

**JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH
BUDĚJOVICÍCH**

Ekonomická fakulta

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

2010

Pavla Melanová

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

**Využití středisek rekreace Lipno nad Vltavou
a Frymburk v turistické oblasti Šumava – východ
pro cestovní ruch**

Vedoucí bakalářské práce:

RNDr. Blažena Gehinová

Autorka

Pavla Melanová

2010

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Pavla MELANOVÁ**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**

Název tématu: **Využití středisek rekreace Lipno nad Vltavou a Frymburk
v turistické oblasti Šumava - východ pro cestovní ruch**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cíl práce:

Analyzovat složky primární a sekundární nabídky cestovního ruchu ve zvoleném území. Na základě provedené analýzy potřeb a požadavků návštěvníků navrhnout nový produkt cestovního ruchu.

Metodický postup:

1. Studium teoretických východisek řešeného problému
2. Situační analýza území
3. Analýza potřeb a požadavků návštěvníků
4. Návrh optimální nabídky cestovního ruchu pro vybrané segmenty turistů

Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Cíle a metodika. 3. Literární rešerše. 4. Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání. 5. Vlastní návrhy. 6. Závěr. 7. Seznam literatury. 8. Přílohy.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**
Rozsah pracovní zprávy: **30 - 40 stran**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

GEHINOVÁ, B. *Geografie cestovního ruchu*. České Budějovice: Ekonomická fakulta JU, 2008.

HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch*. Praha: Nakladatelství Fortuna, 2006.

HORNER, S., SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: GRADA Publishing, 2003.

KIRAL'OVÁ, A. *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress, 2003.

KOZEL, R. *Moderní marketingový výzkum*. Praha: GRADA Publishing, 2006.


Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007-2013. Praha: MMR ČR, 2006.

VYSTOUPIL, J. a kol. *Atlas cestovního ruchu České republiky*. Praha: MMR ČR, 2006.

Vedoucí bakalářské práce: **RNDr. Blažena Gehinová**
Katedra obchodu a cestovního ruchu


Datum zadání bakalářské práce: **15. února 2009**

Termín odevzdání bakalářské práce: **15. dubna 2010**


prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.

děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
ISS: JIHOČESKÁ UNIVERZITA
370 05 České Budějovice
IČ 600 76 658, DIČ CZ60076658


Ing. Kamil Pícha, Ph.D.

vedoucí katedry

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma: „Využití středisek rekreace Lipno nad Vltavou a Frymburk v turistické oblasti Šumava – východ pro cestovní ruch“ vypracovala samostatně na základě vlastních zjištění a materiálů, které uvádím v seznamu použité literatury.

Dále prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejich internetových stránkách.

Ve Strakonici dne

.....

Poděkování

Děkuji vedoucí práce paní RNDr. Blaženě Gehinová za odborné vedení při zpracování mé bakalářské práce.

OBSAH

1	ÚVOD	1
2	CÍLE A METODIKA	3
3	LITERÁRNÍ REŠERŽE	4
3.1	Cestovní ruch	4
3.1.1	Cestovní ruch jako systém	5
3.1.2	Destinace cestovního ruchu	5
3.1.3	Produkt cestovního ruchu	6
3.1.4	Služby cestovního ruchu	7
3.2	Primární a sekundární nabídka cestovního ruchu	9
3.2.1	Lokalizační předpoklady cestovního ruchu	9
3.2.2	Realizační předpoklady cestovního ruchu	10
3.3	Marketing cestovního ruchu	11
3.3.1	Marketingové turistické regiony	13
3.3.2	Marketingové turistické oblasti	14
3.3.3	Marketing destinací	15
3.3.4	Marketing středisek	15
3.3.5	Marketingový výzkum v cestovním ruchu	16
4	VYMEZENÍ ÚZEMÍ STŘEDISKA LIPNO NAD VLTAVOU A FRYMBURK V TURISTICKÉ OBLASTI ŠUMAVA – VÝCHOD	19
5	ANALÝZA SLOŽEK PRIMÁRNÍ NABÍDKY CESTOVNÍHO RUCHU	21
5.1	Přírodní předpoklady a atraktivity	21
5.1.1	Morfologické předpoklady a reliéf	21
5.1.2	Klimatické předpoklady	22
5.1.3	Hydrologické předpoklady	22
5.1.4	Fauna a flóra	23
5.1.5	Chráněná území	24
5.2	Kulturně-historické předpoklady	25
5.2.1	Kulturně-historické památky a atraktivity	25
5.2.2	Kulturní zařízení a kulturní akce	27
5.2.3	Sportovní a zábavní zařízení a společenské akce	29

6	ANALÝZA SLOŽEK SEKUNDÁRNÍ NABÍDKY CESTOVNÍHO RUCHU	39
6.1	Dopravní služby	39
6.2	Ubytovací služby	41
6.3	Stravovací služby	42
6.4	Doplňkové služby	44
7	ANALÝZA POTŘEB A POŽADAVKŮ NÁVŠTĚVNÍKŮ	46
7.1	Dotazníkové šetření – výsledky	46
7.2	Profil návštěvníka	57
7.3	Zodpovězení hypotéz	57
7.4	Návrh optimální nabídky cestovního ruchu pro vybrané segmenty turistů	58
8	ZÁVĚR	62
9	SUMMARY	
10	SEZNAM LITERATURY	
	SEZNAM TABULEK A GRAFŮ	
	SEZNAM PŘÍLOH	
	PŘÍLOHY	

1 ÚVOD

„Cestovní ruch je významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáváním a naplněním vlastních snů z příjemné dovolené. Je součástí spotřeby a způsobu života obyvatel zejména ekonomicky vyspělých zemí. Ve světovém měřítku patří vedle obchodu s ropou a automobilovým průmyslem ke třem největším exportním odvětvím.“ (Hesková, 2006)

Cestování a cestovní ruch patří od pradávna mezi oblíbené lidské aktivity. Výpravy nejprve vedly po souši a po vodě, později vzduchem a nakonec i vesmírem. Motivy cestování byly objevitelské, obchodní, náboženské, vojenské a politické. K nejvýznamnějším osobnostem, které ovlivnili počátky cestování, bezpochyby patří Marco Polo a Kryštof Kolumbus. Za zakladatele moderního cestovního ruchu je považován Thomas Cook, který v roce 1841 založil první a dodnes fungující cestovní kancelář.

V posledních letech se průmysl cestovního ruchu stává jedním z nejvýznamnějších odvětví světové ekonomiky. Stává se tak globálním fenoménem. Rozvoj cestovního ruchu je tedy velmi důležitý pro ekonomický a sociální rozvoj většiny zemí. Díky svému podílu na světové ekonomice se řadí na třetí místo za obchod s ropou a ropnými produkty a za automobilový průmysl. Zaměstnanost je potom nejdůležitějším aspektem sociální oblasti. Cestovní ruch je také důležitou součástí tzv. průmyslu volného času. (Horner, Swarbrooke, 2003)

Česká republika jako turistická destinace může potenciálnímu návštěvníkovi nabídnout mnoho různorodých možností pro trávení dovolené. Najdeme zde výborné podmínky pro rekreační, horskou, vodní, pěší, poznávací, dobrodružnou, venkovskou, mysliveckou a rybářskou, poutní, zdravotní a lázeňskou turistiku a mnoho dalších. Jihočeský kraj je pak jeden z regionů s největším potenciálem pro rozvoj cestovního ruchu v České republice. Tento kraj skýtá velké množství historických a kulturních atraktivit a obrovský přírodní potenciál. Umožňuje rozvoj téměř všech hlavních forem turistiky. Nejvýznamnější oblastí letní rekreace u vody je bezpodmínečně okolí vodní nádrže Lipno. Právě touto oblastí se zabývá tato bakalářská práce. Je analýzou lokalizačních a realizačních předpokladů pro cestovní ruch ve střediskách rekreace Lipno nad Vltavou a Frymburk. Na základě výsledků dotazníkového šetření

u návštěvníků těchto středisek je navržen nový produkt cestovního ruchu, který se snaží naplňovat některé, zatím neuspokojené, potřeby a požadavky návštěvníků těchto středisek.

2 CÍLE A METODIKA

2.1 Cíle práce

Analyzovat primární a sekundární nabídku cestovního ruchu v území Lipno nad Vltavou a Frymburk. Na základě provedené analýzy potřeb a požadavků návštěvníků navrhnout nový produkt cestovního ruchu.

2.1.1 Pracovní hypotézy

- Návštěvníci nevyužívají v plné míře služeb informačních středisek.
- Nabídka sportovních zařízení a sportovního vyžití je pro návštěvníky dostatečná.
- Turisté navštěvují rekreační střediska Lipno nad Vltavou a Frymburk hlavně v letní sezóně.

2.2 Metodika

Teoretická část má sloužit jako úvod do problému, který je řešen v bakalářské práci. Vychází z teorie cestovního ruchu, jsou zde také uvedeny a vysvětleny základní pojmy, týkající se cestovního ruchu.

Při vypracovávání analytické a syntetické části bakalářské práce byla využita data primární i sekundární.

Pro získání primárních informací bylo využito terénní šetření prostřednictvím dotazníků. Logicky prvním krokem bylo sestavení dotazníku, který obsahuje jak uzavřené otázky s možností více než dvou odpovědí, tak i otevřené otázky. Dotazování bylo provedeno v hlavní letní turistické sezóně v různých částech rekreačních středisek Lipno nad Vltavou a Frymburk. K zpracování takto získaných dat byl použit program Microsoft Excel, a to hlavně funkce tvorby grafů.

Sekundárním zdrojem bylo studium odborné literatury dokumentů, statistik a atlasů, týkající se především cestovního ruchu a řešeného území. Mezi další důležité zdroje informací patří bezpochyby internet. Tato část je věnována hloubkové charakteristice zkoumaného území. Praktická část představuje a přibližuje současnou tvář středisek rekreace Lipno nad Vltavou a Frymburk.

3 LITERÁRNÍ REŠERŠE

3.1 Cestovní ruch

Jak již bylo řečeno v úvodu, cestovní ruch dnes patří k nejvýznamnějším ekonomickým a sociálním aspektům současné společnosti. Je velmi těžké přesně definovat pojem cestovní ruch (angl. tourism), proto také ještě donedávna existovalo mnoho různých definic, které byly autor od autora více či méně odlišné. Na tento popud Světová organizace cestovního ruchu roku 1991 v Kanadské Ottawě na mezinárodní konferenci o statistice cestovního ruchu přijala tuto definici: „Cestovní ruch je činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě.“ (Hesková, 2006, str. 13).

Základy tomuto výkladu položil švýcarský profesor C. Kaspar, který cestovní ruch označil za souhrn vztahů a jevů, které vyplývají z cestování anebo pobytu osob, přičemž místo pobytu není hlavním ani trvalým místem bydlení nebo zaměstnání. (Hesková, 2006)

Horner a Swarbrooke (2003, str. 53) zjednodušili a zobecnili definici cestovního ruchu jako „krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností“.

Výkladový slovník cestovního ruchu vysvětluje cestovní ruch jako 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 rozvoje a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně-správních aktivit a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity. (Pásková, Zelenka, 2002)

Petrů (1994, str. 23) definuje cestovní ruch jako „dočasnou změnu místa pobytu, tj. cestování a přebývání mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, a to za účelem rekreace, rozvoje poznání a spojení mezi lidmi.“

3.1.1 Cestovní ruch jako systém

Systémem se podle ABZ slovníku cizích slov rozumí uspořádaný celek, soustava věcí nebo myšlenek.

„Cestovní ruch je otevřený a dynamický systém, který tvoří dva podsystemy, 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. Jde o ekonomické, politické, sociální, technicko-technologické a ekologické prostředí.“ (Hesková, 2006, str. 12)

Subjekt cestovního ruchu je účastník, který svou účastí chce uspokojit své potřeby s využitím služeb cestovního ruchu. Světová organizace cestovního ruchu definuje, kdo je v destinaci účastníkem cestovního ruchu:

- místní obyvatel – resident je v domácím cestovním ruchu osoba, která žije alespoň šest po sobě následujících měsíců v jednom místě před příchodem do jiného místa na dobu kratší než šest měsíců
- návštěvník – visitor je v domácím cestovním ruchu osoba, která cestuje na místo mimo běžného životního prostředí na kratší období než šest měsíců, přičemž hlavní účel návštěvy je jiný, než vykonávání výdělečné činnosti
- turista – tourist, short-term tourist je v domácím cestovním ruchu návštěvník trvale usazený v zemi, který cestuje na dobu zahrnující minimálně jedno přenocování, ale ne delší dobu než šest měsíců; v případě, že turista přenocuje tři a vícekrát, jde o turistu na dovolené – holidaymaker
- výletník – excursionist, same-day visitor je návštěvník, který cestuje na kratší dobu než 24 hodin bez toho, aby přenocoval v navštívené destinaci. (Hesková, 2006)

Objektem cestovního ruchu je vše, jehož cílem je změna místa pobytu. Z toho vyplývá, že je to nabídka cestovního ruchu. Ta je tvořena cílovým místem, ale také podniky cestovního ruchu.

3.1.2 Destinace cestovního ruchu

„Destinace cestovního ruchu je přirozeným celkem, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných destinací.“ (Kirářová, 2003, str. 15)

Podle Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO) představuje destinace místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina vybírá pro svou návštěvu a které poskytovatelé přinášejí na trh. (www.world-tourism.org).

Výkladový slovník cestovního ruchu (Pásková, Zelenka, 2002) pod pojmem destinace cestovního ruchu rozumí v užším slova smyslu cílovou oblast v daném regionu, pro kterou je typická významná nabídka atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu a v širším slova smyslu země, regiony, lidská sídla a další oblasti, které jsou typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami a další infrastrukturou cestovního ruchu, jejichž výsledkem je velká dlouhodobá koncentrace návštěvníků.

3.1.3 Produkt cestovního ruchu

Produkt je cokoli, co lze nabídnout trhu k prozkoumání, získání, užívání nebo ke spotřebě a co může uspokojit nějakou potřebu, požadavek nebo přání. Mohou to být hmotné předměty, služby, zkušenosti, události, osoby, místa, vlastnosti, organizace, informace a myšlenky. (Kotler, 2001)

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

Cestovní ruch je oborem, jehož produkt je vysoce specifický. Produktem cestovního ruchu je služba, jeho specifikem je především osobní poskytování, nemožnost skladovat služby, omezená životnost, častá je platba předem za produkt, který ale není možné předem vyzkoušet, ovlivnění faktory, které jednotlivě nebo v jejich kombinaci nelze nebo pouze omezeně lze ovlivnit. Produkt cestovního ruchu má také své typické rysy, jako je komplexnost, snadná kopírovatelnost, subjektivita prožívání spotřeby produktu, jeho snadná nahraditelnost, vysoký podíl lidské práce a dotváření lidským faktorem. (Zelenka, 2007)

Produkt cestovního ruchu tedy slouží k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu mimo trvalé bydliště a to vždy ve volném čase. Účastník by přitom měl dostat pokaždé komplexní zážitek – odpočinout si, možnost sportování, kulturního vyžití, společenského kontaktu, apod. Produkt také umožňuje výměnu vztahů mezi nakupujícími a prodávajícími.

„Souborný produkt cestovního ruchu sestává z následujících komponentů:

- primární nabídka destinace, která ovlivňuje motivaci a determinuje výběr destinace návštěvníků
- sekundární nabídka destinace, která vytváří podmínky pro pobyt a umožňuje využít primární nabídku destinace
- přístupnost destinace, kterou rozumíme náklady, rychlost a pohodlí návštěvníka při dosažení destinace
- image destinace, který silně ovlivňuje výběr destinace, jakož i image zařízení v rámci něho
- přiměřená cena, která je pro návštěvníka sumou nákladů vynaložených na cestu, ubytování, stravování a ostatní služby v destinaci a je ovlivněna sezónou, výběrem aktivit, kurzem měny, vzdáleností od destinace, způsobem dopravy, výběrem destinace a zařízení cestovního ruchu.

Musí také disponovat těmito základními vlastnostmi, a to:

- užitečnost
- dosažitelnost
- použitelnost.“ (Kiráľová, 2003, str. 87)

Produkt cestovního ruchu může také mít různé stupně komplexnosti. Začíná například pouze od poskytnutí či zprostředkování jednotlivé služby, přes komplex služeb až po destinaci jako ucelenou nabídku atraktivit, služeb a potenciálních zážitků. (Zelenka, 2007)

3.1.4 Služby cestovního ruchu

Kotler (2004) vysvětluje službu jako jakoukoli 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.

„Potřeby účastníků cestovního ruchu jsou uspokojovány jednak volnými statky, jimiž rozumíme působení vlastností rekreačního prostoru (sluneční svit, čistý vzduch, vliv moře, klid, apod.), jednak také hmotnými statky (zbožím) a užitnými efekty nehmotného charakteru (službami).“ (Orieška, 1999, str. 5)

Služby jsou nedílnou součástí cestovního ruchu a celého produktu cestovního ruchu. Představují tzv. soubor užitných efektů. Neprodukují je jenom podniky cestovního ruchu, ale i další subjekty veřejného i neveřejného prostoru. Také ne vždy slouží pouze účastníkům cestovního ruchu, ale i rezidentům.

