Pizzeria Caffeteria La Teresia (Dobř.) | Steakbar U Mlýna (Černoš.) |
| Pohostinství Tetín (Tetín) | Pizzeria restaurant Traverse (Řevn.) | Steakhouse Řevnice |
| Vinárny | Bary | Cukrárny, kavárny |
| Vinný restaurant Gracie(Čer.) | Ducatibar (Dobř.) | Cukrárna, kavárna Melta (Černoš.) |
| Vinárna U Caldů (Dobř.) | Herna bar Toro (Řevnice) | Cukrárna Mašinka (Černoš.) |
| Vinárna Marika (Dobř.) | | Café bar U Tuláka (Dobřich.) |
| | | Cukrárna Řevnice |
| | | Cukrárna Karlštejn |
| | | Café Úlety (Lety) |

Zdroj: Vlastní šetření

PŘÍLOHA č. 2 – Autobusová spojení Dolní Poberouní

Černošice:

Nádraží Radotín – Choteč – Roblín – Černošice, žel.st.

Linka 313: Sídliště Radotín – Černošice, žel.st. – Černošice, Vráž U transformátoru

Linka 601: Chaplinovo náměstí – Řevnice, nám.

Linka 414: Černošice, II škola – Černošice, žel.st. – Vonoklasy, samoobsluha – Roblín

Linka 415: Černošice, žel.st. – Karlík

Linka 251: Čenkov – Praha

Linka 800: Strašice – Praha

Všenory

Linka 448: Dobřichovice, pošta – Řitka – Mníšek pod Brdy, nám. – Mníšek pod Brdy, ZŠ

Dobřichovice

Linka 601: Chaplinovo nám – Řevnice, nám.

Linka 415: Černošice, žel.st. – Karlík

Linka 448: Dobřichovice, pošta – Řitka – Mníšek pod Brdy, nám. – Mníšek pod Brdy, ZŠ

Linka 251: Venkov – Praha

Linka 800: Strašice – Praha

Karlík

Linka 415: Černošice, žel.st. – Karlík

Linka 251: Čenkov – Praha

Lety

Linka 311: Zličín – Bubovice – Mořina – Mořinka – Řevnice, nám.

Linka 601: Chaplinovo nám. – Řevnice, nám.

Linka 251 Čenkov – Praha

Linka 800: Strašice - Praha

Řevnice

Linka 311: Zličín – Bubovice – Mořina – Mořinka – Řevnice, nám.

Linka 601: Chaplinovo nám. – Řevnice, nám.

Linka 251 Čenkov – Praha

Linka 800: Strašice - Praha

Zadní Třebáň

Linka 006: Beroun – Zadní Třebáň

Linka 015: Králův Dvůr – Liteň – Svinaře – Řevnice

Linka 126: Hořovice – Zadní Třebáň

Hlásná Třebáň

Linka 311: Zličín – Bučovice – Mořina – Mořinka – Řevnice, nám.

Tetín

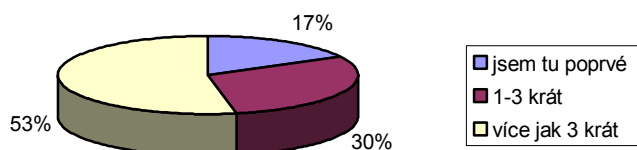
Linka 008: Králův Dvůr – Tetín – Liteň

PŘÍLOHA č. 3 – Vyhodnocení marketingového výzkumu

Vyhodnocení 3. otázky - Kolikrát jste již navštívil toto místo?

Více než polovina (53%) dotázaných navštívila mikroregion více než třikrát. 30% dotázaných zde bylo 1-3 krát a pouze 17% respondentů zde bylo poprvé. Návštěvníci se sem tedy rádi vrací a zřejmě to plánují i do budoucna.

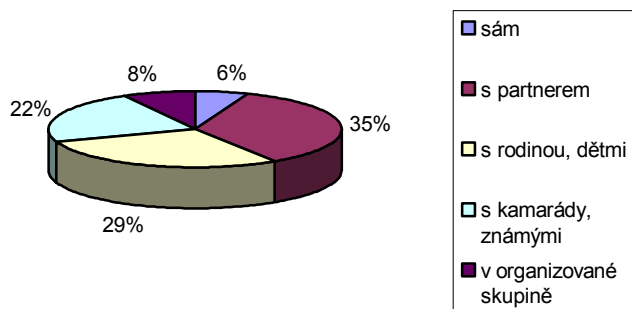
Graf č. 22



Vyhodnocení 4. otázky - S kým jste sem přicestoval?