„Různorodost služeb cestovního ruchu umožňuje jejich klasifikování z více hledisek. Často se podle významu ve spotřebě účastníků cestovního ruchu rozlišují na služby základní a doplňkové. Do základních služeb se zařazuje přemístění účastníků cestovního ruchu z místa jejich trvalého bydliště do rekreačních prostorů a zpět a služby spojené s pobytem v rekreačním prostoru (dopravní služby, služby ubytovací a stravovací). Doplňkové služby jsou spojeny s využíváním atraktivit, vlastností charakteristických pro konkrétní rekreační prostor (např. sportovně-rekreační služby, společensko-kulturní služby, lázeňské služby apod.).“ (Orieška, 1999, str. 7)

„Služby mohou v rámci cestovního ruchu poskytovat:

- dodavatelé
 - ubytovací zařízení a stravovací zařízení
 - dopravci (letecká, železniční, silniční, městská, vodní, námořní a ostatní doprava)
 - atraktivita (přírodní, společenské události, kulturní a historické objekty, tematické parky)
- zprostředkovatelé, tj. cestovní kanceláře a cestovní agentury, organizátoři incentivní a kongresové turistiky, manažeři a agentury služebních cest a jiní dealeři a zprostředkovatelé
- marketingové organizace, tj. organizace měst, regionů, zemí nebo států, které podporují turistické využití těchto území“ (Čertík, 2001, str. 71)

3.2 Primární a sekundární nabídka cestovního ruchu

„Analýza a hodnocení přírodních předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu je jedním z nezbytných kroků pro stanovení turistického významu obcí, středisek a regionů z pohledu jejich skutečného turisticko-rekreačního využití. Cestovní ruch by měl být rozvíjen tam, kde k tomu má nejlepší předpoklady.

Přírodní podmínky, resp. přírodní potenciál, jsou rozhodujícími lokalizačními faktory většiny aktivit cestovního ruchu a rekreace, zejména jeho pobytových forem.

Nejatraktivnější území z hlediska rekreačního využití jsou pochopitelně naše horské oblasti (Šumava, Krušné a Lužické hory, Jizerské hory a Krkonoše, Orlické hory, Jeseníky, Beskydy), resp. jejich podhůří, nejméně atraktivní pak nížinná, intenzivně zemědělsky využívaná krajina (především Polabí, Poohří, Dyjsko-svratecký a Dolnomoravský úval).“ (Vystoupil, 2006, str. 10)

3.2.1 Lokalizační předpoklady cestovního ruchu

„Lokalizační předpoklady vytvářejí podmínky, určují místo výskytu cestovního ruchu v krajině, ovlivňují funkční využití oblasti či centra cestovního ruchu. Tvoří je celá řada komponentů (složek), které se projevují jako výsledek vzájemných interakcí. Člení se na přírodní a kulturně-historické předpoklady a atraktivity, obě jsou v zásadě stacionární a mají relativně konstantní výskyt v určitých areálech. Pouze výjimečně působí na lokalizaci cestovního ruchu samostatně.“ (Gehinová, 2008, str. 7)

Drobná a Morávková (2007) říkají, že lokalizační předpoklady umožňují umístění atraktivit cestovního ruchu do určité oblasti či lokality. Jejich příznivé hodnoty určují místo, kde se cestovní ruch může rozvíjet.

Lokalizační předpoklady, neboli primární nabídku cestovního ruchu, dále rozdělujeme na přírodní atraktivity a kulturně-historické atraktivity.

„Rozvoj cestovního ruchu v území je závislý na předpokladech, kterými lokalita disponuje. Tyto předpoklady jsou buď vyjádřeny atraktivitou místní přírody a krajiny nebo kulturně-historickými pozoruhodnostmi. Přírodní předpoklady mají časově relativně neměnný, tj. trvalý charakter a patří k rozhodujícím činitelům atraktivity určitého území. Přírodní atraktivita území je daná geomorfologickými, klimatickými, hydrologickými a biografickými podmínkami.“ (Vystoupil, 2006, str. 12)

„Kulturně historické památky a atraktivita považujeme za relativně stálé vzhledem ke svému charakteru (nemovitosti). Jsou dokladem historického vývoje, způsobu života a prostředí společnosti od nejstarších dob do současnosti. Charakteristickým znakem je jejich historická, umělecká, vědecká, technická či revoluční hodnota. Patří sem i památky, které mají přímý vztah k významným osobnostem a historickým událostem. Atraktivitou nejsou jen samotné stavby a jejich soubory v rámci historických center měst, vesnic, volné krajiny, ale též jejich umělecká výzdoba a objekty výtvarného umění, muzejní sbírky apod. Pro cestovní ruch mají největší význam architektonické památky.“ (Gehinová, 2008, str. 15)

3.2.2 Realizační předpoklady

Realizační předpoklady se také označují jako sekundární nabídka cestovního ruchu. Tu tvoří podniky cestovního ruchu, které pro účastníky zpracovávají primární nabídku.

„Jde o podniky, zařízení a instituce cestovního ruchu, které umožňují návštěvníkům cílového místa přechodně se ubytovat, stravovat a vykonávat různé rekreační, sportovní, kulturní a jiné aktivity typické pro cestovní ruch.“ (Hesková, 2006, str. 15)

„Realizační předpoklady umožňují faktickou realizaci cestovního ruchu, tvoří je dopravní předpoklady a materiálně-technické předpoklady, které tvoří ubytovací, stravovací, sportovní, kulturní a jiné zařízení uspokojující potřeby účastníků cestovního ruchu.“ (Gehinová, 2008, str. 4)

Pro srovnání Drobná a Morávková (2007) uvádějí, že realizační předpoklady umožňují uskutečnit (realizovat) nároky účastníků cestovního ruchu v oblastech (střediskách) s příznivými lokalizačními podmínkami, dopravit se do těchto míst a využívat je k pobytu, k rekreaci a k dalším aktivitám.

„Účastník cestovního ruchu přichází do vybrané destinace za účelem uspokojení svých potřeb a požadavků, za účelem splnění určité touhy, snů. Přichází za zážitkem, poznáním, oddechem. Sekundární nabídka cestovního ruchu představuje prostředky ke splnění tužeb a očekávání. Tvoří ji turistická supra a infrastruktura, všeobecná infrastruktura.“ (Királ'ová, 2003, str. 42)

Realizační předpoklady můžeme dále rozdělit na předpoklady dopravní a materiálně-technické.

3.3 Marketing cestovního ruchu

„Marketing je slovo odvozené od anglického výrazu – market, což znamená trh, odbytiště. Marketing jako filozofie chování podnikatele na trhu vznikl a byl využíván v USA počátkem 20. století.“ (Petrů, 1994, str. 67)

Dnes existuje více než padesát různých definic marketingu. Každá představuje odlišný postoj autora k vnímání marketingu. Philip Kotler (2001) definuje marketing jako sociální proces, jehož pomocí jednotlivci a skupiny získávají to, co chtějí, co si přejí a co potřebují, prostřednictvím vytváření nabídky a výměny hodnotných produktů a služeb s druhými.

Nejnámější a nejužívanější definicí marketingu je podle Čertíka (2001, str. 55) definice schválená Americkou marketingovou asociací – „Marketing je procesem plánování a provádění koncepce, tvorby cen, propagace a distribuce myšlenek, zboží a služeb s cílem vytvářet směny, které uspokojují cíle jednotlivce.“

„Marketing se zabývá vztahy mezi kupujícím a prodávajícím a činnostmi, které mají tyto vztahy dovést k uspokojivému závěru. Vychází z myšlenky, že ústředním zájmem všech lidí pracujících v organizaci je zákazník. Organizace se nepřetržitě snaží zjišťovat, co chce zákazník dnes a co bude chtít v budoucnu a neúnavně pracuje na výrobcích a službách, které jsou od ní požadovány.“ (Horner, Swarbrooke, 2003, str. 28)

„Marketing ve službách se začal uplatňovat v řízení podniků později ve srovnání s výrobními a distribučními odvětvími. Tuto skutečnost lze zdůvodnit některými příčinami spojenými se specifiky odvětví služeb jako celku. Marketing služeb představuje výchozí základnu pro rozvoj teorie a praxe marketingu cestovního ruchu. Obě sféry aplikace marketingu pracují se shodnými charakteristikami produktu a to především ve formě služby.“ (Hesková, 2006, str. 131)

„Při využití marketingu v cestovním ruchu musí být respektována specifika trhu cestovního ruchu. Abychom zákazníky v cestovním ruchu ovlivnili co nejúčinněji, tak je důležité poznat potenciální skupinu účastníků cestovního ruchu. Této činnosti se říká segmentace trhu. V cestovním ruchu můžeme provádět segmentaci skupiny účastníků cestovního ruchu např. z hlediska země původu, z hlediska věku, pohlaví, úrovně

vzdělání, zaměstnání, sociální skupiny, výše příjmů, podle motivů k účasti na cestovním ruchu.“ (Drobná, Morávková, 2007, str. 56)

A. M. Morrison (1995) popisuje marketing cestovního ruchu jako plynulý proces plánování, zkoumání, naplňování, kontroly a vyhodnocování činností potřebných k zajištění jak zákaznických potřeb a požadavků, tak i cílů organizace. K dosažení největší účinnosti vyžaduje marketing úsilí každého jednotlivce a jeho účinnost se dále může zvýšit či snížit činnostmi dalších komplementárních organizací.

„Hlavním cílem prováděného marketingu je na jedné straně maximálně spokojený zákazník a na druhé straně co nejlepší splnění stanovených záměrů podnikatelského subjektu. Spokojený zákazník je ten, který nachází potřebný produkt ve správný čas na správném místě. Účastníkům cestovního ruchu již dnes zpravidla nestačí mít zajištěny základní služby (ubytování, stravování, dopravu), ale očekávají něco navíc, nějaký originální zážitek, dárek, další výhody. Dalším důležitým faktorem je kvalita poskytovaných služeb.“ (Drobná, Morávková, 2007, str. 57)

K dosažení marketingových cílů se využívá kombinace různých nástrojů, které se v cestovním ruchu rozšiřují z klasických 4P na 8P:

- product (výrobek, služba)
- price (cena)
- promotion (propagace)
- place (prodejní cesta)
- people (lidé)
- partnership (spolupráce)
- package (sestavování balíčků)
- programming (programování)

„Marketingový mix je vlastně soubor taktických nástrojů, které může poskytovatel určitých služeb využívat pro získání konkurenceschopnosti svého produktu pro jeho prosazení na trhu.“ (Foret, Foretová, 2001, str. 66)

Čertík (2001) uvádí, že marketingový mix je jedním ze základních principů marketingu, představuje ho soubor činitelů, jejichž použití společně s výběrem tržních segmentů a cílových trhů vytvářejí marketingovou strategii společnosti.

Kirářová (2003) popisuje marketingový mix jako soubor kontrolovatelných proměnných, které sdružení cestovního ruchu aktivizuje v zájmu uspokojení potřeb a požadavků vybraného segmentu trhu.

Specifické marketingové nástroje cestovního ruchu podle Čertíka (2001):

- people a partnership

Lidé jsou přímou součástí přípravy a realizace služeb cestovního ruchu, ve své podstatě jsou lidé součástí nabízených služeb. Služby cestovního ruchu také zpravidla netvoří jedinec, ale že jsou souborem služeb řady lidí. Aby byla výsledkem jejich práce spokojenost zákazníka, musí všichni pracovat na principu partnership – spolupráce.

- package a programming

Dva specifické marketingové nástroje – package a programming spolu úzce souvisí. Pod pojmem package si můžeme představit činnosti, jejichž výsledkem je soubor vzájemně se doplňujících služeb, které zohledňují individuální přání zákazníka a jsou prodávány za jednotnou cenu. Programování je nástroj, který vytváří náplň balíků služeb a má za cíl zvýšit přitažlivost package nebo dalších služeb cestovního ruchu.

3.3.1 Marketingové turistické regiony

„Region je obvykle vymezen jako územní celek vyznačující se společnou úrovní výskytu určitých znaků (atributů) nebo společnými procesy (vazbami). Turistické regiony (regiony cestovního ruchu) jsou jedním z typů regionů. Jde o oblasti, pro něž je typický určitý druh cestovního ruchu, který jednotlivé prvky dané oblasti spojuje a sjednocuje; zároveň je odlišuje od ostatních regionů. Základem je existence produktů a souboru nabídky služeb cestovního ruchu.“ (Hesková, 2006, str. 153)

„Turistické regiony byly vymezeny v letech 1998 – 1999 na základě jednání v regionech a jsou definovány jako oblasti, pro něž je typický určitý druh turistiky, který jednotlivé prvky dané oblasti spojuje a sjednocuje, ale zároveň i odlišuje od ostatních regionů. Základem pro uplatnění turistického regionu na trhu je existence turistických produktů a turistické nabídky.“ (Vaško, 2002, str. 33)

„Základním účelem marketingových regionů je prezentovat turistický potenciál v tzv. turistických regionech nebo-li v přirozených celcích, které mají z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných regionů. Jedná se o místo s atraktivitami a s nimi společnými zařízeními a službami cestovního

ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina vybírá pro svou návštěvu a které poskytovatelé přinášejí na trh.“ (Vystoupil, 2006, str. 88)

Vaško (2002) shrnuje, že turistické regiony mají sloužit především prezentaci Česka v zahraničí, ale i podpoře domácího cestovního ruchu. Dále doplňuje, že v současné době existuje v České republice 14 marketingových turistických regionů a v každém z nich byl ustaven koordinátor cestovního ruchu, který se podílí na sjednocování marketingové činnosti subjektů cestovního ruchu v regionech. Výsledkem jejich tvorby pak jsou propagační tiskoviny za celý region, vznik společných regionálních expozic na zahraničních i domácích výstavách a veletrzích, vznik regionálních turistických produktů.

„Atraktivnost turistických regionů pro domácí turisty byla šetřena v roce 2004. V rámci obecné populace jsou zdaleka nejatraktivnějším regionem Jižní Čechy (53% respondentů). Následuje skupina velmi atraktivních regionů v pořadí Šumava (44%), Jižní Morava (38%) a Krkonoše (30%). K relativně neatraktivním regionům dle šetření, patří Severozápadní Čechy a Plzeňsko (méně než 5% populace).“ (Vystoupil, 2006, str. 88)

3.3.2 Marketingové turistické oblasti

„Členění turistického potenciálu Česka na turistické regiony je určeno především pro propagaci v blízkém zahraničí a pro potřeby organizace cestovního ruchu. Z určitého pohledu je také vhodné pro domácí turisty. Ten však vnímá i daleko menší celky díky své znalosti republiky. Především z tohoto důvodu byly vyčleněny i turistické oblasti.“ (Vystoupil, 2006, str. 88)

„Turistické oblasti více umožňují dynamický rozvoj cestovního ruchu v daném území. Množství a různorodost subjektů působících v cestovním ruchu se lépe organizuje v menších celcích, než-li jsou vytyčené turistické regiony.“ (Vystoupil, 2006, str. 88)

V lednu 2010 Česká centrála cestovního ruchu zveřejnila novou mapu turistických oblastí a turistických regionů. Nové členění turistického potenciálu České republiky se skládá ze 17 regionů a 40-ti oblastí. Práce bude dále pracovat se starším rozdělením, které bylo platné v době zadání bakalářské práce. (www.czechtourism.cz)

Mapy nového i starého členění marketingových turistických oblastí jsou vyobrazeny v příloze č. 2.

3.3.3 Marketing destinací

„Destinace je geografický prostor, který host volí jako cíl účasti na cestovním ruchu. Destinace zahrnuje komplex služeb pro potřeby cestovního ruchu. Obecně je chápána jako směřování, cíl cesty, místo navštívené účastníkem cestovního ruchu.“ (Hesková, 2006, str. 153)

Destinace cestovního ruchu je podle Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO) definována takto: „Místo s vhodnými atraktivitami ve spojitosti se zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina zvolil pro návštěvu.“ (Hesková, 2006, str. 153)

Kirářová (2003) ve své publikaci uvádí, že destinace cestovního ruchu je přirozeným celkem, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných destinací.

„Cíle marketingu destinací bývají komplikovanější, než u ostatních typů marketingu, v souvislosti s faktem, že jej provádějí spíše orgány veřejného sektoru než soukromé společnosti. I v případech, kdy cíle marketingu destinace jsou spíše finanční než sociální, jde obvykle o získání finančního přínosu pro všechny občany oblasti, nikoli pro určité podniky.“ (Horner, Swarbrooke, 2003, str. 290)

Kirářová (2003, str. 28) dále tvrdí, že „podstata marketingu destinace tkví v orientaci všech zainteresovaných subjektů na uspokojení potřeb a požadavků návštěvníků destinace za účelem dosažení zisku.“

3.3.4 Marketing středisek

Pásková a Zelenka (2002) definují středisko cestovního ruchu jako sídelní útvar, jehož hlavním funkčním využitím a ekonomickým přínosem je cestovní ruch. Dále také uvádějí, že se jedná o lokalitu nabízející relativně komplexní infrastrukturu cestovního ruchu, umožňující tak účastníkovi cestovního ruchu realizaci variantních kombinací forem cestovního ruchu a vyznačující se proto zvláště vysokou intenzitou cestovního ruchu.

„Střediska nabízejí jak atraktivitu, které lákají k návštěvě, tak služby a zařízení, které návštěvníci vyžadují. Bývají větší než je většina atraktivit, ale také se liší od normálních destinací tím, že jsou ve vlastnictví jediné organizace a řízeny jako jediná organizační jednotka. Mnoho středisek vzniklo na základě rekreačních aktivit, jako jsou golf, lyžování nebo hazardní hry.

Z hlediska marketingu je důležité, že největší část evropských středisek cestovního ruchu je v soukromém vlastnictví a jejich hlavním marketingovým cílem je maximalizace zisků.

Některá evropská střediska jsou vlastněna nezávislými organizacemi, ale jejich převážná většina je součástí řetězců.“ (Swarbrooke, Horner, 2003, str. 315)

3.3.5 Marketingový výzkum v cestovním ruchu

„Marketingový výzkum je systematické určování, shromažďování, analyzování a vyhodnocování informací, týkajících se určitého problému, před kterým firma stojí.“ (Kotler, 2001, str. 140)

Dále také Kotler (2001) uvádí, že marketingový výzkum je funkce, jež propojuje spotřebitele, zákazníky a veřejnost s firmou pomocí informací, které jsou používány pro identifikaci a definici marketingových příležitostí a problémů, vytváření, zlepšení a hodnocení marketingových aktivit, monitoring marketingového výkonu a lepší porozumění marketingového procesu.