Dle odpovědí respondentů je zřejmé, že návštěvníci nejraději cestují se svými blízkými, ať už se svými partnery, s rodinou či kamarády. Nejvíce (35%) respondentů přicestovalo do mikroregionu Dolní Berounka s partnerem. Jen o málo méně (29%) dotázaných navštívilo region spolu se svou rodinou či dětmi. Na třetím místě je návštěva místa s kamarády nebo známými (22%). Jen 6% dotázaných však uvedlo, že sem přicestovali sami. Ani cestování v organizované skupině zde není příliš rozšířené – takovou odpověď zvolilo pouze 8%.

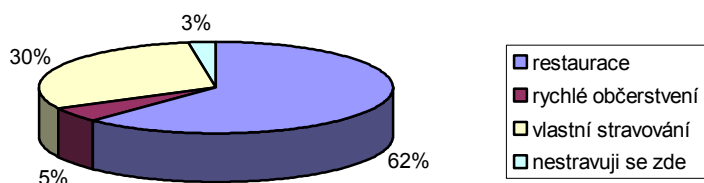
Graf č. 23



Vyhodnocení 8. otázky - Kde využíváte stravovací služby?

Na otázku, kde se respondenti stravují, jich 62% odpovědělo, že v restauracích. Přibližně třetina účastníků výzkumu preferuje vlastní stravování a 5% se jich stravuje v rychlých občerstveních. 3% dotazovaných uvedlo, že se zde vůbec nestravují.

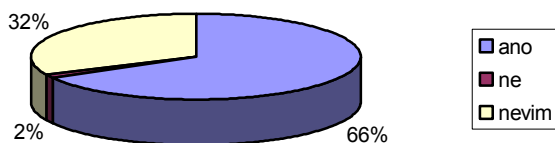
Graf č. 24



Vyhodnocení 9. otázky - Uvažujete o opakované návštěvě?

O oblíbenosti regionu svědčí fakt, že o opakované návštěvě uvažuje 66% dotázaných návštěvníků. 32% respondentů ještě neví, zda budou návštěvu regionu opakovat a jenom 2% účastníků uvedlo, že o opakované návštěvě neuvažují vůbec.

Graf č. 25

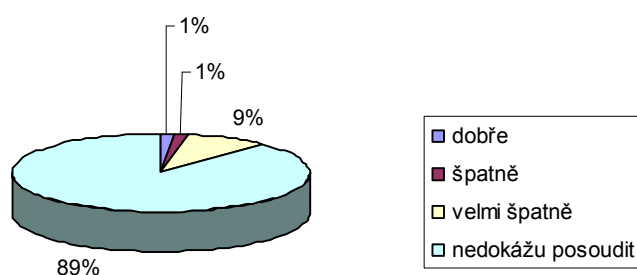


Vyhodnocení 10. otázky - Ohodnoťte služby v regionu

Služby pro lyžaře

Naprostá většina účastníků výzkumu na otázku ohledně služeb pro lyžaře reagovala tak, že je nedokáže posoudit. 9% je ohodnotilo jako velmi špatné. Pouhé 1% hodnotila služby pro lyžaře jako dobré a stejný podíl účastníků jako špatné.

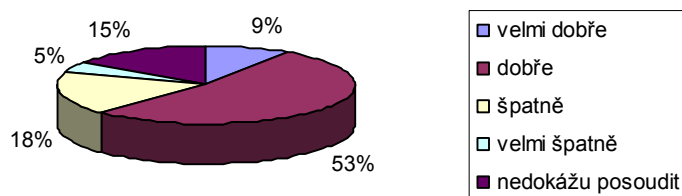
Graf č. 26



Cenová úroveň služeb

Z celkového počtu respondentů hodnotí jich 53% hodnotí cenovou úroveň služeb jako dobrou, 9% jako velmi dobrou. Za špatnou (a tedy vysokou) ji považuje 18% a velmi špatnou 5%. 15% dotázaných nedokáže cenovou úroveň v mikroregionu posoudit.

Graf č. 27

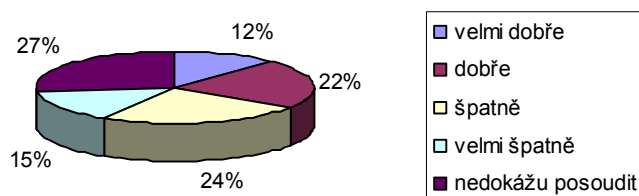


Vyhodnocení 11. otázky – Ohodnot'te infrastrukturu

Nákupní možnosti

Nákupní možnosti v mikroregionu nedokáže téměř třetina (27%) dotázaných posoudit. Jen o něco málo méně (24%) respondentů je považuje za špatné a 15% za velmi špatné. 22% je však hodnotí jako dobré a 12% jako velmi dobré.

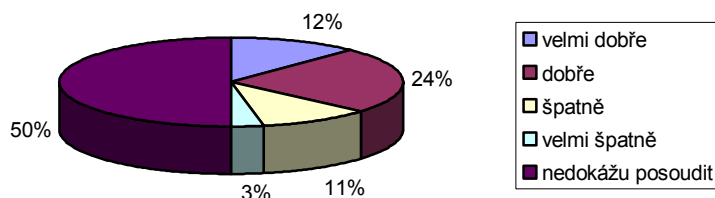
Graf č. 28



Vybavenost regionu pro rodiny s dětmi

Přesně polovina dotázaných návštěvníků nedokáže vybavenost regionu pro rodiny s dětmi posoudit. 24% z celkového počtu zúčastněných však tuto vybavenost hodnotí dobře a 12% jako velmi dobrou. Jen o pouhé procento (11%) respondentů považuje vybavenost pro rodiny s dětmi za špatnou a další 3% za velmi špatnou.

Graf č. 29

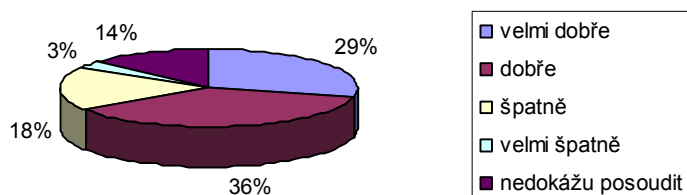


Vyhodnocení 12. otázky - Jak hodnotíte rozvoj cestovního ruchu v této oblasti?

Péče o památky

Další otázkou bylo hodnocení rozvoje cestovního ruchu. Co se týká péče o památky, 36% respondentů ji hodnotí jako dobrou, 29% velmi dobrou. Špatná se zdá 18% návštěvníků a 14% ji nedokáže posoudit. Péči o památky velmi špatně hodnotí 3% dotázaných.

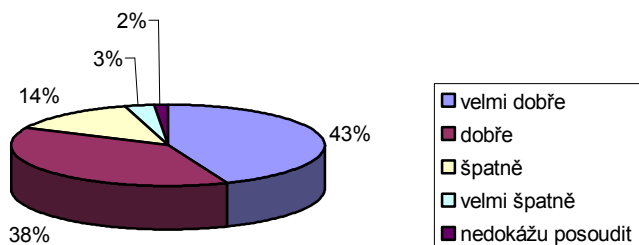
Graf č. 30



Orientační značení

Orientační značení Dolního Poberouní je 43% dotázaných hodnoceno velmi dobře. Dalších 38% lidí jej hodnotí jako dobře. Pro 14% ze všech respondentů je však orientační značení špatné a velmi špatné pro 3%. Pouze 2% účastníků průzkumu nedokáže toto posoudit.

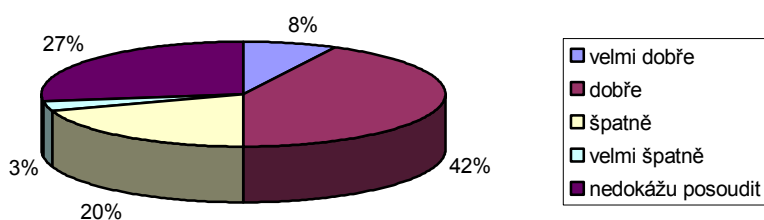
Graf č. 31



Péče o životní prostředí

Péče o životní prostředí je v tomto regionu podle 42% dotázaných dobrá, podle 8% velmi dobrá. Pětina (20%) respondentů ji však hodnotí jako špatnou a další 3% jako velmi špatnou. Skoro třetina (27%) tvrdí, že tuto skutečnost nedokáže posoudit.

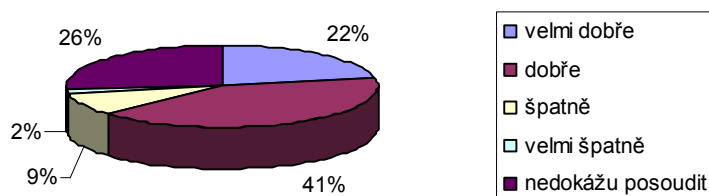
Graf č. 32



Péče o bezpečnost návštěvníků

Péče o bezpečnost návštěvníků v mikroregionu je podle 41% dobrá. 22% návštěvníků ji hodnotí jako velmi dobrou, dalších 26% ji však nedokáže posoudit. Pouze necelá desetina (9%) dotázaných uvedla, že péče o bezpečnost návštěvníků je špatná a podle 2% velmi špatná.