„Představuje systematický a cílevědomý proces směřující opatření (shromáždění nebo nákupu) určitých konkrétních informací, které nelze získat jinak. Získáváme tzv. primární informace.“ (Kozel, 2006, str. 58)

Pásková a Zelenka (2002) ve výkladovém slovníku cestovního ruchu vysvětlují marketingový výzkum jako systematické zkoumání a analýzu různých aspektů trhu, marketingových aktivit vlastních i aktivit konkurence, chování spotřebitelů, distribučních kanálů apod.

Horner a Swarbrooke popisují marketingový výzkum jako precizní, úžeji soustředěnou činnost s jediným cílem poskytnout údaje, které pomohou zlepšit efektivitu marketingu organizace.

Čertík (2001) uvádí, že marketingový výzkum je proces, při kterém zkoumáme jednotlivé jevy na trhu a jejich vzájemné vztahy a vlivy marketingových nástrojů na ně.

Marketingový výzkum je také proces, který zahrnuje následující kroky: definování (formulování) problému, určení zdrojů informací, výběr vzorku a sběr dat, analýza a interpretace dat, závěrečná zpráva.

„Podle způsobu provedení se rozděluje na primární výzkum, který vychází z přímo zjištěných dat – např. z dotazníkových šetření a řízených pohovorů, a na sekundární výzkum, který vychází z dat již publikovaných, agregovaných a zpracovaných.“ (Pásková, Zelenka, 2002, str. 170)

Primární marketingový výzkum je výzkumem ve společenských vědách. Je pro něj typické získávání informací a názorů od respondentů přímým kontaktem s nimi a kontaktem zprostředkovaným přenosem přes různá média, jako je například internet, telefon, apod. V cestovním ruchu je primární výzkum zdrojem dat pro statistiku cestovního ruchu, pro marketingový výzkum. (Zelenka, 2007)

Mezi základní metody sběru primárních informací se řadí: pozorování (zpravidla probíhá bez přímého kontaktu mezi pozorovatelem a pozorovaným, bez aktivní účasti pozorovaného), dotazování a experiment. Smyslem dotazování je zadávání otázek respondentům. Jejich odpovědi jsou poté podkladem pro získání požadovaných primárních údajů. (Kozel, 2006)

Nejběžnějším druhem dotazování je osobní dotazování, kde osobní styk je založen na přímé komunikaci s respondentem. K dalším druhům dotazování patří: písemné, telefonické a elektronické dotazování. (Kozel, 2006)

Při marketingovém dotazování můžeme použít při sběru primárních údajů několik různých nástrojů. Hlavní nástroje marketingového dotazování jsou: záznamový arch, scénář, záznamové technické zařízení a dotazníky. Význam dotazníku spočívá ve čtyřech oblastech. Získává informace od respondentů, poskytuje strukturu rozhovoru, tj. usměrňuje proces rozhovoru, zajišťuje standardní jednotnou matici pro zapisování údajů a za čtvrté ulehčuje zpracování údajů. (Kozel, 2006)

K technikám sekundárního marketingového výzkumu patří všechny metody analýzy a studia již publikovaných, veřejně či placeně dostupných informací – např. analýza statistických údajů, analýza publikovaných studií, apod. (Zelenka, 2007)

Marketingový výzkum je v současnosti obzvláště důležitý pro sektory cestovního ruchu, služeb pro využití pro využití volného času a ubytovacích a stravovacích služeb, protože v těchto třech oblastech je relativně málo rozvinutý. Může to být důsledek

skutečnosti, že všechny uváděné oblasti jsou moderní a mezi významná a uznávaná odvětví se zařadili až v nedávné době. Nejpravděpodobnějším důvodem je nejspíše složitost marketingového výzkumu těchto sektorů. Často nejsou k dispozici spolehlivé nebo vůbec žádné údaje, vzniká pokušení spoléhat se na vlastní úsudek. (Horner, Swarbrooke, 2003)

„Mezi typické cíle marketingového výzkumu v cestovním ruchu patří:

- vytvoření vhodné segmentace zákazníků podle různých hledisek
- zjištění spokojenosti zákazníků s poskytovanými službami
- analýza globálních a regionálních trendů v cestovním ruchu
- analýza aktivit podnikatelského subjektu v uplynulém období
- analýza produktů, způsobů distribuce, cen, propagace a dalších marketingových nástrojů konkurence“ (Zelenka, 2007, str. 121)

4 VYMEZENÍ ÚZEMÍ - STŘEDISKA LIPNO NAD VLTAVOU A FRYMBURK V TURISTICKÉ OBLASTI ŠUMAVA – VÝCHOD

Evropa je v současnosti nejpoblárnějším kontinentem pro všechny turisty světa. Současne zde sídlí některé vedoucí nadnárodní společnosti, které působí v oblasti cestovního ruchu, využití volného času a ubytování a stravování. Česká republika, s hlavním městem Prahou přezdívaným jako srdcem Evropy, se po revoluci a současně po vstupu do Evropské unie stává stále atraktivnější destinací cestovního ruchu pro zahraniční turisty. Právě Jihočeský kraj je jeden z regionů s největším potenciálem pro rozvoj cestovního ruchu v České republice. Velmi dobrá poloha v sousedství států EU – Německa a Rakouska se řadí mezi jeho významné přednosti. Široký rozsah přírodních a kulturních atraktivit umožňuje rozvoj téměř všech hlavních forem turistiky. Jižní Čechy jsou krajem rybníků, lesů, luhů a hájů, krásné přírody, hor, historicky významných měst (Český Krumlov – památka zapsaná na seznamu UNESCO) a malebných vesnic (Holašovice – další památka zapsaná na listu UNESCO). Do nemateriálního bohatství jihu patří lidové zvyky, tradice a slavnosti. Nechybí zde ani technické památky.

Zkoumaným územím bakalářské práce jsou střediska rekreace Lipno nad Vltavou a Frymburk, která se nacházejí v turistickém regionu Šumava, přesněji v turistické oblasti Šumava – Východ. Tento region tvoří asi 120km dlouhé horské pásmo, které se táhne podél jihozápadní hranice Čech s Německem a Rakouskem.

Lipensko je jednou z neznámějších rekreačních lokalit České republiky. Nachází se v jihozápadní části Jihočeského kraje u hranic s Německem a Rakouskem a svojí rozlohou zaujímá téměř 9% jižních Čech. Oblast Lipenska lze územně rozdělit na několik relativně samostatných turistických destinací, které představují Hornoplánsko, Lipno, Stožecko, Volarsko a Vyšebrodsko. Střediskem uvedených lokalit je ve většině případů největší obec oblasti, výjimkou je destinace Lipno, jejímž centrem je turisticky významná lokalita obcí Lipno nad Vltavou a Frymburk. (www.lipensko.cz)

Aglomerace Lipno nad Vltavou - Frymburk patří mezi nejvýznamnější a nejvyhledávanější turistické lokality Lipenska. Destinace se nachází v jižní části

regionu Lipenska u vodní elektrárny Lipno, její součástí je i okolí Přední Výtoně, která je situována na pravém břehu Lipenské vodní nádrže a je příhodným výchozím místem pro turistické a poznávací výlety v příhraniční části Šumavy. (www.lipensko.cz)

5 ANALÝZA SLOŽEK PRIMÁRNÍ NABÍDKY CESTOVNÍHO RUCHU

„Rozvoj cestovního ruchu v území je závislý na předpokladech, kterými lokalita disponuje. Tyto předpoklady jsou buď vyjádřeny atraktivitou místní přírody a krajiny, nebo kulturně-historickými pozoruhodnostmi. Přírodní předpoklady mají časově relativně neměnný, tj. trvalý charakter a patří k rozhodujícím činitelům atraktivity určitého území. S rozvojem cestovního ruchu však vzrůstá antropogenní tlak na přírodní prostředí. Kvalita přírodního prostředí je a bude v budoucnu faktorem, který ve značné míře ovlivňuje jeho další vývoj.“ (Vystoupil, 2006, str. 12)

5.1 Přírodní předpoklady a atraktivity

„Přírodní atraktivita území je daná geomorfologickými, klimatickými, hydrologickými a biografickými podmínkami. Z geomorfologického hlediska jsou pro cestovní ruch zajímavé především členité formy povrchu, jako jsou skalní věže, skalní města, soutěsky, vodopády, skalní okna, ledovcové doliny a kotliny, hluboce zaříznutá romantická údolí, krasové jeskyně, propasti a další cenné formy reliéfu.“ (Vystoupil, 2006, str. 12)

5.1.1 Morfologické předpoklady a reliéf

Podle geomorfologického členění Česka náleží pohoří Šumava do geomorfologické provincie Česká vysočina, do Šumavské subprovincie a do geomorfologické oblasti Šumavská hornatina. Oblast Šumavská hornatina je členěna na 4 geomorfologické celky: Šumava, Šumavské podhůří, Novohradské hory a Novohradské podhůří. (www.npsumava.cz)

V nejbližším okolí středisek Lipno nad Vltavou a Frymburk se nachází přírodní památka Svatý Tomáš, která spadá do Svatotomášské hornatiny. Nejvyšším vrchem Svatotomášského pohoří je Vítkův Kámen. Další blízkou přírodní památkou je Multerberské rašeliniště. Důvodem ochrany je rostlinné společenstvo blatkového rašeliniště. Na jeho ploše byly také nalezeny vzácné druhy hmyzu. V zimním období

jsou pravidelně zaznamenávány doklady výskytu populace silně ohroženého losa evropského. (www.ckrumlov.cz)

5.1.2 Klimatické předpoklady

Šumava se nachází v oblasti přechodného středoevropského klimatu a podle klimatického členění České republiky patří hlavní část pohoří do chladné klimatické oblasti. Zdejší podnebí má přechodný ráz, uplatňují se zde vlivy oceánského i kontinentálního klimatu, tzn. že jsou zde v průběhu roku poměrně malé teplotní výkyvy a poměrně vysoké srážky. (www.npsumava.cz)

V oblasti Šumavy se průměrné roční teploty pohybují v závislosti na nadmořské výšce od 6 °C do 3 °C. Výjimku tvoří některé inverzní lokality - např. údolí Vltavy od Horní Vltavice až k Lipnu a lokality v oblasti Plání. Absolutní šumavské minimum ze stejného místa činí -41,6 °C (1987), teplotní maximum bylo zaznamenáno ve Vyšším Brodě a činilo 36,8 °C (1983). Nejchladnějším měsícem bývá leden, nejteplejším červenec. Denní maxima nastávají kolem 14 hodiny a minima v období svítání. (www.sumava.net)

Vlhkost vzduchu se dlouhodobě pohybuje kolem 80%, v zimních mrazivých dnech ale klesá až k 10%. Maximum připadá na prosinec, minimum na květen až červenec. Ve vysokých polohách dosahuje vlhkost vzduchu často 100% při hustých mlhách a srážkách. (www.lipensko.org)

Celkové množství srážek se také zvyšuje s rostoucí nadmořskou výškou, přičemž největší je v centrální části Šumavy a liší se samozřejmě na návětrné a závětrné straně pohoří. Nejvíce sněhu je v nejvyšších polohách příhraničního hřebene, nejméně na severovýchodním okraji Šumavy. Souvislá sněhová pokrývka leží v nejvyšších polohách 120-150 dní. Z hlediska množství měsíčního výskytu bouřek bylo na Šumavě prokázáno, že nejbouřlivějším měsícem je červenec. V globálním měřítku převládá na Šumavě po celý rok vítr jihozápadního směru. (www.npsumava.cz)

5.1.3 Hydrologické předpoklady

Dle Vystoupila (2006) jsou z hydrologických jevů významné vývěry a ponory rozličných druhů pramenů, vývěry minerálních vod, přirozené tvary vodních toků (hlavně meandry řek), jezera atd.

Většina území Šumavy náleží k povodí Severního moře a řeky Vltavy, menší část patří k povodí Černého moře a přítoků Dunaje. Pohoří je prameništěm několika významných řek - např. Vltavy, Otavy, Úhlavy nebo Řezné. Specifickým jevem jsou na Šumavě přirozená ledovcová jezera, která se vyskytují v nadmořské výšce kolem 1000 m. Celkem je na Šumavě osm jezer glaciálního původu, z toho tři jezera jsou na bavorské straně Šumavy (Roklanské, Velké a Malé Javorské jezero). V popisované české části Šumavy je možno nalézt celkem pět jezer. Jsou to Černé jezero, Čertovo jezero, Plešné jezero, Prášilské jezero a jezero Laka. (<http://regiony.ic.cz>)

Jednou z nejatraktivnějších vodních ploch v Jihočeském kraji je jednoznačně přehradní nádrž Lipno. Je to největší vodní plocha v České republice s rozlohou 4870ha. Přehradní jezero je dlouhé 42 – 44km a široké až 14km, zadržuje 306milionů m³ vody a největší hloubka je 21,5m. Přehrada zatopila řadu městeček, vsí a osad., dala však celé oblasti nové využití, zejména oblasti rekreace a cestovního ruchu. Využívá se ke koupání, vodním sportům i rybaření, jsou tu upravené pláže, plochy pro opalování, sportoviště a parkoviště. Přehrada byla vybudovaná v letech 1953 – 1958 na horním toku Vltavy jako součást tzv. Vltavské kaskády. (Soukup, David, 2008)

5.1.4 Fauna a flóra

Dále také Vystoupil (2006) uvádí, že z biografických úkazů jsou pro cestovní ruch přitažlivé celistvé a rozlehlé lesní plochy, kosodřeviny, rostlinstvo horského rázu, mokřady, rašeliniště a výskyt vzácných chráněných druhů rostlin, chráněné dřeviny, lokality reliktních savců a vzácných ptáků.

Šumava jako typická lesní oblast středohorského charakteru je dodnes především domovem původní střeoevropské lesní zvířeny. Chybí zde pouze větší šelmy medvěd a vlk, vyhubené zde člověkem až v 19. stol. Z atraktivních druhů je dnes nejznámější rys ostrovid. Velké druhy kopytníků, především jelen lesní, jsou za absence ostatních predátorů uměle myslivecky obhospodařovány. Charakteristické pro lesy vyšších poloh Šumavy je však zejména zastoupení ptáků. Z nich jsou nejznámější např. lesní kuř - tetřev hlušec v horských lesích, tetřev na rašeliništích a otevřených mokřadech i celoplošně hojnější jeřábek lesní. (www.npsumava.cz)

Bohatá a pestrá je také fauna tekoucích vod a jejich břehů. Ze savců zde pravidelně žijí vydra říční a rejsek horský, z ptáků skorec vodní, ledňáček říční, konipas

horský. Dominantními rybami potoků Šumavy jsou pstruh potoční, vranka obecná a střevle potoční, na některých místech je stále poměrně hojná mihule potoční. Z bezobratlých živočichů patří k typickým obyvatelům čistých úseků tekoucích vod perlorodka říční nebo rak říční. Vyvíjí se zde veliké množství vodního hmyzu jako jsou jepice, pošvatky, chrostíci. Stejně bohatá je i fauna břehů, kde žijí například střevlíci. (www.lipensko.org)

„Šumavská květena a rostlinstvo je charakteristickou ukázkou středohorské středoevropské flóry a vegetace, ale má i svá určitá specifika, daná zejména relativní blízkostí alpského vysokohorského masivu aj. Šumava, až na nevelké úseky podhůří, neoplývá přílišnou různorodostí přírodních podmínek. Také její květena má proto poněkud uniformní ráz, zpestřovaný spíše antropogenními než přírodními vlivy.“ (www.npsumava.cz)

5.1.5 Chráněná území

V současné době je v kategorii CHKO chráněno 25 území. Celkový podíl CHKO na rozloze České republiky činí 13,8%. Nejbližší okolí Lipenské nádrže spadá do Chráněné krajinné oblasti Šumava. (Vystoupil, 2006)

„CHKO Šumava se rozkládá na území okresů Prachatice, Český Krumlov a Klatovy. Její území sahá od Nýrska po Frymburk. Většina mimořádně cenných území původní CHKO Šumava byla zahrnuta do I. zóny nově vyhlášeného Národního parku. Na území zmenšené CHKO zůstala však řada území zasluhujících zvýšenou ochranu.“ (www.jiznicechy.org)

CHKO Šumava byla vyhlášena výnosem Ministerstva kultury ČSR 27. 12. 1963. V době svého vzniku byla se svými 168 654ha největším chráněným územím tehdejšího Československa. V roce 1990 byla zapsána do seznamu UNESCO v Paříži jako Biosférická rezervace Šumava. Nejvzácnější část území CHKO byla v roce 1991 vyhlášena národním parkem, čímž došlo ke zmenšení rozlohy CHKO na 99 624ha. Dnes plní tato oblast především funkci ochranného pásma národního parku. Na území, které se rozkládá v nadmořské výšce od 498m n. m. (Víteň) do 1362 m n. m. (Boubín) žije 21 000 obyvatel a je rozděleno do čtyřech zón, přičemž I. zóna je přírodně nejhodnotnější. Součástí tohoto území jsou také přírodní rezervace a přírodní památky, zajišťující dlouhodobé pozorování a ochranu vzácných biotopů.

5.2 Kulturně-historické předpoklady

První písemná zmínka o Lipnu je z roku 1550, kdy je uváděno jako jedna z poddanských vsí v majetku Vyšebrodského kláštera. V 18. a 19. stol. se tu rozebíraly vory, které sem připlouvaly po horním toku Vltavy, a koňskými povozy, později po železnici, přepravovali do Vyššího Brodu, protože divoký úsek řeky pod Čertovou stěnou byl nesplavný. Ještě v roce 1940 tady bylo jen sedm chalup a žilo tady pouze 56 německých obyvatel. Obcí se stalo až v padesátých letech minulého století. Po vybudování Lipenské přehrady byla ves zatopena a místo ní vystavěno nové letoviště. (Soukup, David, 2008)

Prehistorické nálezy v blízkém okolí města Frymburk naznačují osídlení už deset tisíc let před naším letopočtem. Frymburk byl založen Vítkovci při staré obchodní cestě z Rakous do Čech. První písemný záznam pochází z roku 1270, kdy Vítek z Krumlova daroval zdejší kapli probošství v Zátoni. Frymburk býval hospodářským a obchodním centrem tehdy velmi řídké osídlené pošumavské oblasti. V roce 1379 se obec poprvé označuje jako městečko. Na blíže neznámém místě tu existoval hrádek, připomínaný roku 1354, který zanikl počátkem 17. století. Roku 1648 městečko zpusťovali a zčásti i vypálili Švédové. Velký požár roku 1856 zničil 54 domů z původní historické zástavby. V roce 1938 bylo městečko s převahou německého obyvatelstva připojeno k Říši. Druhá světová válka tady skončila 6. května 1945, kdy obec obsadila americká armáda. Po odsunu německých obyvatel byl Frymburk znovu dosídlen, mj. volyňskými Čechy a reemigranty z Rumunska. Po napuštění Lipenské přehrady r. 1959 se městečko postupně stalo centrem rekreace. Z původní obce se dochovalo náměstí, jímž se táhne park s letitými stromy a barokní kašnou, která je chráněnou technickou památkou. Od roku 2007 je Frymburk městysem. (www.frymburk.info)

5.2.1 Kulturně-historické památky a atraktivita

Na území Lipenska se nachází mnoho historicky významných památek. Návštěvníkům regionu se tak naskýtá příležitost zavítat k nejrůznějším kostelům, kostelíčkům, klášterům, tvrzím, hradům nebo jiným místním „raritám“.

Jedny z nejvýznamnějších sakrálních staveb této oblasti se nachází na pravém břehu Lipenského jezera. Jedná se především o Farní kostel svatého Filipa a Jakuba v Přední Výtoni a nedaleký Kostel Božího Těla ve Svatém Tomáši. Ve Svatotomášském pohoří se také nachází zřícenina nejvýše položeného hradu v Čechách, Vítkova Hrádku. (www.lipensko.cz)

Městys Frymburk se může rovněž pyšnit několika významnými historickými objekty. Na jižní straně Frymburského náměstí stojí původně ranně gotický kostel sv. Bartoloměje z roku 1277, přestavěný kolem roku 1530 pozdně goticky. Vnitřní zařízení kostela je barokní. Západně od kostela stojí stará frymburská škola, která patří k nejstarším v jižních Čechách. Ve staré škole působil jako varhaník a učitel hudby Jan Nepomuk Vojtěch Maxant. V parku na náměstí stojí kamenná mohyla s bronzovým reliéfem A. Stiftera - německy píšící básník, spisovatel i malíř, který je podobně jako Karel Klostermann spisovatelem Šumavy. Stifter zde několikrát trávil prázdniny a zde poznal měšťanskou dcerku Fanny Greiplovou. Sňatek byl podmíněn Stifterovou zajištěnou existencí, a proto se pokoušel, ovšem bez úspěchu, získat učitelské místo zprvu v Praze a pak v Linci. Mezitím se jeho velká láska provdala za jiného muže. Za shlédnutí určitě stojí kamenná kašna z roku 1676, pranýř se zvonem z roku 1651. Mariánský sloup zbudovaný v římském slohu z roku 1635, který patří mezi nejstarší v Čechách. (www.frymburk.info)

Známým poutním místem je křížová cesta vedoucí ke zrekonstruované kapli Bolestné Panny Marie Vysoká muka.

Nedaleko Přední Výtoně, v malé vsi Svatý Tomáš se nachází Kostel Božího Těla. Byl postaven v první polovině čtrnáctého století a jeho sakristie je údajně částí románského kostela z roku 1252. Farní kostel byl v roce 1361 přestavěn a v na počátku 16. století upraven do pozdně gotického stylu.

Další významnou historickou památkou, která je díky nově vybudované vyhlídkové plošině využívána i jako turistická rozhledna, je zřícenina Vítkova Hrádku, nejvýše položeného hradu v Čechách. Nachází se na Svatotomášském pohoří v nadmořské výšce 1053 metrů, v místech kde prochází hlavní evropské rozvodí. Hrad Vítkův Hrádek byl založen v polovině 13. století Vítkem z Krumlova jako správní a obranné středisko nově osídlené oblasti. (www.lipensko.cz)

Nejvýznamnějším historickým objektem celé turistické oblasti Šumava – východ je nepochybně státní hrad a zámek Český Krumlov, který svou architektonickou úrovní, kulturní tradicí i svou rozlohou patří mezi nejvýznamnější památky středoevropské oblasti vůbec. Vysoké hodnocení místa z řad domácích i zahraničních odborníků vedlo postupně k získání statutu nejvyšší památkové ochrany. V roce 1963 bylo město prohlášeno městskou památkovou rezervací, v roce 1989 byl areál zámku vyhlášen národní kulturní památkou a v roce 1992 byl celý historický komplex zapsán do Seznamu památek světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO. (www.ckrumlov.cz)

Mezi další významné památky oblasti patří město Prachatice. Jeho historické jádro si zachovalo svou renesanční podobu dodnes. Město ležící na někdejší šumavské solné Zlaté stezce bývá rovněž označováno „bránou Šumavy“. Historické objekty zámek Kratochvíle, gotický hrad Kašperk, romantická zřícenina Klenové, pevnost Rábí, hrad Rožmberk, Švihov – nejkrásnější vodní hrad České republiky, pozdně gotický hrad Velhartice nebo barokní zámecký areál Chanovice lákají k návštěvám. (<http://atic.cz>)

V turistickém regionu Šumava – Východ se nachází také mnoho významných sakrálních staveb – cisterciánský klášter ve Vyšším Brodě nebo klášter ve Zlaté Koruně, který byl v roce 1995 prohlášen národní kulturní památkou. (www.ckrumlov.cz)

5.2.2 Kulturní zařízení a kulturní akce

Historie a kultura Lipenska je velmi bohatá, o čemž se turisté mohou přesvědčit návštěvou některého z mnoha místních muzeí či galerií. Tématické zaměření expozic je velmi rozmanité a vskutku netradiční. Jsou zde k nalezení jak expozice věnované v minulosti zaniklým, případně znovu obnoveným tradicím, významným osobnostem nerozlučně spjatým s tímto malebným koutem jižních Čech, anebo technickým památkám či prostě osobité historii regionu.

V aglomeraci Lipno nad Vltavou a Frymburk se žádné muzeum nenachází. K vidění je pouze expozice v informačním centru Vodní elektrárny Lipno, která nabízí množství informačních panelů, názorný model elektrárny, videoprojekci či prohlídku provozu samotné elektrárny.

Za návštěvu stojí také muzeum Adalberta Stiftera v Horní Plané, Muzeum Pašijových her a obce Hořice na Šumavě v Hořicích na Šumavě, kde se nachází také

Muzeum radiopřijímačů, Poštovní muzeum v Horní Plané nebo například Muzeum Schwarzenberského plavebního kanálu ve Chvalšínách. (www.lipensko.cz)

Tradiční šumavské sklárny patřili k nejlepším v Evropě a jejich umění je doloženo například v muzeích v Klatovech, Sušici, Kašperských Horách, Vimperku či Prachaticích. (<http://atic.cz>)

Další turistickou zajímavostí turistického regionu Šumava – Východ je observatoř a rozhledna na Kleti. Pozorovatelná je nejvýše položenou astronomickou observatoř v České republice. Je známá především výzkumem planetek a komet včetně objevů dosud neznámých těles. (www.klet.cz)

V Českém Krumlově mohou zájemci navštívit kromě státního hradu a zámku ještě další světový unikát – otáčivé hlediště. První improvizovaná točna se roztočila v roce 1958 v zámecké zahradě. Úspěch byl takový, že došlo k založení tradice dnešních letních sezón otáčivého hlediště. V Českém Krumlově se také koná mnoho kulturních akcí. V letoším roce zde proběhne už 19. ročník mezinárodního hudebního festivalu, který je nejdelší hudební přehlídkou v České republice. Koná se vždy v letních měsících červenci a srpnu v atraktivních a zajímavých prostorách Českého Krumlova. Město také každoročně pořádá Slavnosti pětileté růže. Celé tři dny zde probíhají rytířské turnaje, historické řemeslné trhy, pouliční divadla a šermířské souboje. Vrcholem je velkolepý historický průvod v renesančních kostýmech, v němž nechybí rytíři na koních a slavné osobnosti spjaté s dávnou historií města. (www.ckrumlov.cz)

Nejvýznamnější kulturní akcí pořádanou obcí Lipno nad Vltavou je Lipno Open Air. Jedná se o jednodenní akci s bohatým programem, která se koná přímo na centrálním parkovišti Skiareálu Lipno nad Vltavou. Jde o kulturní, zábavní, adrenalinové a hudební vyžití pro děti i dospělé. Pro děti bylo v minulých letech připraveno například divadelní představení, vystoupení dětské taneční skupiny, čarování a kouzelné hrátky s klaunem, volba dětské MISS Lipno Open, vystoupení Dády Patrasové plné soutěží, koncert Ewy Farné a mnoho dalších atrakcí a soutěží o zajímavé ceny. Dospělí se mohli těšit na koncerty Heleny Vondráčkové a kapel Chinaski a Toxique, barmanskou show, mnoho adrenalinových atrakcí a prezentací.

Frymburské slavnosti jsou nejvýznamnější akcí ve Frymburku. Konají se vždy v červnu a Frymburští jimi otevírají letní sezónu. Opět se jedná o zábavu pro celou rodinu. V loňském roce proběhl jubilejní desátý ročník, kde se návštěvníci mohli

zúčastnit například putovní hry Frymburský pranýř, vyzkoušet si střelbu z luků, praků a kuší, cyklojízdy zručnosti, horolezeckou stěnu Spiderman, penaltové střely na speciálně upravenou branku, pobavit se v opičím parku s lanovými překážkami, zkusit malování obličejů v chameleonově ráji nebo disciplínu zvanou „Lidská moucha“, kterou místní popisují jako: „Skočíš, letíš, pak se přilepíš, jak, to uvidíš“. Návštěvníkům byl také k dispozici pivní stan, kde byli k vidění nejrůznější hudební a divadelní vystoupení.

Další významnou společenskou akcí v turistické oblasti Šumava – Východ je plavení dříví na Schwarzenberském plavebním kanále. Od dokončení rekonstrukce kanálu v roce 1998 zde byl zřízen mimořádní hraniční přechod a provedeny první ukázky plavení dříví. Tyto ukázky zde probíhají několikrát do roka. (www.ckrumlov.cz)

Společnost Rosenberger – Lipno – Line s.r.o. provozuje osobní lodní dopravu na Lipenském jezeře. Zajišťují okružní plavby z přístavu v Lipně nad Vltavou i z přístavu ve Frymburku. Také je možné objednat si celou loď na určitou dobu. Z mariny Lipno nad Vltavou jsou též pořádány večerní plavby s tancem a hudbou. (Propagační materiály společnosti Rosenberger – Lipno – Line s.r.o.)

Pro děti je určené zábavní zařízení Playroom Lipno, které nabízí hlídání dětí od 3 let. Na každý týden pro děti připravují program, kde každý den je zaměřen na jiné téma – např. pirátský den, sportovní den, den zvířátek a kytickek, den karnevalu, den tance nebo indiánský den. Aktuální program je vždy k dispozici v infocentru Lipno nad Vltavou. (Propagační materiály informačního centra Lipno nad Vltavou)

Ukázka týdenního programu Playroom Lipno je v příloze č. 5.

5.2.3 Sportovní a zábavní zařízení a společenské akce

Lipenská nabídka možností aktivního trávení volného času je vskutku rozmanitá a uspokojí i toho nejnáročnějšího návštěvníka. Unikátní přírodní podmínky skýtají rozmanité terény pro nejrůznější druhy aktivního pohybu. Od vyhledávaných pěších a cykloturistických výletů k nevšedním turistickým cílům, přes osvěžující Nordic Walking a inline bruslení, až po odpočinkový golf či romantiku v koňském sedle.

Rozsáhlá vodní plocha s plážemi s písčitým povrchem a mělkým přístupem do vody poskytuje ideální možnosti pro vodní sporty a aktivní odpočinek. Lipenské jezero nabízí nejlepší podmínky pro vodní sporty, jako například jachting a windsurfing,

řeka Vltava je ideální pro vodáckou turistiku i adrenalinové sjíždění divoké vody. Rybaření na Lipensku je díky hojnosti zdejších vod opravdovým zážitkem, vynikajícími podmínkami pro rybolov oplývá nejen jezero samotné, ale také pstruhové vody Vltavy. Lipenské jezero bývá rybáři nazýváno „rybářským rájem“ a zaujímá první místo mezi významnými rybářskými revíry. Přístupy k vodě jsou ideální a chytat se dají prakticky všechny druhy ryb. Rozmanitost rybářských revírů i druhů ryb, které je možno v jednotlivých oblastech výběru jak rekreačním, tak i sportovním rybářům.

(www.lipensko.cz)

Sjíždění Vltavy patří k nejoblíbenějším aktivitám v oblasti Šumavy. Vltava se dá splout v její horní části (přítok do Lipna) od Borových Lad do Nové Pece. Celý horní úsek vede chráněným územím a jeho splouvání má určitá omezení daná výškou hladiny a také omezeným počtem míst, kde je možné zastavit a vylodit se. Druhá trasa je ve spodní části Vltavy pod Lipnem, začíná ve Vyšším Brodě. Plout se dá až do Boršova nad Vltavou u Českých Budějovic. Protože plavba s vlastním vybavením je trochu náročnější na organizaci, je mnohem výhodnější, půjčit si vybavení v některé z půjčoven. (www.lipensko.org)

Cykloturistika

Cykloturistika se stala velmi populární zejména na konci 90. let minulého století. K 1.1. 2010 bylo na území ČR napočítáno celkem 1 601km cyklostezek, z čehož 221km jsou stezky vybudované v roce 2009. Oproti roku 2008 činí navýšení více jak 16%. (www.nakole.cz)

Národní park Šumava přitahuje stále více vyznavačů cykloturistiky. Mimo veřejné komunikace lze na kole jezdit pouze po vyznačených cyklotrasách. Tyto trasy jsou značeny v severozápadní části území symbolem cyklisty na dřevěných směrovkách, v jihovýchodní a centrální části na žlutých plechových směrovkách, podobně jako pěší trasy. (www.npsumava.cz)

Okolí vodní nádrže Lipno je protkáno stovkami kilometrů tras pro cyklisty a stalo se tak doslova rájem pro cyklisty. Lipenské cyklotrasy vedou klidnou částí Šumavy, ale také hlavními turistickými centry v okolí Lipenského jezera s potřebnými službami a zázemím pro návštěvníky a zároveň se po nich dá dostat ke všem přírodním a kulturním atraktivitám této překrásné oblasti. Pro milovníky jízdy na kole je připraven

system několika navzájem propojených cyklotras značených dle známé celostátní metodiky Klubu českých turistů. Tyto cyklotrasy se spojují na začátku a konci Lipenského jezera a prostřednictvím tří převozu a šesti hraničních přechodů jsou napojeny na sousední rakouské cyklotrasy. Veškeré trasy jsou vedeny po komunikacích s minimálním provozem, některé části jsou určeny pouze pro cyklisty a chodce.

Skvělé podmínky pro cykloturisty představuje zejména pravý břeh Lipna se svými velmi málo frekventovanými silničkami v oblasti s téměř neporušenou přírodou u rakouské hranice. Na pravém břehu je systém pěti navzájem propojených cyklotras, ty jsou prostřednictvím 3 převozu napojeny na páteřovou cyklostezku na levém břehu a na 5 hraničních přechodech na rakouské cyklotrasy. (www.lipnoservis.cz)

Mapa cyklostezek na Lipensku je zobrazena v příloze č. 4.

Cyklotrasy vedoucí přes střediska Lipno nad Vltavou a Frymburk

Cyklostezka Jezerní (50,5km)

Rovinatá trasa poskytující neustálý kontakt s Lipenským jezerem a překrásné výhledy na něj nabízí vedle příjemné projížďky také dvě atraktivní plavby lipenskými převozy. Trasa je vhodná i pro rodiny se staršími dětmi.

Novinkou je úsek Jezerní stezky z Lipna nad Vltavou do Frymburka, který vede po délce 8km mimo silniční provoz a je určena pouze pro in-line bruslaře, cyklisty a pěší. Trasa je nenáročná a bezpečná pro děti, večer je dokonce uměle osvětlena, takže se dá jezdit po setmění.

Cyklostezka Svatotomášským pohořím (34,0km)

Největší atraktivitou této cyklostezky je přírodní lokalita Svatý Tomáš a nedaleký Vítkův Hrádek, z jehož vyhlídkové plošiny je výhled na celé Lipno a za dobrého počasí vidět i vzdálené vrcholky Alp.

Kramolínské „horské“ stezky (okolí Lipna nad Vltavou)

V okolí Kramolína vede několik tratí pro horská kola, na přehradní hrázi je možnost napojení na pravobřežní cyklotrasu tvořenou systémem pěti navzájem propojených cyklotras značených dle celostátní metodiky Klubu českých turistů. Tyto trasy jsou na několika hraničních přechodech napojeny na cyklotrasy v sousedním Rakousku a prostřednictvím převozu.

Lipenská magistrála (58,5 km)

Nově vybudovaná cyklotrasa na levém břehu jezera spojuje hlavní turistická centra oblasti. Lipenská Magistrála vede podél nejvýznamnějších turistických středisek a výletních cílů levého břehu Lipna. S využitím této cyklotrasy velmi dobře navazují další způsoby trávení volného času. Návštěvníci mohou vyzkoušet např. bobovou dráhu nebo Aquaword a zároveň okusit pohostinnost místních restaurací a kaváren.

Cyklostezka Okolo Lipna (108,2 km)

Náročný cyklookruh co do délky i členitosti terénu, poskytující možnost prozkoumání a vychutnání krajinných i historických krás obou břehů Lipenského jezera. Na této cyklotrase se nachází nejvýznamnější turistická centra Lipenska, stejně jako "zapomenuté" osady pravého břehu.

Cyklostezka Po stopách Adalberta Stiftera (65,9 km)

Cyklostezka vedoucí od rodného domu „básníka Šumavy“ Adalberta Stiftera krajinou, kterou popisoval ve svých dílech, ke zřícenině hradu Vítkův Hrádek a do bydliště jeho lásky Fanny.