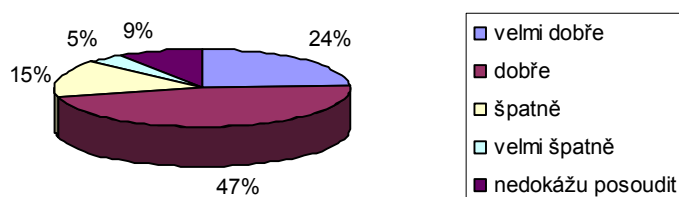
Graf č. 33



Obchodní služby (občerstvení, suvenýry...)

Obchodní služby jako občerstvení či suvenýry jsou pro 47% dotázaných dobré. Téměř čtvrtina účastníků (24%) je považuje za velmi dobré. Podle 15% jsou obchodní služby špatné a jako velmi špatné je hodnotí 5%. Skoro desetina (9%) je nedokáže posoudit.

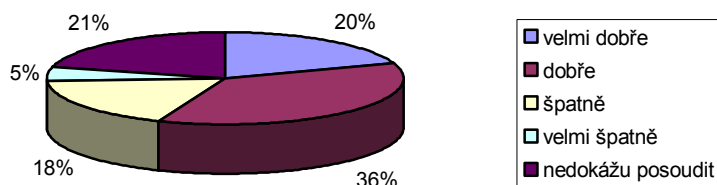
Graf č. 34



Vztah místních k návštěvníkům

Více než třetina (36%) účastníků výzkumu uvedla, že vztah místních k návštěvníkům je v mikroregionu dobrý. Podle další pětiny je dokonce velmi dobrý, jen i jedno procento více účastníků je nedokáže posoudit. Za špatné byly vztahy k návštěvníkům označeny v 18% případech a 5% popsalo vztahy k návštěvníkům jako velmi špatné.

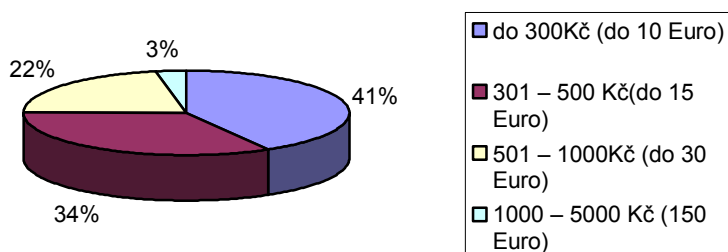
Graf č. 35



Vyhodnocení 16. otázky - Jaké jsou vaše náklady na pobyt na osobu a den v regionu?

Nejvíce respondentů (41%) zde utratí do 300Kč a osobu a den. Dalších 34% zde nechá do 500Kč a náklady do 1000Kč má 22% dotázaných. Pouhá tři procenta dotázaných zde utratí nad 1000Kč za osobu a den.

Graf č. 36



Dopravník Analýza služeb cestovního ruchu

Dotazník

Jmenuji se Kateřina Kouřelová a jsem studentka z
pocházení se specializací na cestovní ruch na Ekonomické fakultě Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Ráda bych Vás požádala o vyplnění následujícího dotazníku. Organizací tohoto průzkumu POLZEM (Český zpravodaj) me na ústředí práce na území Analýza služeb cestovního ruchu v Dobrušce
vložte svůj

prošete kde vyplňujete dotazník):

1) Z jakého města půjíte?

jak daleko cestujete?

a) do 10km

b) do 50km

c) do 100km

d) dle 100km

2) Jak dlouhý mánujete pobyt v tomto regionu?

a) bez noclehů

b) do 2 přenocování

c) do 7 přenocování

d) delší než 7 přenocování

3) Kolikrát jste již navštívila toto místo?

a) první to pobyť

b) 2-3 krát

c) více jak 3 krát

4) S kým jste se přestavovala v

a) s dětmi

b) s kamarády

c) s rodinou, přáteli

d) s kamarády, známými

e) v organizované skupině

5) Jaký je účel Vaší cesty?

a) poznávací

b) relaxační

c) školení

d) kongresový účel (místo, seznámení)

e) práce

f) zájezd

g) nákup

h) sport

o) jiné (specifické...)

6) Které atrakce v regionu jsou pro Vás nejzajímavější?

a) přírodní

b) estetická

c) vlna, vlny, koupel

d) péče o duševní (lyžování, kovářství)

e) poznávací

f) ekonomické

g) církevní (přibylka)

h) kulturní akce

i) záruka

j) jiné (specifické)

7) V jakém ubytovacím zařízení jste ubytována?

a) hotel

b) penzion, hotel, apartm.

c) kemp, tábořiště

d) apartmá, pronájem pokojů

e) nájedovných, turistických

f) vlastní ubytování

g) bez ubytování

8) Jaké vy užívalte ubytovací služby?

a) pronájem

b) jiné ubytování

c) vlastní ubytování

d) ostatní (specifické)