Krumlovská cyklostezka (74,2 km)

Cyklotrasa nabízející přírodní a kulturní zážitek na okruhu spojujícím dva velmi významné turistické cíle Šumavy a jižních Čech - Lipensko a Český Krumlov. Po nenáročné jízdě do Českého Krumlova a dále do Branné následuje delší úsek stoupání. Trasa je zakončena prudkým sjezdem do Hořic na Šumavě.

Cyklostezka Vltavským kaňonem (39,9 km)

Cyklotrasa vedoucí údolím řeky Vltavy s nádherným kamenitým korytem a známou národní přírodní rezervací Čertova stěna - Luč. (www.lipensko.cz)

V území Lipenska a zejména v okolí turisticky nejnavštěvovanější Lipenské nádrže se nachází mnoho půjčoven sportovního vybavení pro sporty a aktivity, které lze na Lipensku v jednotlivých ročních obdobích provozovat. Přehled půjčoven sportovního náčiní v oblasti Lipenska je uveden v příloze č. 3.

Na Jezerní sjezdovce Skiareálu Lipno vyrostla zábavná sjezdová trať pro cyklisty Fun Ride Trail, která je vhodná pro rodiny s dětmi a začínající jezdce.

Bikepark Lipno nabízí přes 1500m dobrodružné jízdy v lese a na sjezdovce s krásným výhledem na Lipno. Návštěvníci Bikeparku mohou využít vlastního kola nebo si ho na místě půjčit. U lanovky, která je využívána na dopravu cestujících na start trasy Bikeparku, se nachází kompletní zázemí pro klienty – parkování zdarma, nabídka ubytování i půjčovna kol a ostatních potřeb. Další oblíbený Bikepark se nalézá ve Sport areálu Špičák na Šumavě. (www.lipnoservis.cz)

Pěší turistika

Objevovat krásy kolem nás po svých, tj. pěšky, stále přitahuje. Česká republika má pro příznivce pěší turistiky připraveny tisíce a tisíce kilometrů stezek. Turistických stezek, jejichž propracovaný systém značení je evropským unikátem, stále přibývá, aby návštěvníky zavedly do co největšího počtu krásných míst. Zatím mají lidé v jižních Čechách na výběr asi 3000 kilometrů tras, z nichž většina je hlavně po Šumavě, Novohradských či Píseckých horách, podél řek i v okolí měst. Je to nejlepší možnost, jak poznat kraj opravdu důvěrně a vychutnat si jeho půvaby všemi smysly. (www.jiznicechy.cz)

Pěší výlety do krajiny v okolí Lipenské nádrže jsou nezapomenutelným zážitkem. Lipenské léto se svým mírným klimatem je ideální pro pěší turistiku a je rovněž skvělým obdobím pro individuální či skupinové výšlapy po místní krajině. Milovníkům pěší turistiky, sportovním nadšencům a zvědavým návštěvníkům se nabízí bezpočet možností vydat se na některou z pěších túr vedoucích k unikátům šumavské přírody.

Více než 200km značených turistických a naučných stezek, jejichž délka a náročnost uspokojí jak příležitostné výletníky, tak i "ostřílené" turisty, návštěvníky zavede do nejrůznějších zákoutí Lipenska, k mnoha unikátním přírodním či technickým památkám, opředeným bohatou historií, tradicí a místními legendami. (www.lipensko.cz)

Turistické trasy vedoucí přes střediska Lipno nad Vltavou a Frymburk

Lipno nad Vltavou - Frymburk (10km)

Z Lipna nad Vltavou obcí vzhůru směrem na Frymburk přes Alpskou vyhlídku a Kaliště.

Lipno nad Vltavou - Loučovice - Vyklestilka - Kapličky - Lipno nad Vltavou (15km)

Nabízí příležitost poznat nedotčenou krásu přírody, kterou si zachoval pravý břeh jezera, po dlouhé roky díky železné oponě nepřístupný.

Frymburk - Svatý Tomáš - Vítkův Kámen - Přední Výtoň - Frymburk (16km)

Cestu od Přední Výtoně k Vítkovu Hrádku vedoucí hlubokými lesy mohou návštěvníci absolvovat jak pěšky, tak také kupříkladu po síti cyklostezek. V obci Svatý Tomáš jsou k dispozici dvě restaurace nebo například Kostel Božího Těla zachráněný díky sbírkám bývalých rodáků po roce 1990.

Naučná stezka Lipno (5,5km)

Trasa naučné stezky prochází krajinou mezi obcemi Lipno nad Vltavou a Frymburkem. Je orientována zejména na poznání lesa, jeho ochranu, lesní hospodaření i vlastivědné zajímavosti. Výchozím místem je parkoviště v horní části Lipna nad Vltavou. Cíl pak v místě zvaném Na Martě nad obcí Frymburk. Na 5,5km dlouhé stezce je umístěno 7 zastavení, turistický přístřešek, odpočívadlo se studánkou a Alpská vyhlídka. (www.ckrumlov.cz)

Další trasy

Frymburk

- Frymburk - sv. Tomáš - Pasečná - Frymburk - Kaliště - Alpská vyhlídka - Lipno nad Vltavou
- Frymburk - Plískov - Slupečná - Lipno nad Vltavou - Frymburk - Vřesná - Milná - Světlík
- Frymburk - nejen pro seniory a rodiny s dětmi je k dispozici krátká vycházková trasa: z náměstí po stezce pro pěší a cyklisty ke křížové cestě, křížovou cestou na vršek Svatá Marta nad Frymburkem ke zrestaurované kapli „Vysoká muka“ odkud je překrásný výhled na celý frymburský poloostrov a jeho okolí.

Lipno nad Vltavou

- Lipno nad Vltavou - Kramolín - Alpská vyhlídka - Kaliště - Na Martě - Frymburk - Lipno nad Vltavou - Dvorečná - Lopatné - Kyselov - Malšín
- Lipno nad Vltavou - rozcestí před Dvorečnou - Luč - Loučovice - Lipno nad Vltavou - Lipno nad Vltavou (přehrada) - Medvědí hora - Kapličky
- Lipno nad Vltavou - Slupečná - Plískov - Frymburk - Lipno nad Vltavou - Loučovice - Čertova stěna - Vyšší Brod - Maria Rast (www.lipensko.cz)

Nordic Walking je aktivita určená nejširší i nesportující veřejnosti jako efektivní způsob zlepšování kondice a pohodlný způsob boje s nadváhou. Sportovní chůze se speciálně navrženými holemi přináší velice efektivní pohyb a snadnou cestu ke zvýšení fyzické kondice bez ohledu na věk, pohlaví, nebo aktuální fyzickou kondici. Nordic Walking je sportovní aktivita nenáročná na vybavení, čas či aktuální kondici. Přesto má velmi pozitivní vliv na zdraví. Jedná se také o aktivitu relativně nezávislou na počasí. Pokud tedy zrovna neprší, je Lipensko se svým mírným klimatem a příznivými teplotami velice vhodné pro tento druh rekreačně-sportovní aktivity. Rozmanitá krajina Lipenska, ideální jak pro úplné turistické nováčky, tak i pro otrlejší vyznavače pěších pochodů, nabízí nepřeberné množství terénů a výletních míst svádějících k individuálním či skupinovým výšlapům po okolí. (www.lipnoservis.cz)

Lipensko ve své rozmanitosti nabízí in-line vyžití jak zkušeným bruslařům, tak i úplným začátečníkům. Velmi dobrou možnost in-line bruslení skýtá kupříkladu nově vybudovaný úsek cyklostezky mezi Lipnem nad Vltavou a Frymburkem. Kvalitní, nenáročný rovinný povrch trasy je vhodný i pro bruslařské začátečníky, vedení značné části stezky v těsné blízkosti vody nabízí krásnou a pohodovou vyjížďku všem milovníkům krásných scenérií. Výhodou lipenské bruslařské dráhy je to, že bruslaři mohou kdykoliv zastavit a vykoupat se, že vede pod stromy, což je výhodné hlavně v letních měsících a že je po celé délce osvětlená. Návštěvníci si tak mohou vychutnat i noční romantickou projížďku. Zhruba v půli trasy je také k dispozici občerstvení v areálu kempu Lipno – Modřín. Zkušenějším bruslařům se nabízí i "adrenalinová" varianta bruslení se speciálními hůlkami, takzvaný Nordic Blading, při kterém lze dosahovat rychlostí srovnatelných s jízdou na kole. (www.lipnonadvltavou.cz)

Milovníci netradičních sportů mají jedinečnou příležitost vyzkoušet i některý z adrenalinových sportů. Přímo v Lipně nad Vltavou se nachází Adrenalincentrum. Jedná se o lanové centrum pro děti i dospělé. Součástí je i umělá horolezecká stěna nebo trampolína 4v1. Další atrakcí Lipna nad Vltavou je bobová dráha, která je v provozu celoročně. Bobová dráha Slide Land Lipno, se nachází v blízkosti centrálního parkoviště a dolní stanice lanové dráhy Lipno Expres. Je ideálním cílem rodinných výletů, místem aktivního odpočinku a zábavy, stejně jako romantických večerních jízd s výhledem na lipenské jezero. Lipenská „bobovka“ je především za hezkého počasí skvělou atrakcí a vzrušujícím zážitkem pro všechny věkové kategorie návštěvníků. (Propagační materiály Adrenalincentrum a Slide Land Lipno)

Další adrenalinové zážitky mohou prožít v Offparku v Sušici. Jeho nabídka je opravdu široká: lanový park, lezecká stěna, offball, rafting, terénní koloběžky, skákací boty, potápění, let balónem, paragliding, let kluzákem, let vrtulníkem nebo třeba tandemový seskok padákem. (www.offpark.cz)

V rámci adrenalinových programů zprostředkovaných Infocentrem v Lipně nad Vltavou je dětem nabízena možnost bezpečného svezení se na čtyřkolce pod odborným dohledem. Infocentrum dále nabízí střelbu z různých typů zbraní na nedaleké střelnici pod vedením zkušeného instruktora. Také organizuje hodiny lezení v blízkých skaliskách na Luči. Aktivita je vhodná pro začátečníky i pokročilé horolezce. Infocentrum zajistí pro účastníky instruktora a zapůjčení potřebné výstroje. Jeden z programů lipenského infocentra nabízí výlet horkovzdušným balónem. Dalším nevhedním programem je nabídka tandemových seskoků. Účastník absolvuje 4km dlouhý a 8 minut trvající let na otevřeném padáku. Denně v závislosti na počasí mohou návštěvníci využít nabídky vyhlídkových letů a poznávat krásu Šumavy a Jihočeského kraje. Při okružním letu je k vidění zámek Hluboká, České Budějovice, Český Krumlov a lipenská přehrada. (www.lipnoservis.cz)

Trávení volného času v koňském sedle je jedním z vyhledávaných a velice oblíbených způsobů relaxace. Rekreační ježdění a jezdecká turistika je nejen romantickým způsobem objevování přírodních krás Lipenska, ale má také prokazatelně pozitivní vliv na zdravotní stav osob, a to jak po fyzické, tak i psychické stránce. Individuální či skupinové projížďky na koních mohou zájemci objednat prostřednictvím infocentra v Lipně nad Vltavou. (www.lipensko.cz)

V blízkosti obce Lipno nad Vltavou se také nachází druhé největší golfové hřiště v České republice. Golfové hřiště Lipno Golf Club je 18-ti jamkové golfové hřiště, jehož perlou jsou tři kaskádové rybníky atraktivně doplňující celkovou podobu areálu, plně využívá přírodní rázu krajiny a nabízí tak skvělé herní možnosti jak pro úplné začátečníky, tak i pro zkušené golfisty. Lipenský golfový klub poskytuje kvalitní podmínky pro sportovní vyžití jak pro individuální zájemce o golfovou hru, tak pro skupinové či firemní pobyty. Vedle základního zázemí zahrnujícího klubovnu s recepcí, občerstvením, golfovým obchodem a půjčovnou golfového vybavení, jsou zde také bohaté možnosti objednávky golfových balíčků, pronájmu areálu, poskytování nejrůznějších druhů slev či poradatelský servis při turnajích. (www.lipnogolf.cz)

Ani zimní sezóna při dobrých podmínkách nezklame sportovce ani rodiny s dětmi. Skiareál Lipno je moderní lyžařské středisko zaměřené na rodiny s dětmi, začátečníky a školní lyžařské kurzy. O rychlou přepravu na sjezdovky se starají 3 čtyřsedačkové lanovky a 3 pojízdné koberce v dětském hřišti. Sedm přehledných sjezdovek o průměrné délce 1km s nenáročným profilem jsou zárukou bezpečí a zábavy při jízdě na lyžích. Sněhovou jistotu v areálu zajišťuje moderní zasněžovací systém. Pro snowboardisty je připraven modernizovaný snowpark s překážkami pro začátečníky i zkušené jezdce. Netradiční formou sjezdu je ve skiareálu Lipno nová snow-crossová dráha. Pro děti je k dispozici nejmodernější výukové hřiště v České republice – Foxpark kapitána Lipánka, který využívá trendy lyžařské výuky z alpských středisek. Pro běžkaře je strojově upravováno 40km lyžařských stop. Díky dotaci, kterou obec Lipno nad Vltavou získala koncem roku 2008 na úpravu bruslařské dráhy na lipenském jezeře, si mohou návštěvníci i místní obyvatelé Lipenska zabruslit na největším přírodním upraveném kluzišti v České republice. Unikátní odhrnutá a vykartáčovaná bruslařská promenáda mezi obcemi Frymburk a Lipno nad Vltavou, s odbočkou k Přední Výtoni, je dlouhá bezmála 11km a široká cca 6metrů. Díky tomu, že se jedná pravděpodobně o nejdelší bruslařskou dráhu nejen u nás, ale i ve světě, usilují Lipenští o její zápis do světové knihy rekordů. (www.lipnoservis.cz)

Šumavské hory poskytují návštěvníkům výborné podmínky pro sjezdové lyžování. Dnes už většina šumavských ski areálů nabízí lyžařům a snowboardistům kompletní služby, které zahrnují umělé zasněžování, večerní lyžování, lyžařské školy a půjčovny lyží. Na šumavských kopcích najdete převážně sjezdovky s lehčí a střední

obtížností, které jsou ideální především pro rodinné lyžování. Pro náročnější lyžaře se z šumavských ski středisek nabízí areál Špičák s černou sjezdovkou Šance, která patří mezi nejprudší sjezdovky v České republice. Díky kvalitní síti běžeckých stop přijíždí každoročně na Šumavu i mnoho lyžařů – běžkařů. Dohromady zde najdete zhruba 450km značených tras, z toho většina se nachází přímo na území Národního parku Šumava. Běžecké trasy jsou z velké části udržovány rolbou. (www.info-sumava.cz)

Vodní ráj Aquaworld Lipno je skvělým místem, kde relaxovat po celodenním sportování za každého počasí. S výhledem na lipenské jezero hosté mohou odpočívat ve vířivce, zatímco se děti vydovádějí na vodní skluzavce a v bazénu s protiproudem. Balzámem pro tělo i duši jsou finské sauny s bylinkovou esencí a masáže. (www.lipnoservis.cz)

6 ANALÝZA SLOŽEK SEKUNDÁRNÍ NABÍDKY CESTOVNÍHO RUCHU

6.1 Dopravní služby

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

Dopravními službami v cestovním ruchu se rozumí ty služby, které jsou spojeny se zabezpečením vlastní přepravy účastníků a jejich zavazadel, včetně poskytování informací o dopravních spojích, rezervování míst v dopravních prostředcích, prodeje dopravních cenin, vyřizování reklamací jízdného apod.“ (Orieška, 1999, str. 19)

Lipno nad Vltavou

Návštěvníci Lipna nad Vltavou využívající silniční dopravu se mohou pohodlně dostat do rekreačního střediska po silnici č. 163 vedoucí přes Vyšší Brod. Silnice poté u hraničního přechodu Dolní Dvořiště navazuje na mezinárodní silnici E55, která vede z rakouského Linze, kde navazuje na rakouskou dálnici A7 a pokračuje severně přes České Budějovice a Tábor až se u Říčan napojuje na dálnici D1, spojující Prahu a Brno.

K dopravě do střediska Lipno nad Vltavou lze také využít veřejnou linkovou autobusovou dopravu. Z Českých Budějovic každý všední den vyjíždí 7 autobusových spojení, v sobotu pouze 1 spoj a v neděli 2 spoje směřující do Lipna nad Vltavou. Ze střediska Lipno nad Vltavou do Českých Budějovic jezdí ve všední dny 9 autobusových spojení, v sobotu jeden a v neděli dva autobusy za den. Obdobné je spojení rekreačního střediska Lipno nad Vltavou s turisticky atraktivním Českým Krumlovem. Cena spojení Lipno nad Vltavou – Český Krumlov činí od 44,- Kč do 61,- Kč a doba jízdy trvá přibližně jednu hodinu. Jízdenka mezi Lipnem nad Vltavou a České Budějovicemi stojí od 76,- Kč do 89,- Kč a doba jízdy se pohybuje okolo dvou hodin.

Železniční doprava je v Lipně nad Vltavou zajišťována největším národním dopravcem, akciovou společností České dráhy. Z Českých Budějovic trvá doba jízdy s přestupem v Rybníku kolem 1hod a 40min. Cena dopravy činí 96,- Kč, cenově výhodnější je pak zákaznické jízdné za 72,- Kč. Vlakové spojení jezdí ve všední dny od 5:33 hod do 18:10 hod téměř každé dvě hodiny. Při obrácené trase Lipno nad Vltavou – České Budějovice zajišťuje dopravu osm vlakových spojení. Spojení o víkendu je téměř identické. Železniční doprava mezi Lipnem nad Vltavou a Českým Krumlovem je složitější. Cestující se musí z Lipna nad Vltavou dopravit vlakem nejprve do Českých Budějovic a až odtud potom do Českého Krumlova.