9) Uvažujete o opakovaném návštěvě? Pokud ano, v jakém časovém

horizontu? (málokdy, několikrát, často...)

a) málokdy a časově nezávisle

b) ne

c) často

14) Ohodnotte služby v regionu následující skupině:

1 – velmi dobře

2 – dobře

3 – špatně

1 – velmi špatně

2 – zcela špatně

a) ubytovací služby:

b) stravovací služby:

c) služby pro nakupující:

d) služby pro cyklisty:

e) služby pro lyžáře:

f) bezpečnost veřejných služeb:

11) Ohodnotte infrastrukturu stejnou skupině:

a) množství a dostupnost kapacit:

b) rozložení a dostupnost různých typů kapacit:

c) časování jednotlivých úprav (úroveň komunikací, parkování, ...):

d) herní nádobí:

e) vybavenost regionu pro sportovní aktivity:

f) ochrana životního prostředí:

g) společenské vyžití a záznam:

h) vybavenost regionu pro rodiny s dětmi:

12) Jaké budování nových CIH v této oblasti? (včetně stavby):

a) nové a památky:

b) pokračování financování o regionu:

c) orient. Zpracování:

d) péče o životní prostředí:

e) investiční mas. investice:

f) programy pro volný čas:

g) sbližování služeb občanské služby:

h) vztah národních a civilt. politik:

13) Co nejvíce postarádáte v tomto regionu? (vyplňte):

14) Co se Vám v tomto regionu nejvíce líbí?:

15) Jaké jsou se a jaké oblasti důležitější informací zdrojů – ukažte tři odpovědi:

a) turistické informační centra

b) občanské služby občanské služby

c) muzea a

d) programy v oblasti

e) turistické

f) turistické odpracování ve sčítání

g) informace od turistických organizací

h) jinak: jak?

16) Jaké jsou Vaše úsilí na pobyt v regionu za osobu a den?

a) do 200 Kč (do 10 Euro)

b) 201 – 500 Kč (do 15 Euro)

c) 501 – 1000 Kč (do 30 Euro)

d) 1001 – 1500 Kč (do 150 Euro)

e) nad 1500 Kč (nad 150 Euro)

17) Věk:

a) do 25 let

b) 26-45 let

c) 46-65 let

d) 66-85 let

e) 86 a více

18) Vzdělání:

a) základní

b) vyučitel v oblasti

c) střední a vyšší odborné (pa. VOŠ);