Frymburk

Přes Frymburk také vede silnice č. 163, která končí v Černé v Pošumaví, kde navazuje na silnici č. 39. Ta se větví na východ a na západ. Západním směrem pokračuje do Horní Plané a poté se táhne okolo Národního parku téměř přes celou Šumavu. Východním směrem vede do Českého Krumlova a poté se u Kamenného Újezdu napojuje na mezinárodní silnici E55.

Autobusové spojení z Českých Budějovic do Frymburku je zajištěno ve všední dny 7x denně, v sobotu 1x a v neděli 3x denně. Při opačném směru z Frymburku do Českých Budějovic je spojení ve všední dny navázáno 8x a o víkendu celkem 3x. Cena jízdenky se pohybuje v rozmezí 64 – 84 Kč a jízda trvá od 1hod 20min do 2hod 30min. Z Českého Krumlova každý všední den jede 6 autobusových spojení a v sobotu a v neděli vyjíždí po dvou spojeních. Pro dopravu z Frymburku do Českého Krumlova mohou turisté využít v pracovní dny 8 autobusů, v sobotu pouze jeden a v neděli 2 autobusy. Cenové rozpětí této trasy je od 32,-Kč do 52,-Kč. Na cestě cestující stráví 45min – 1hod 45min.

Přes Frymburk nevede žádná železniční trať. Nejbližší železniční zastávka se nachází v obci Lipno nad Vltavou.

Tabulka č. 2: Důležité vzdálenosti od středisek Lipno nad Vltavou a Frymburk

	Lipno nad Vltavou		Frymburk	
	km	čas	km	čas
Český Krumlov	31,9	33min	24	26 min
České Budějovice	63,7	52min	55,3	45 min
Tábor	122,8	1hod 42min	114,3	1hod 35min
Písek	113,4	1hod 28min	105	1hod 21min
Strakonice	105,7	1hod 29min	97,7	1hod 21min
Plzeň	198,5	2hod 31min	190,1	2hod 24min
Praha	217,3	2hod 47min	208,9	2hod 40min

Zdroj: upraveno dle serveru www.mapy.cz

6.2 Ubytovací služby

Dle Orišky (1999) ubytovací služby umožňují přenocování nebo přechodné ubytování účastníků CR. Jsou významným předpokladem vzniku a rozvoje zejména dlouhodobého CR. Jejich součástí jsou také služby, které s pobytem hosta v ubytovacím zařízení souvisejí. Jde o podávání informací, úschovu zavazadel a jejich přepravu v ubytovacím zařízení, buzení hostů, půjčování společenských her, úschovu cenností v hotelovém trezoru, rezervování míst v odbytových střediscích, zprostředkování telefonických hovorů, podávání telegramů, prodej vybraných druhů zboží, časopisů, literatury, upomínkových předmětů, květin, praní a žehlení prádla, čištění a žehlení oděvů, sekretářské a další služby

„Ubytovací služby jsou významnou součástí služeb cestovního ruchu. Jsou nezbytným předpokladem jeho rozvoje. Ubytovací služby jsou služby spojené s poskytnutím přechodného ubytování pro osobu mimo místo jejího trvalého bydliště.“ (Čertík, 2001, str. 87)

Z hlediska návštěvnosti, tj. podle počtu hostů a počtu přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních, se kraj řadí mezi nejvíce navštěvované v ČR. Nejnavštěvovanější okresy jsou České Budějovice, Český Krumlov a Prachatice. (Vystoupil, 2006)

Okolí vodní nádrže Lipno je velmi hustě pokryto různými typy ubytovacích zařízení, která se soustřeďují zejména ve městech a obcích na břehu nádrže.

Lipensko je velmi vyhledávanou oblastí letní rekreace u vody nadregionálního významu. Proto byla ubytovací zařízení vždy využívána rezidenty i zahraničními turisty hlavně v letní sezóně. Od roku 2008, kdy byl zmodernizován Skiareál Lipno, stalo

Lipno nad Vltavou a přilehlé obce vyhledávanou destinací i v zimě. Většina ubytovacích zařízení je v provozu celoročně. Během hlavních sezón ubytovatelé poskytují přenocování většinou jen na celý týden a to s nástupem v sobotu.

Z hlediska kategorizace ubytování lze říci, že ve střediskách Lipno nad Vltavou a Frymburk je zastoupená téměř každá kategorie. Najdeme zde například ubytovny, ale i luxusní Hotel Frymburk nebo Lipno Lake Resort v Lipně nad Vltavou.

Hotel Frymburk nabízí také kromě ubytování a stravování prostory pro konání kongresů a prezentací, k dispozici je velký a malý sál a další salonky. V hotelu se také nachází nejlépe vybavené hotelové wellness zařízení v České republice - wellness a spa centrum. Zde mohou návštěvníci využívat možnosti různých druhů masáží, zábalů, terapií, koupelí a lázní nebo kosmetických kúr, ale také například finskou saunu, solnou lázeň, sněžnou a solnou jeskyni nebo lymfodrenážní sprchu. (Propagační materiály Hotelu Frymburk)

Tabulka č. 3: Počet ubytovacích zařízení dle typu

	Lipno nad Vltavou	Frymburk	Celkem
Apartmány - byty	28	nezjištěno	28
Hotel	7	5	12
Chata/chalupa	41	2	43
Chatový tábor	1	1	2
Kemp	2	2	4
Penzion	11	9	20
Rodinný dům k ubytování	22	3	25
Ubytovna	3	1	4
Celkem	115	23	138

Zdroj: vlastní šetření

6.3 Stravovací služby

Orieška (1999) uvádí, že stravovací služby zabezpečují uspokojování základních potřeb výživy účastníků CR. Jde o služby základního stravování, doplňkového stravování a občerstvení, jakož i o společensko-zábavní služby, spojené s hudební produkcí, kulturním programem, případně další služby.

Lipno nad Vltavou

Pobyť v Lipně nad Vltavou si vychutnají milovníci dobrého jídla a pití. Návštěvníci mohou ochutnat pravou italskou pizzu, steaky, čínské pokrmy nebo speciality české kuchyně. Jako sladkou tečku gurmánského zážitku si mohou dopřát dobrou kávu se zákuskem nebo zmrzlinou. Výběr restaurací je v Lipně nad Vltavou opravdu široký. Ve Sportrestaurantu Lipno přímo u lanovky skiareálu si hosté mohou vybrat z denního menu za skvělé ceny. Jako překvapení připraví místní kuchaři vybrané pochoutky české kuchyně, jako je pečené selátko nebo jiné grilované dobroty. Místní specialitou je bar Apre's Ski, kde mohou turisté posedět v zimě i v létě a dopřát si některý z míchaných koktejlů od profesionálního barmana nebo další alkoholické i nealkoholické nápoje. (Propagační leták Jihočeské centrály cestovního ruchu)

Obec Lipno nad Vltavou je dostatečně vybavená stravovacími zařízeními. Jsou jimi především hotelové restaurace a restaurace v penzionech přístupné i pro neubytované návštěvníky. Najdeme zde různé typy stravovacích zařízení. Pro turisty jsou k dispozici restaurace jak s tradiční českou kuchyní, pizzerie, steak house nebo například čínská restaurace. Dále zde turisté mohou najít kavárnu, caffè bar, cukrárnu a ve večerních hodinách otevírá místní diskotéka. V několika restauracích mohou hosté ochutnat speciality z českých ryb, což je pro lokalitu okolo vodní nádrže velmi typické. Místní zvláštností jsou restaurace umístěné přímo ve svahu některých sjezdovek, jako je například Restaurace U Yettiho. Tyto restaurace jsou uzpůsobeny k vnitřnímu i venkovnímu posezení a mají ráz spíše rychlého občerstvení, nabízí se zde především smažené jídla, polévka a horké i studené nápoje.

Frymburk

Také Frymburk návštěvníkům nabízí veliké množství různých stravovacích zařízení. Stejně tak jako v Lipně nad Vltavou jsou to většinou restaurace v hotelích a penzionech. Samostatné restaurace jsou tu tři: Restaurace Na Rynku, Restaurace Pohoda a Rybářská bašta. Chybí zde Čechy velmi oblíbená pizzerie. Ve Frymburku je také mnoho restaurací je zaměřeno na holandskou kuchyni, protože Holanďané jsou nejčastějšími zahraničními návštěvníky této oblasti.

Czech specials – Ochutnejte Českou republiku

Jedná se o projekt agentury CzechTourism, Asociace hotelů a restaurací a Asociace kuchařů a cukrářů České republiky, který chce navázat na tradici kvalitní české gastronomie. Má sloužit k propagaci České republiky jako gastronomicky zajímavé turistické destinace pro zahraniční i domácí turisty. Je to systém zavedení regionálních specialit a jednoho typického představitele české kuchyně a šíření známky Czech Specials gastronomickými zařízeními, které se do projektu zapojily. (www.czechspecials.cz)

Bohužel v rekreačním středisku Frymburk ani Lipno nad Vltavou není do tohoto projektu zapojeno. Certifikát by turistům zaručoval, že na jídelním lístku vždy najdou minimálně jednu národní a jednu regionální specialitu. Stravovacím zařízením by osloužil jako propagace na oficiálních stránkách projektu Czech Specials a také přilákal turisty vyhledávající zážitkovou gastronomii.

6.4 Doplnkové služby

Doplnkové (komplementární) služby jsou často spojeny s využíváním atraktivit, vlastností charakteristických pro konkrétní rekreační prostor (například sportovně – rekreační služby, společensko – kulturní služby, lázeňské služby, apod.). (Orieška, 1999)

Lipno nad Vltavou

V obci Lipno nad Vltavou působí společnost Lipno Servis s.r.o., která zde provozuje svou činnost od roku 1999. Zabývá se tvorbou a prodejem služeb pro volný čas. Za cíl si klade být rovnocenným partnerem v oblasti využití volného času všem návštěvníkům Lipenska během celého roku. Nabídka služeb společnosti je strukturována tak, aby návštěvníkům poskytla dostatečné vyžití během kteréhokoliv ročního období a spokojila jejich potřeby, ať se jedná o rodiny s dětmi, sportovce či seniory vyhledávající klid a pohodu. Společnost Lipno Servis s.r.o. je provozovatelem Skiareálu Lipno, Skischool Lipno, Skiservice Lipno, Sportsapartmens Lipno, Aquaworld Lipno, Playroom Lipno, Bikeparku Lipno nebo třeba Informačního centra v Lipně nad Vltavou. (www.lipnoservis.cz)

Dále mají návštěvníci k dispozici poštu, policii, lékaře pro děti i dospělé, půjčovny sportovního náčiní nebo například autoservis.

Frymburk

V městysu Frymburk se nachází obchody s potravinami, s knihami a časopisy, květinami, rybářské potřeby, benzínová pumpa, nákupní středisko s prodejnou elektro, železářství, drogerie a papírnictví a prodejny map, pohlednic a tisku. Ve zdravotním středisku návštěvníci mohou využít služeb lékaře pro dospělé, dětského lékaře i zubního lékaře, dále je ve Frymburku zajištěna lékařská služba první pomoci, lékárna a hasiči. Turistům také slouží např. veřejná pláž se vstupem zdarma a občerstvením, půjčovna loděk a šlapadel, přívoz, veřejná knihovna, pošta, bankomat Komerční banky, telefonní automaty, taxislužba nebo třeba směnárna. (www.frymburk.info)

Ve Frymburku se také nachází cestovní agentura Otre, která nabízí ubytování ve více než 100 objektech v oblasti Lipenské přehrady. Cestovní agentura s již devatenáctiletou tradicí zajišťuje ubytování pro tuzemské i zahraniční klienty. Součástí služeb CA Otre je také směnárna a prodej rybářských povolenek. (www.otre.cz)

7 ANALÝZA POTŘEB A POŽADAVKŮ NÁVŠTĚVNÍKŮ STŘEDISEK LIPNO NAD VLTAVOU A FRYMBURK

7.1 Dotazníkové šetření – výsledky

Pro získání primárních informací byla využita metoda dotazování. Cílem dotazníkového šetření bylo zjistit potřeby a požadavky návštěvníků, jejich dosavadní spokojenost s úrovní cestovního ruchu ve střediskách a potvrzení či vyvrácení stanovených hypotéz. Dotazování také nastínilo některé problémy této rekreační lokality.

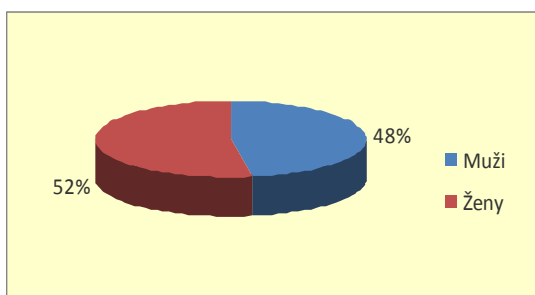
Jak již bylo řečeno, terénní šetření bylo provedeno pomocí dotazníků. Dotazník obsahoval celkem 21 otázek jak uzavřeného typu, polootevřené, jejichž podstatou je výběr jedné z variant, tak otevřeného typu. Vzor dotazníku je uveden v příloze č. 1. Byli dotazováni náhodně vybraní účastníci cestovního ruchu ve střediskách rekreace Lipno nad Vltavou a Frymburk. Průzkum probíhal v hlavní letní turistické sezóně v červenci, srpnu a září 2009. Celkem bylo ve zmiňovaném období položeno a rozdáno 100 dotazníků. Z toho bylo plnohodnotně vyplněno a navraceno 80 dotazníků.

Ke zpracování vyplněných dotazníků byla použita internetová služba Google Docs a k následnému vyhodnocení odpovědí nástroje programu Microsoft Office Excel 2003 konkrétně tvorba výsečových a sloupcových grafů.

Výsledky analýzy jsou pak interpretovány za každým konkrétním grafem.

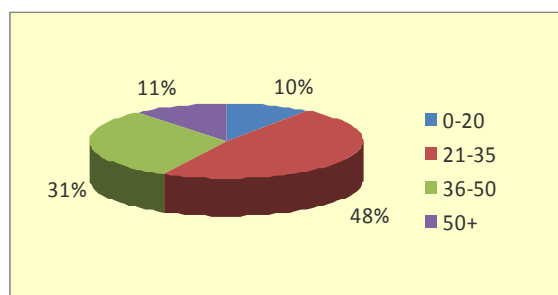
Otázka č. 1 a 2: Osobní údaje

Graf č. 1: Návštěvníci dle pohlaví



Zdroj: vlastní šetření

Graf č. 2: Návštěvníci podle věku

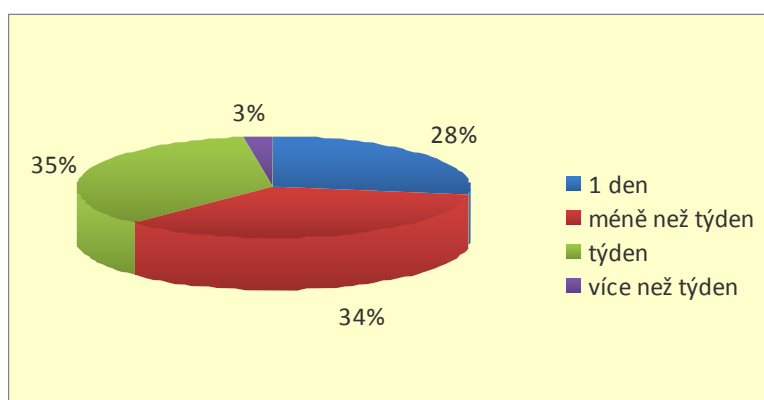


Zdroj: vlastní šetření

Podíl dotázaných podle pohlaví byl vyvážený, v terénním šetření bylo zahrnuto 53% žen a 47% mužů. Téměř polovina respondentů byla ve věku 21-35 let. Jedná se tedy většinou o mladé páry, skupiny přátel nebo mladé rodiny. Účastníci ve věku do 20ti let tvořili 10%. Věková skupina nad padesát let činila 11% z osmdesáti zúčastněných.

Otázka č. 3: Jaká je délka Vašeho zdejšího pobytu?

Graf č. 3: Délka pobytu

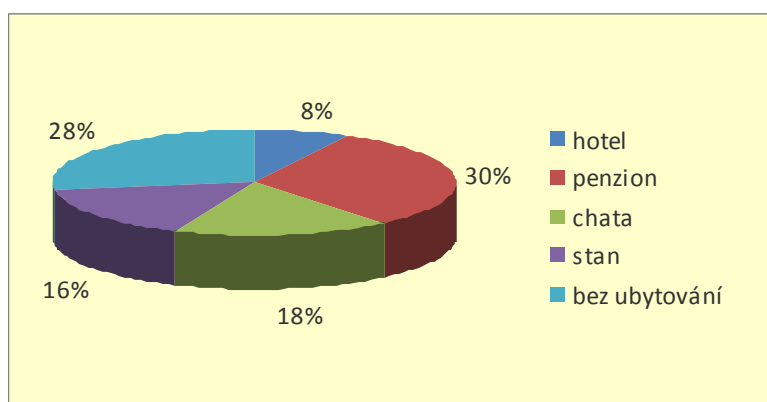


Zdroj: vlastní šetření

Týdenní délku pobytu zvolilo 35% účastníků, která je typická pro rodinu s dětmi, která se rozhodne strávit takto dlouhou letní dovolenou na Lipně. Mladší páry nebo skupiny přátel většinou střediska navštěvují v rámci prodloužených víkendů nebo víkendových pobytů. Téměř vyrovnaný byl i počet jednodenních výletů. Zanedbatelné procento tvořili pobyty trvající déle než jeden týden.

Otázka č. 4: Jaký jste zvolili typ ubytování?