d) vysoké odborné

19) Druhové

a) žena

b) muž

Všechna a Vaše údaje ze vyplnění tohoto dotazníku a její Vaši příslušný pobyt

Eine Umfrage Eine Analyse der Dienstleistungen für Touristen in Dubai, Emirati

Halbe Beschriftung von 2012, 2013, 2014, 2015

1) 20 Jahre: Mängeln (1-5) und ich stünde in 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. 11. 12. 13. 14. 15. 16. 17. 18. 19. 20. 21. 22. 23. 24. 25. 26. 27. 28. 29. 30. 31. 32. 33. 34. 35. 36. 37. 38. 39. 40. 41. 42. 43. 44. 45. 46. 47. 48. 49. 50. 51. 52. 53. 54. 55. 56. 57. 58. 59. 60. 61. 62. 63. 64. 65. 66. 67. 68. 69. 70. 71. 72. 73. 74. 75. 76. 77. 78. 79. 80. 81. 82. 83. 84. 85. 86. 87. 88. 89. 90. 91. 92. 93. 94. 95. 96. 97. 98. 99. 100. 101. 102. 103. 104. 105. 106. 107. 108. 109. 110. 111. 112. 113. 114. 115. 116. 117. 118. 119. 120. 121. 122. 123. 124. 125. 126. 127. 128. 129. 130. 131. 132. 133. 134. 135. 136. 137. 138. 139. 140. 141. 142. 143. 144. 145. 146. 147. 148. 149. 150. 151. 152. 153. 154. 155. 156. 157. 158. 159. 160. 161. 162. 163. 164. 165. 166. 167. 168. 169. 170. 171. 172. 173. 174. 175. 176. 177. 178. 179. 180. 181. 182. 183. 184. 185. 186. 187. 188. 189. 190. 191. 192. 193. 194. 195. 196. 197. 198. 199. 200. 201. 202. 203. 204. 205. 206. 207. 208. 209. 210. 211. 212. 213. 214. 215. 216. 217. 218. 219. 220. 221. 222. 223. 224. 225. 226. 227. 228. 229. 230. 231. 232. 233. 234. 235. 236. 237. 238. 239. 240. 241. 242. 243. 244. 245. 246. 247. 248. 249. 250. 251. 252. 253. 254. 255. 256. 257. 258. 259. 260. 261. 262. 263. 264. 265. 266. 267. 268. 269. 270. 271. 272. 273. 274. 275. 276. 277. 278. 279. 280. 281. 282. 283. 284. 285. 286. 287. 288. 289. 290. 291. 292. 293. 294. 295. 296. 297. 298. 299. 300. 301. 302. 303. 304. 305. 306. 307. 308. 309. 310. 311. 312. 313. 314. 315. 316. 317. 318. 319. 320. 321. 322. 323. 324. 325. 326. 327. 328. 329. 330. 331. 332. 333. 334. 335. 336. 337. 338. 339. 340. 341. 342. 343. 344. 345. 346. 347. 348. 349. 350. 351. 352. 353. 354. 355. 356. 357. 358. 359. 360. 361. 362. 363. 364. 365. 366. 367. 368. 369. 370. 371. 372. 373. 374. 375. 376. 377. 378. 379. 380. 381. 382. 383. 384. 385. 386. 387. 388. 389. 390. 391. 392. 393. 394. 395. 396. 397. 398. 399. 400. 401. 402. 403. 404. 405. 406. 407. 408. 409. 410. 411. 412. 413. 414. 415. 416. 417. 418. 419. 420. 421. 422. 423. 424. 425. 426. 427. 428. 429. 430. 431. 432. 433. 434. 435. 436. 437. 438. 439. 440. 441. 442. 443. 444. 445. 446. 447. 448. 449. 450. 451. 452. 453. 454. 455. 456. 457. 458. 459. 460. 461. 462. 463. 464. 465. 466. 467. 468. 469. 470. 471. 472. 473. 474. 475. 476. 477. 478. 479. 480. 481. 482. 483. 484. 485. 486. 487. 488. 489. 490. 491. 492. 493. 494. 495. 496. 497. 498. 499. 500. 501. 502. 503. 504. 505. 506. 507. 508. 509. 510. 511. 512. 513. 514. 515. 516. 517. 518. 519. 520. 521. 522. 523. 524. 525. 526. 527. 528. 529. 530. 531. 532. 533. 534. 535. 536. 537. 538. 539. 540. 541. 542. 543. 544. 545. 546. 547. 548. 549. 550. 551. 552. 553. 554. 555. 556. 557. 558. 559. 560. 561. 562. 563. 564. 565. 566. 567. 568. 569. 570. 571. 572. 573. 574. 575. 576. 577. 578. 579. 580. 581. 582. 583. 584. 585. 586. 587. 588. 589. 590. 591. 592. 593. 594. 595. 596. 597. 598. 599. 600. 601. 602. 603. 604. 605. 606. 607. 608. 609. 610. 611. 612. 613. 614. 615. 616. 617. 618. 619. 620. 621. 622. 623. 624. 625. 626. 627. 628. 629. 630. 631. 632. 633. 634. 635. 636. 637. 638. 639. 640. 641. 642. 643. 644. 645. 646. 647. 648. 649. 650. 651. 652. 653. 654. 655. 656. 657. 658. 659. 660. 661. 662. 663. 664. 665. 666. 667. 668. 669. 670. 671. 672. 673. 674. 675. 676. 677. 678. 679. 680. 681. 682. 683. 684. 685. 686. 687. 688. 689. 690. 691. 692. 693. 694. 695. 696. 697. 698. 699. 700. 701. 702. 703. 704. 705. 706. 707. 708. 709. 710. 711. 712. 713. 714. 715. 716. 717. 718. 719. 720. 721. 722. 723. 724. 725. 726. 727. 728. 729. 730. 731. 732. 733. 734. 735. 736. 737. 738. 739. 740. 741. 742. 743. 744. 745. 746. 747. 748. 749. 750. 751. 752. 753. 754. 755. 756. 757. 758. 759. 760. 761. 762. 763. 764. 765. 766. 767. 768. 769. 770. 771. 772. 773. 774. 775. 776. 777. 778. 779. 780. 781. 782. 783. 784. 785. 786. 787. 788. 789. 790. 791. 792. 793. 794. 795. 796. 797. 798. 799. 800. 801. 802. 803. 804. 805. 806. 807. 808. 809. 810. 811. 812. 813. 814. 815. 816. 817. 818. 819. 820. 821. 822. 823. 824. 825. 826. 827. 828. 829. 830. 831. 832. 833. 834. 835. 836. 837. 838. 839. 840. 841. 842. 843. 844. 845. 846. 847. 848. 849. 850. 851. 852. 853. 854. 855. 856. 857. 858. 859. 860. 861. 862. 863. 864. 865. 866. 867. 868. 869. 870. 871. 872. 873. 874. 875. 876. 877. 878. 879. 880. 881. 882. 883. 884. 885. 886. 887. 888. 889. 890. 891. 892. 893. 894. 895. 896. 897. 898. 899. 900. 901. 902. 903. 904. 905. 906. 907. 908. 909. 910. 911. 912. 913. 914. 915. 916. 917. 918. 919. 920. 921. 922. 923. 924. 925. 926. 927. 928. 929. 930. 931. 932. 933. 934. 935. 936. 937. 938. 939. 940. 941. 942. 943. 944. 945. 946. 947. 948. 949. 950. 951. 952. 953. 954. 955. 956. 957. 958. 959. 960. 961. 962. 963. 964. 965. 966. 967. 968. 969. 970. 971. 972. 973. 974. 975. 976. 977. 978. 979. 980. 981. 982. 983. 984. 985. 986. 987. 988. 989. 990. 991. 992. 993. 994. 995. 996. 997. 998. 999. 1000.

Wie oft, an dem Sie diese Umfrage beantwortet.....

1) Was war die erste Frage, die Sie beantwortet.....

- a) 1-5 (100%)
- b) 1-5 (100%)
- c) 1-5 (100%)
- d) 1-5 (100%)

2) Wie lang haben Sie hier zu bleiben?

- a) 1-5 (100%)
- b) 1-5 (100%)
- c) 1-5 (100%)
- d) 1-5 (100%)

3) Wie oft haben Sie schon diese Region besucht?

- a) 1-5 (100%)
- b) 1-5 (100%)
- c) 1-5 (100%)
- d) 1-5 (100%)

4) Wie waren die hierher gekommen?

- a) 1-5 (100%)
- b) 1-5 (100%)
- c) 1-5 (100%)
- d) 1-5 (100%)

5) Zu welchem Zweck haben Sie diese Reise unternommen?

- a) 1-5 (100%)
- b) 1-5 (100%)
- c) 1-5 (100%)
- d) 1-5 (100%)

6) Wie oft haben Sie diese Umfrage beantwortet.....

- a) 1-5 (100%)
- b) 1-5 (100%)
- c) 1-5 (100%)
- d) 1-5 (100%)

7) Was war die erste Frage, die Sie beantwortet.....

- a) 1-5 (100%)
- b) 1-5 (100%)
- c) 1-5 (100%)
- d) 1-5 (100%)

8) Wie lang haben Sie hier zu bleiben?

- a) 1-5 (100%)
- b) 1-5 (100%)
- c) 1-5 (100%)
- d) 1-5 (100%)

9) Wie oft haben Sie schon diese Region besucht?

- a) 1-5 (100%)
- b) 1-5 (100%)
- c) 1-5 (100%)
- d) 1-5 (100%)

10) Wie waren die hierher gekommen?

- a) 1-5 (100%)
- b) 1-5 (100%)
- c) 1-5 (100%)
- d) 1-5 (100%)

11) Zu welchem Zweck haben Sie diese Reise unternommen?

- a) 1-5 (100%)
- b) 1-5 (100%)
- c) 1-5 (100%)
- d) 1-5 (100%)

10) Welche Auswirkungen hat die Digitalisierung auf die Dienstleistungen für kleine Unternehmen?
 a) Durch die Digitalisierung können kleine Unternehmen ihre Kunden besser erreichen und ihre Prozesse optimieren.
 b) Durch die Digitalisierung können kleine Unternehmen ihre Kosten senken und ihre Wettbewerbsfähigkeit erhöhen.
 c) Durch die Digitalisierung können kleine Unternehmen ihre Flexibilität erhöhen und sich schneller an Marktveränderungen anpassen.
 d) Durch die Digitalisierung können kleine Unternehmen ihre Kundenzufriedenheit erhöhen und ihre Kundenbindung stärken.

11) Berechnen Sie Ihre die Infrastruktur (die gleiche Stadt) für die Wirtschaft und Planung der Identifizierungsmöglichkeiten:
 a) Die Wirtschaft ist ein wichtiger Faktor für die Identifizierungsmöglichkeiten.
 b) Die Infrastruktur ist ein wichtiger Faktor für die Identifizierungsmöglichkeiten.
 c) Die Identifizierungsmöglichkeiten sind ein wichtiger Faktor für die Wirtschaft.
 d) Die Identifizierungsmöglichkeiten sind ein wichtiger Faktor für die Infrastruktur.

12) Welche Vorteile hat die Kundenzufriedenheit? (siehe obere Seite)
 a) Die Kundenzufriedenheit ist ein wichtiger Faktor für den Erfolg eines Unternehmens.
 b) Die Kundenzufriedenheit ist ein wichtiger Faktor für die Identifizierungsmöglichkeiten.
 c) Die Kundenzufriedenheit ist ein wichtiger Faktor für die Wirtschaft.
 d) Die Kundenzufriedenheit ist ein wichtiger Faktor für die Infrastruktur.