Graf č. 4: Druh ubytování

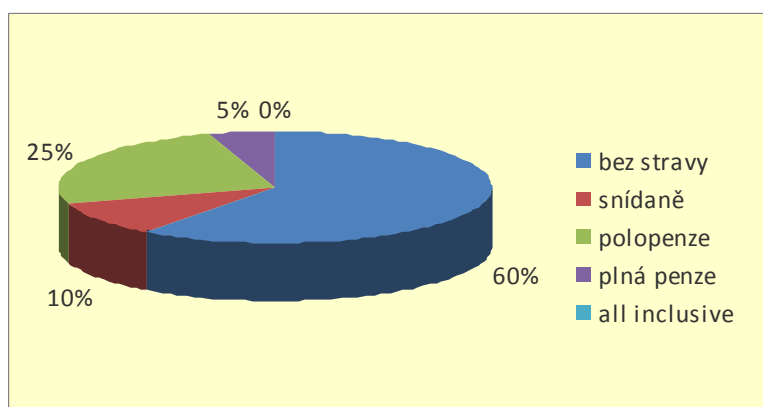


Zdroj: vlastní šetření

K nejpreferovanějším typům ubytování v oblasti Lipenska podle dotazovaných patří penzion. Jeho největší oblíbenost je nejspíše zapříčiněna dostupnou cenou, klidným prostředím a rodinnou atmosférou. Z 18ti % byli návštěvníci ubytováni v chatách, kterých je v této oblasti nepřehledné množství. V oblíbenosti se také stále ještě drží stanování. Další významnou skupinu tvoří tzv. výletníci, kteří uskutečnili pouze jednodenní výlet, tedy bez přenocování.

Otázka č. 5: Jaký jste zvolili typ stravování?

Graf č. 5: Druh stravování

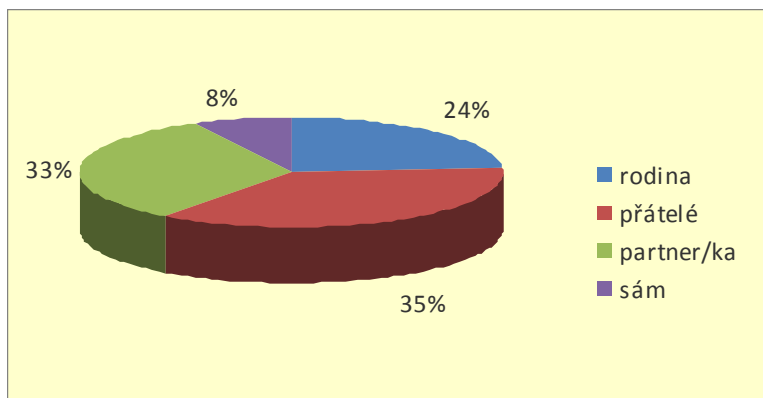


Zdroj: vlastní šetření

Přesně 60% dotazovaných uvedlo, že nemá po dobu pobytu sjednané žádné stravování. V této skupině jsou zahrnuti jak jednodenní návštěvníci, tak lidé, kteří se chodí stravovat do restaurací nebo rychlých občerstvení i turisté, kteří si vaří vlastní stravu na místě. Další početnější skupinou je polopenze. Ta je většinou nejschůdnější variantou stravování pro ty, kteří se rozhodli pro poznávací dovolenou a tráví dny poznáváním okolí. Stravování formou all inclusive neměl ani jeden z respondentů.

Otázka č. 6: Kdo Vás při návštěvě doprovází?

Graf č. 6: Spolucestující

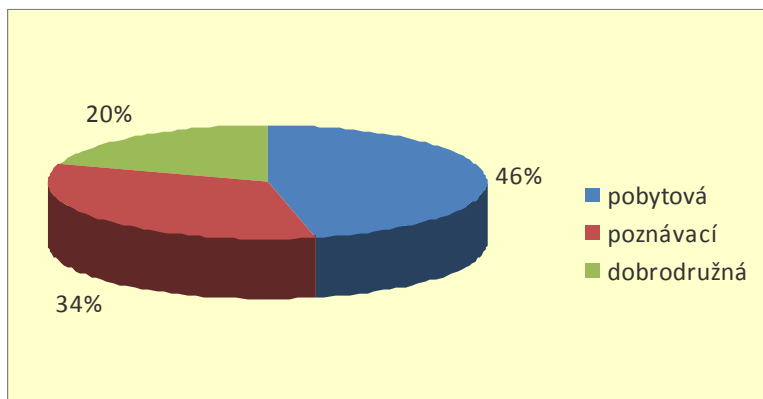


Zdroj: vlastní šetření

Nejvíce dotázaných cestuje s přáteli a s partnery, což vyplývá z jejich věkové kategorie. Rodiny s dětmi představují 24%, které využívají střediska v době letních prázdnin. Turisté starší věkové kategorie upřednostňují poznávací pobyty. Tato skupina samostatně cestujících tvoří pouze 8%.

Otázka č. 7: Jaký jste zvolili druh dovolené?

Graf č. 7: Typ zvolené dovolené

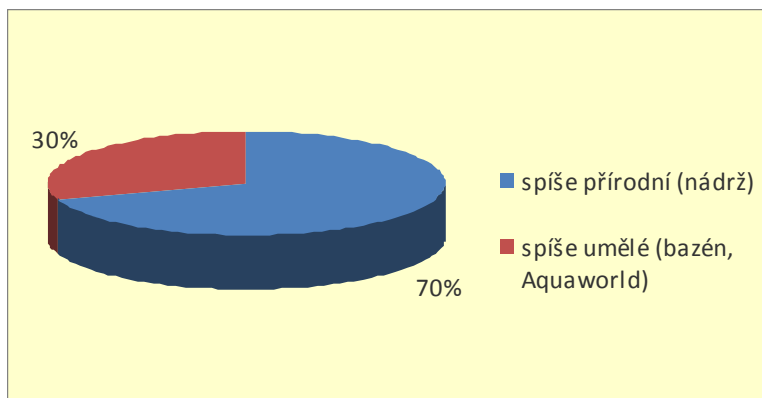


Zdroj: vlastní šetření

Oblast Lipenska je vyhlášenou letní rekreační oblastí, proto také 46% účastníků zvolilo pobytový druh dovolené. S 34% následuje poznávací dovolená, která bývá spojena nejčastěji s cykloturistikou. V typu dobrodružném typu bývá zastoupena dovolená vyloženě aktivního sportovního rázu spojená s vodními a adrenalinovými sporty nebo se stále populárnějším in-line bruslením.

Otázka č. 8: Jaký typ koupání preferujete?

Graf č. 8: Preferovaný typ koupání

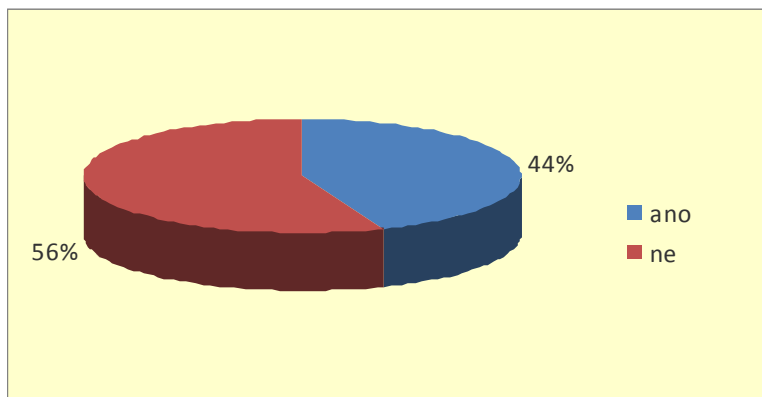


Zdroj: vlastní šetření

Z tohoto grafu je znát, že ještě většina zúčastněných stále preferuje přírodní typ koupání, který je v oblasti zastoupen vodní nádrží Lipno. Třicetiprocentní skupina tíhnoucí spíše ke koupání v bazénech je složena nejčastěji z mladých lidí a dětí, kteří navštívili zdejší aquapark.

Otázka č. 9: Navštívili jste zde nějaké zábavní středisko?

Graf č. 9: Návštěvnost zábavních středisek

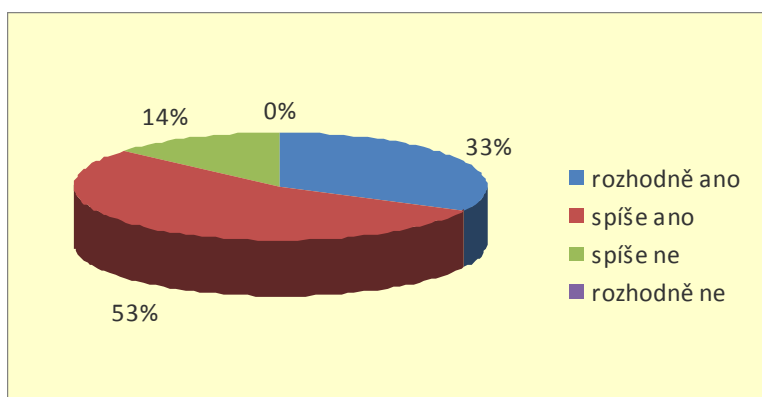


Zdroj: vlastní šetření

Jak je z grafu č. 9 vidět více než polovina respondentů nenavštívila žádné zábavní středisko. Zbytek zúčastněných využil bobovou dráhu, aquapark, dráhy pro in-line bruslení nebo také paintball.

Otázka č. 10: Jste spokojeni se zdejšími službami cestovního ruchu?

Graf č. 10: Spokojenost s místními službami CR

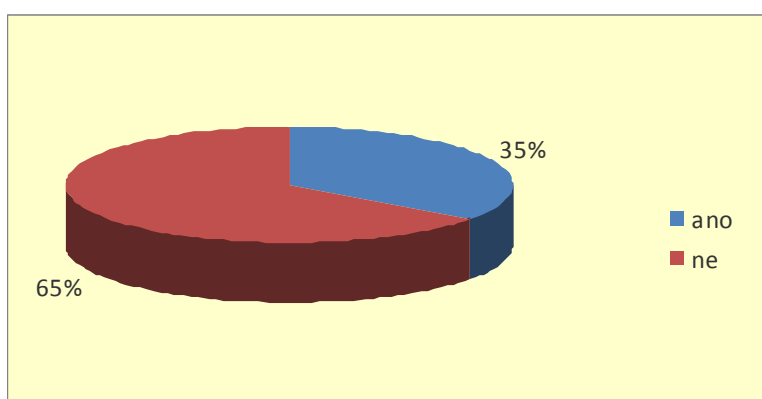


Zdroj: vlastní šetření

Více než polovina zúčastněných je spíše spokojena se zdejšími službami cestovního ruchu. Celkem velká část (32%) je dokonce velmi spokojena. Žádný s dotazovaných nebyl vyloženě nespokojen. Mírná nespokojenost byla zapříčiněna v několika případech tím, že ve středisku Frymburk není návštěvníkům k dispozici turistické informační středisko. Úroveň spokojenosti zajisté ovlivnily také vyšší ceny ubytovacích zařízení.

Otázka č. 11: Všimli jste si zde nějakého informačního centra?

Graf č. 11: Povědomí o informačním centru ve středisku

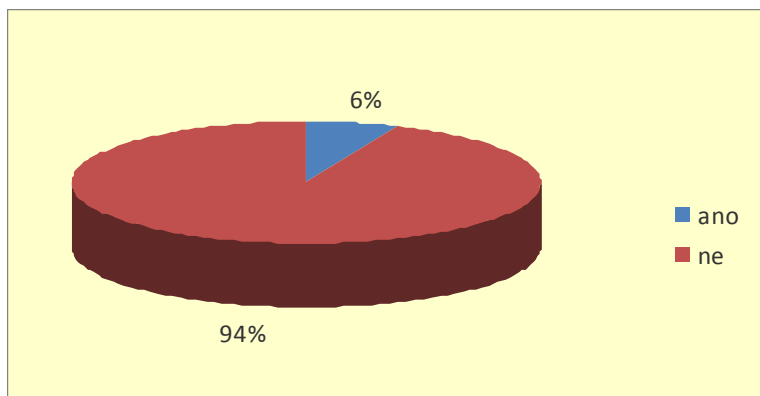


Zdroj: vlastní šetření

Výsledek tohoto grafu je způsoben nepřítomností informačního centra ve Frymburku, proto si ho dotazovaní nemohli ani všimnout. Návštěvníci Lipna nad Vltavou většinou zaregistrovali, kde se turistické informační centrum nachází.

Otázka č. 12: Navštívili jste informační centrum?

Graf č. 12: Využití informačního centra



Zdroj: vlastní šetření

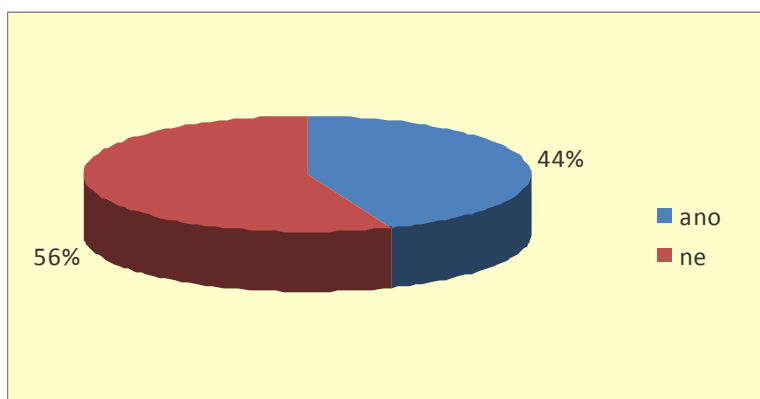
Z tohoto výsledku je bohužel znát velký nezájem o služby informačního centra. Z celkového počtu dotazovaných navštívilo infocentrum pouze pět osob. Podle mého názoru se respondenti buď stydí využít jeho služeb nebo ani neví, co přesně a jaké služby turistická informační centra nabízí.

Otázka č. 13: Za jakým účelem jste informační centrum navštívili?

Z celkového počtu 5ti lidí, kteří využili služeb informačního centra, 3 osoby chtěli zjistit nějaké informace o okolí nebo ubytování a zbylé 2 osoby navštívili informační centrum z důvodu získání mapy nebo turistické známky.

Otázka č. 14: Navštěvujete zdejší středisko i v zimě?

Graf č. 13: Návštěvnost respondentů v zimním období

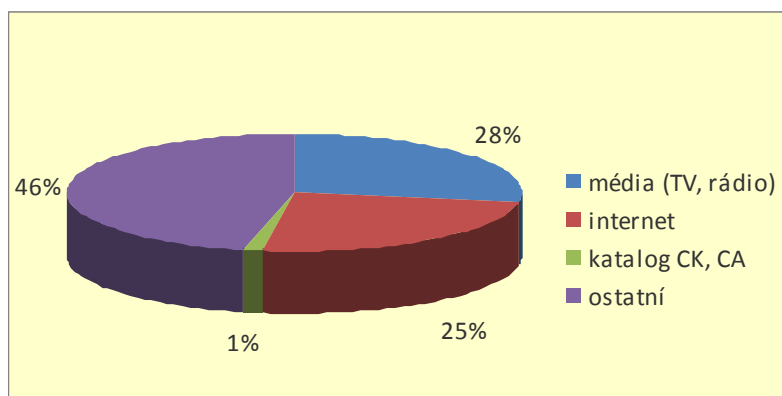


Zdroj: vlastní šetření

Téměř polovina (44%) návštěvníků odpověděla, že zdejší středisko navštěvují i v zimním období. Není divu, protože nedávno zde byl otevřen zcela nový lyžařský areál.

Otázka č. 15: Kde jste se o středisku dozvěděli?

Graf č. 14: Zdroj informací o střediskách

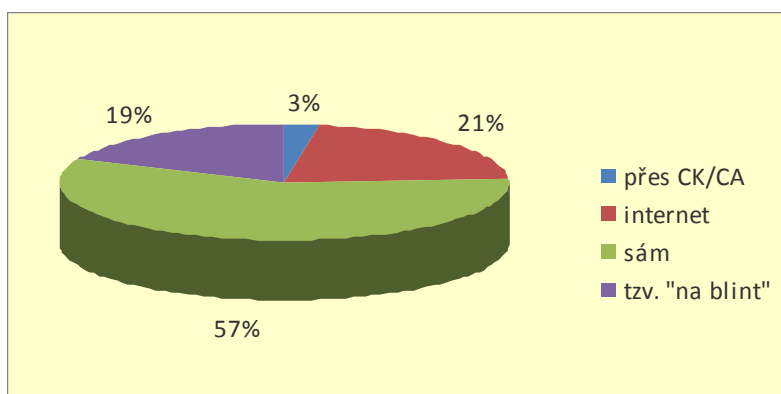


Zdroj: vlastní šetření

Výše uvedený graf ukazuje, že téměř polovina dotazovaných zná středisko z jiných zdrojů, než byli nabídnuty v odpovědích. Ostatní zdroje ve většině případů představují doporučení přátel, známých nebo rodiny. Několik respondentů dokonce uvedlo, že středisko zná snad celý život. Fungující komunikace tak dělá oblasti velmi dobrou reklamu. Především mladší respondenti, kteří zde tráví letní prázdniny, odpovídali, že se o středisku dozvěděli přes internet. Ten se tak téměř vyrovnává ostatním médiím, jako jsou televize nebo rádio. Z grafu by se také dalo usoudit, že doporučení osoby nám blízké je mnohem věrohodnější a lákavější než obrázek a popis v katalogu cestovní kanceláře.

Otázka č. 16: Jakým způsobem byl pobyt zprostředkován?

Graf č. 15: Zprostředkování dovolené



Zdroj: vlastní šetření

Více než polovina dotazovaných si dovolenou zajistila sama. Internetové rezervace využilo 21%. Dalších 19% respondentů si dopředu žádné ubytování nezajistilo a situaci řešili až na místě. Pouhé 3% ke zprostředkování dovolené využili cestovní kancelář a to z toho důvodu, že rekreaci dostali darem ve formě poukazu na pobyt přes CK.

Otázka č. 17: Byl problém s velkou obsazeností ubytovacích zařízení?