13) Was versteht man unter Kundenzufriedenheit?
 a) Kundenzufriedenheit ist die Zufriedenheit der Kunden mit den Leistungen eines Unternehmens.
 b) Kundenzufriedenheit ist die Zufriedenheit der Kunden mit den Produkten eines Unternehmens.
 c) Kundenzufriedenheit ist die Zufriedenheit der Kunden mit den Mitarbeitern eines Unternehmens.
 d) Kundenzufriedenheit ist die Zufriedenheit der Kunden mit den Dienstleistungen eines Unternehmens.

14) Was hat Einfluss auf die Kundenzufriedenheit?
 a) Die Kundenzufriedenheit wird durch die Qualität der Leistungen beeinflusst.
 b) Die Kundenzufriedenheit wird durch die Reaktionszeit beeinflusst.
 c) Die Kundenzufriedenheit wird durch die Flexibilität beeinflusst.
 d) Die Kundenzufriedenheit wird durch die Kommunikation beeinflusst.

15) Welche Auswirkungen hat die Digitalisierung auf die Kundenzufriedenheit?
 a) Durch die Digitalisierung können Unternehmen ihre Kundenzufriedenheit erhöhen und ihre Kundenbindung stärken.
 b) Durch die Digitalisierung können Unternehmen ihre Kundenzufriedenheit senken und ihre Kundenbindung schwächen.
 c) Durch die Digitalisierung können Unternehmen ihre Kundenzufriedenheit stabil halten und ihre Kundenbindung aufrechterhalten.
 d) Durch die Digitalisierung können Unternehmen ihre Kundenzufriedenheit nicht beeinflussen und ihre Kundenbindung nicht aufrechterhalten.

16) Welche Auswirkungen hat die Digitalisierung auf die Kundenzufriedenheit?
 a) Durch die Digitalisierung können Unternehmen ihre Kundenzufriedenheit erhöhen und ihre Kundenbindung stärken.
 b) Durch die Digitalisierung können Unternehmen ihre Kundenzufriedenheit senken und ihre Kundenbindung schwächen.
 c) Durch die Digitalisierung können Unternehmen ihre Kundenzufriedenheit stabil halten und ihre Kundenbindung aufrechterhalten.
 d) Durch die Digitalisierung können Unternehmen ihre Kundenzufriedenheit nicht beeinflussen und ihre Kundenbindung nicht aufrechterhalten.

17) Welche Auswirkungen hat die Digitalisierung auf die Kundenzufriedenheit?
 a) Durch die Digitalisierung können Unternehmen ihre Kundenzufriedenheit erhöhen und ihre Kundenbindung stärken.
 b) Durch die Digitalisierung können Unternehmen ihre Kundenzufriedenheit senken und ihre Kundenbindung schwächen.
 c) Durch die Digitalisierung können Unternehmen ihre Kundenzufriedenheit stabil halten und ihre Kundenbindung aufrechterhalten.
 d) Durch die Digitalisierung können Unternehmen ihre Kundenzufriedenheit nicht beeinflussen und ihre Kundenbindung nicht aufrechterhalten.

18) Welche Auswirkungen hat die Digitalisierung auf die Kundenzufriedenheit?
 a) Durch die Digitalisierung können Unternehmen ihre Kundenzufriedenheit erhöhen und ihre Kundenbindung stärken.
 b) Durch die Digitalisierung können Unternehmen ihre Kundenzufriedenheit senken und ihre Kundenbindung schwächen.
 c) Durch die Digitalisierung können Unternehmen ihre Kundenzufriedenheit stabil halten und ihre Kundenbindung aufrechterhalten.
 d) Durch die Digitalisierung können Unternehmen ihre Kundenzufriedenheit nicht beeinflussen und ihre Kundenbindung nicht aufrechterhalten.

19) Welche Auswirkungen hat die Digitalisierung auf die Kundenzufriedenheit?
 a) Durch die Digitalisierung können Unternehmen ihre Kundenzufriedenheit erhöhen und ihre Kundenbindung stärken.
 b) Durch die Digitalisierung können Unternehmen ihre Kundenzufriedenheit senken und ihre Kundenbindung schwächen.
 c) Durch die Digitalisierung können Unternehmen ihre Kundenzufriedenheit stabil halten und ihre Kundenbindung aufrechterhalten.
 d) Durch die Digitalisierung können Unternehmen ihre Kundenzufriedenheit nicht beeinflussen und ihre Kundenbindung nicht aufrechterhalten.



PŘÍLOHA č.6
REGION DOLNÍ POBEROUNÍ