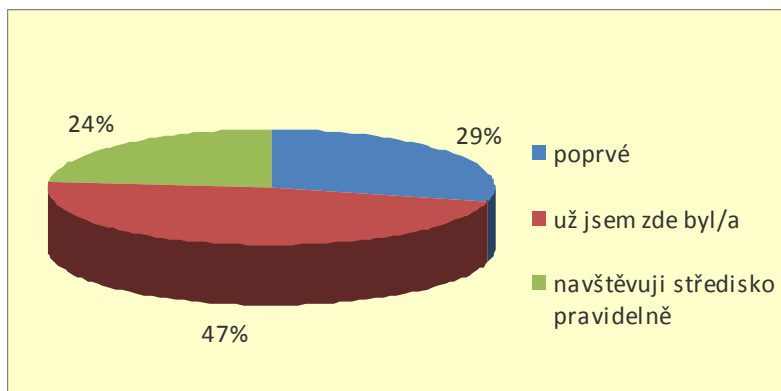
Pouze 3 respondenti uvedli, že zbylo už jen drahé ubytování. Což bylo zřejmě zapříčiněno pozdní rezervací. Ostatní ubytování návštěvníci uvedli, že žádný problém s velkou obsazeností ubytování nebyl, že ho sehnali snadno.

Otázka č. 18: Jaký způsob využití času Vám zde chybí?

Asi největším problémem byla prakticky neexistence nočního života pro turisty. Otevřeno je pouze několik hospod, kam chodí pouze místní. Většinou se jedná vyloženě o „putyky“, které bych si sama jako turista zajisté k večerní zábavě nevybrala. Dále několik návštěvníků uvedlo, že by zde uvítali nějakou kavárnu nebo cukrárnu vhodnou na odpolední posezení. Několikrát se zde objevilo již zmíněné chybějící turistické informační centrum ve Frymburku.

Otázka č. 19: Jste zde letos poprvé nebo jste již dříve středisko navštívili?

Graf č. 16: Četnost návštěv



Zdroj: vlastní šetření

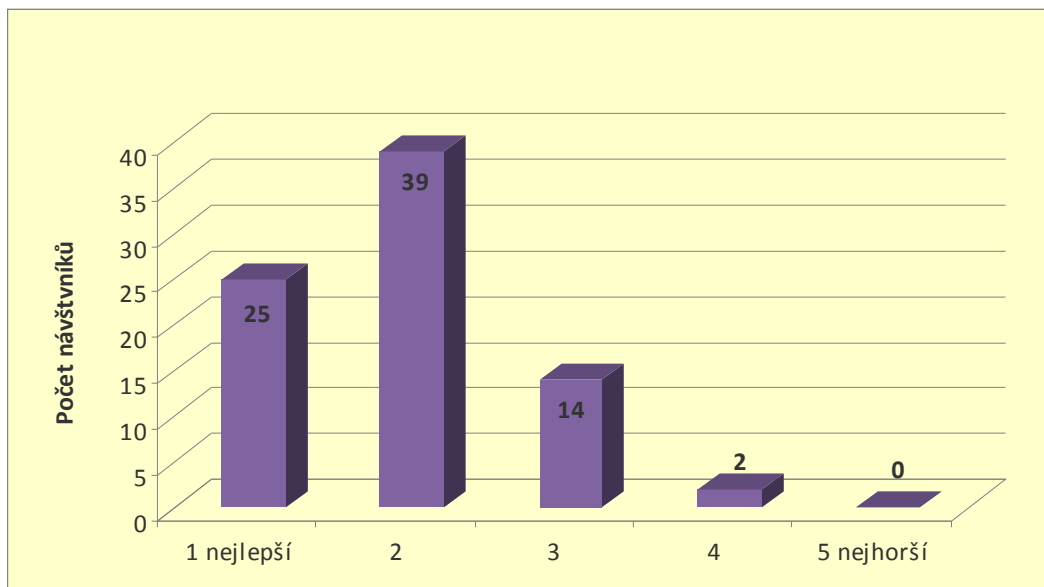
Tři čtvrtiny dotázaných navštívili střediska vícekrát, z čehož jedna třetina jezdí pravidelně. Takto vysoký podíl účastníků, kteří se vrací, jistě svědčí o vysoké oblíbenosti této rekreační oblasti.

Otázka č. 20: Máte nějakou negativní zkušenost s pobytem?

Jako nejčastější negativní zkušenost byla uváděna předraženost. Ceny v některých ubytovacích i stravovacích zařízeních jsou opravdu velmi vysoké, jsou nastavené pro zahraniční hosty. Leckdy jsou tak přemrštěné, že se zde zdá draho i zahraničním klientům. Se zahraničními turisty souvisí i další problém – nevyškolený personál. Jedná se většinou o brigádníky s nedostatečnou znalostí některého ze světových jazyků. K dalším stížnostem ve Frymburku patří úzký výběr restaurací. Mnoho jich je specializovaných na holandská jídla a chybí zde například v Čechách velmi oblíbená pizzerie. Dále byla mezi negativní zkušenosti zařazeno špatné autobusové spojení. Je velkým problémem dostat se o víkend na výlet např. do blízkého Českého Krumlova. Bez auta je zde člověk ztracen. Respondenti si také stěžovali na špatný stav dopravních komunikací.

Otázka č. 21: Jakou celkovou známkou byste ohodnotil/a Váš zdejší pobyt?

Graf č. 17: Celkové hodnocení pobytu



Zdroj: vlastní šetření

Z posledního grafu vyplývá, že téměř polovina oslovených byla s pobytem velmi spokojena. Kladné hodnocení je ovlivněno nejenom kvalitou služeb cestovního ruchu, ale i celkovou náladou stráveného pobytu, počasím nebo také doprovodem. Horší hodnocení je nepochybně zapříčiněno negativními zkušenostmi, které byli uvedeny v předchozí otázce.

Z výsledků dotazníkového šetření lze vyčíst, že jsou návštěvníci se službami ve střediskách Lipno nad Vltavou a Frymburk celkem spokojeni. Také je z výsledků patrný největší segment turistů. V Lipně nad Vltavou převažují mladí lidé a ve Frymburku spíše rodiny s dětmi. Tomu také odpovídá nabídka služeb v obou střediskách. Největším problémem, který z výsledků dotazníkového šetření vyplývá je využití služeb informačního centra v Lipně nad Vltavou. Bohužel z osmdesáti respondentů navštívilo infocentrum pouze pět lidí. Nabídka služeb a produktů cestovního ruchu lipenského informačního centra je velmi pestrá a široká. Z toho tedy lze soudit, že turisté vůbec nevědí, jaké možnosti infocentrum nabízí.

7.2 Profil návštěvníka

„Do Jihočeského kraje přijíždějí návštěvníci, kteří mají rádi přírodu, památky, kulturu a historii, aktivní dovolenou/pobyt, oceňují klid a kvalitní životní prostředí. Místem jejich trvalého bydliště bývá velice často Praha, České Budějovice, Plzeň, Brno a obce a města v sousedních krajích. Návštěvnost různých oblastí kraje má převážně jednosezónní charakter s výraznou letní sezónou. Ze zahraničních návštěvníků jsou nejvíce zastoupení Němci, Rakušané a Francouzi. Rostoucí skupinou jsou turisté z Polska, USA, Itálie, Dánska a Ruska.“

(Vystoupil, 2006, str. 118)

Z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že nejpočetnější skupinou návštěvníků středisek Lipno nad Vltavou a Frymburk jsou především mladí lidé ve věku 21 – 35 let. Z tohoto výsledku lze soudit, že se jedná především o mladé rodiny s dětmi a studenty. Tento segment lákají především široké možnosti sportovního vyžití, které je v oblasti hojně zastoupeno. Rodiče také mohou využít Playroom v Lipně nad Vltavou, kde jsou pro jejich děti připraveny různé animační programy. Rodiče tak mohou využít volného času k náročnějším aktivitám, nevhodným pro malé děti. Jedná se většinou o osoby ze střední společenské třídy. Skupiny mladých lidí upřednostňují levnější ubytovací zařízení, jako jsou především chatové tábory a stanové kempy, protože je to pro ně cenově dostupnější než například zahraniční dovolená. Většinou ani nevyužívají předem smlouveného stravování, ale stravují se z vlastních dovezených zdrojů. Střední generace tvoří zhruba 1/3 dotazovaných. Tito lidé se během své dovolené tak vracejí na místa známá z dob svého dětství, kdy na Lipno jezdili se svými rodiči.

7.3 Zodpovězení hypotéz

- *Návštěvníci nevyužívají v plné míře služeb informačních středisek.*

Z výsledků dotazníkového šetření vyplynulo, že turisté sice ví, kde se infocentrum v obci nachází, ale nenavštíví ho. Pouze 5 osob z 80ti dotazovaných využilo služeb infocentra v Lipně nad Vltavou. Ti respondenti, kteří infocentrum navštívili si zde pouze zakoupili nějaký předmět nebo jen potřebovali určitou informaci. Infocentrum přitom nabízí spoustu různých produktů, zážitků a aktivit. Bohužel turisté nevědí

o bohaté nabídce těchto služeb. Tento alarmující výsledek svědčí o špatné propagaci služeb místního infocentra. Pravdivost první hypotézy byla potvrzena.

- *Nabídka sportovních zařízení a sportovního vyžití je pro návštěvníky dostatečná.*

Jak již bylo uvedeno zejména ve středisku Lipno nad Vltavou se nachází opravdu obrovské množství nejrůznějších sportovních a rekreačních aktivit. Ani Frymburk nezůstává pozadu. Návštěvníkům k rekreaci může plně posloužit například veřejná pláž se vstupem zdarma, půjčovna loděk a šlapadel apod. Pravdivost hypotézy se potvrdila.

- *Turisté navštěvují rekreační střediska Lipno nad Vltavou a Frymburk hlavně v letní sezóně.*

Lipensko bylo vždy především využíváno jako oblast letní rekreace u vody. Návštěvnost pokaždé stoupala s přicházející letní sezónou. S modernizací Skiareálu Lipno na pětihvězdičkový lyžařský areál koncem roku 2008 prudce stouply počty turistů i v zimě. Totéž vyplývá i z dotazníkového šetření. Téměř celá polovina respondentů odpověděla, že středisko navštěvuje také v zimní sezóně. Příliv turistů se tak vyvážil a místní podnikatelé nemusí spoléhat na příjmy pouze z letních měsíců. Třetí hypotéza byla tímto vyvrácena.

7.4 Návrh optimální nabídky cestovního ruchu pro vybrané segmenty turistů

V rekreačním středisku Lipno nad Vltavou je primární i sekundární nabídka cestovního ruchu zabezpečena velmi dobře. Velmi dobrou práci zde odvádí již zmíněná firma Lipno Servis s.r.o., která zde provozuje mnoho služeb pro turisty.

Ve Frymburku návštěvníci postrádali turistické informační centrum. Podle informací z oficiálních webových stránek městyse Frymburk by mělo dojít k otevření infocentra v letošním dubnu. Funkci informačního centra zde alespoň z části zastávala cestovní agentura Otre.

Informační centrum by mělo být umístěno na dobře viditelném místě, kde ho návštěvníci snadno najdou. Nejlépe někde na náměstí Frymburku. Také by bylo dobré, aby informační centrum bylo členem Asociace turistických informačních center České

republiky. Členství by turistům zaručovalo, že centrum by poskytovalo služby v určité kvalitě. A.T.I.C. ČR také rozděluje informační centra do čtyř různých kategorií. Každá kategorie předpokládá splnění schváleného minimálního standardu a podmínek činnosti turistických informačních center. Pro informační centrum ve Frymburku by byla nejvhodnější kategorie B. Jedná se o oblastní informační centrum, které je označeno třemi hvězdičkami. Podle asociace musí centrum být otevřeno po celý rok 6 dní v týdnu, to znamená od pondělí do soboty. Musí podávat bezplatně verbální informace o celém regionu (oblasti) ve dvou světových jazycích a zprostředkovávat průvodcovskou a ubytovací činnost. (www.aticcr.cz)

Ze začátku by se infocentrum a celý městys měly soustředit na velmi dobrou propagaci informačního centra, aby jeho služby nezanikly tak, jako v Lipně nad Vltavou. Mohly by například být zrenovovány stávající webové stránky městyse Frymburk. Pro snadnější orientaci by mohly být hned v úvodu rozděleny do tří sekcí – turista, občan, podnikatel, jako je tomu podobně na oficiálních internetových stránkách města Český Krumlov. Sloužily by tedy i rezidentům, nejen samotným návštěvníkům. Reklama by také mohla být umístěna na webových stránkách Jihočeské centrály cestovního ruchu a také na stránkách společnosti Lipno Servis. Propagační materiály by bylo také dobré umístit například do informačního centra v Lipně nad Vltavou a do ubytovacích zařízení ve Frymburku a okolí. V letních měsících se jako vhodné místo jeví nová cyklostezka mezi Frymburkem a Lipnem nad Vltavou, kterou lidé využívají jak k cykloturistice, tak i ke stále populárnějšímu in-line bruslení. Na propagačních materiálech musí být samozřejmě uvedeny hlavně produkty cestovního ruchu, které bude turistické informační centrum nabízet. Pro infocentrum by bylo dobré navázat spolupráci se společností Lipno Servis s.r.o., aby nedošlo ke konkurenci mezi informačními centry, ale aby se spíše doplňovala.

Ve většině případů informační střediska poskytují pouze informace o službách cestovního ruchu v místě působení a jeho okolí, prodávají mapy, turistické známky a pohledy. Využití centra by přitom mohlo být daleko širší. Frymburk doposud většinou stál jen ve stínu moderního a dynamicky se rozvíjejícího rekreačního střediska Lipno nad Vltavou, přitom i Frymburk má zejména v letní sezóně stejné podmínky pro rozvoj cestovního ruchu. Informační centrum by proto nemělo být pouze poradním místem, ale také jedním z důvodů, proč destinaci navštívit. Turistické informační centrum by

tedy mělo nabízet také produkty cestovního ruchu a to zejména pro největší procento návštěvníků, tzn. pro rodiny s dětmi. Jako největší lákadlo navrhuji zcela nový druh zábavy – Geocaching. Většině lidí asi toto cizí slovo vůbec nic neříká, ale jedná se o skvělou zábavu jak pro děti, tak i pro dospělé. Geocaching je hra na pomezí sportu a turistiky, která spočívá v použití navigačního systému GPS při hledání ukrytého pokladu, o němž jsou známy jen jeho geografické souřadnice. Při hledání se používají běžné turistické přijímače GPS. Jedná se o propojení historie s moderní technologií. Jde tedy o zábavnou činnost spojující pohyb v přírodě, návštěvy zajímavých míst a trochu dobrodružství a napětí a pro dospělé také částečně návrat do dětských let. Hledači si mohou sami zvolit obtížnost terénu a obtížnost hledání, proto je vhodný pro děti i jejich rodiče. V pokladu bývají drobnosti od mincí, přes plastové hračky, figurky apod. Jednu z věcí si může nálezece na památku vzít, ale místo ní do pokladu něco vrátit. V pokladu je také záznamník, do kterého musí hledač svůj nálezný zapsat.

(www.geocaching.cz)

Frymburk se svým historickým centrem a krásnou přírodou v okolí je pro tuto aktivitu jako stvořený. V informačním centru by se nacházela půjčovna GPS navigací potřebných na Geocaching. Personál by byl vyškolen na používání těchto zařízení, aby mohl podávat instruktáž budoucím zájemcům. Také by bylo zapotřebí, aby zaměstnanci dle potřeby stahovali nové mapové podklady do navigací.

Dále by informační centrum mohlo nabízet možnost prohlídek Frymburku a okolí s průvodcem. Podél naučných stezek sice bývají umístěny tabule s informacemi o daném místě, ale většina turistů je bohužel nečte. Toto zpestření pěší turistiky by mohlo zaujmout návštěvníky, kteří mají rádi přírodu a zároveň se rádi dozvědí něco nového. Zábavná forma pro děti by se mohla nazývat např. „Po stopách šumavských skřítků“, apod. Děti by pak na stanovištích rozmístěných po turistických trasách musely plnit různé úkoly. Za splnění by jim pak byly přidělovány body a na konci za nasbírané bodíky udělena malá odměna.

Infocentrum by také nabízelo možnost tzv. „cyklovýletů“ s průvodcem. Výlety by směřovaly převozem na druhý břeh Lipenské nádrže a odtud na kolech ke Schwarzenberskému plavebnímu kanálu. Výlety by se konaly vždy v době ukázek plavení dříví.

Po vzoru mnohých fakultativních výletů v zahraničí, kde cestovní kanceláře nabízí různé řecké, španělské nebo třeba chorvatské večery, by mohlo informační středisko nabízet ve spolupráci s některou s místních restaurací podobné tematické večery. Ty by zahrnovaly večeři a doprovodný program. Večery by mohly být třeba na historické téma, kde by o hosty pečoval adekvátně kostýmovaný personál a podávalo by se typické staročeské jídlo.

Také by informační centrum mohlo kromě Frymburských slavností pořádat historický jarmark. Konal by se v některém z letních měsíců, kdy je středisko nejvíc navštěvované. Na jarmarku by byly ukázky různých historických řemesel, jako je hrnčířství nebo ražení mincí apod. Také by měly být k dostání různé staročeské speciality jako je trdelník, lokše, čertíci, bramboráky, koláčky, atd.

8 ZÁVĚR

Cestování je v dnešní době stále vyhledávanějším způsobem trávení volného času. Lidé cestují za poznáním, zážitky, rekreací nebo třeba za sportem. Proto je důležité, aby v cílových destinacích byla stále více rozvíjena a podporována kvalita služeb cestovního ruchu. Tato bakalářská práce je uceleným přehledem primární a sekundární nabídky v Lipně nad Vltavou a Frymburku.

Jedním z cílů bylo analyzovat primární a sekundární nabídku cestovního ruchu v rekreačních střediskách Lipno nad Vltavou a Frymburk. Z výsledků analýzy lze soudit, že každé středisko je zejména, co se týče primární nabídky, odlišné. Lipno nad Vltavou nemá žádné historické a kulturní památky. Jedná se o obec, která byla prakticky vybudována až po vystavění přehradní nádrže Lipno v 60. letech 20. století. Už od začátku byla obec uzpůsobovaná jako turistické rekreační středisko, vyhovující potřebám účastníků cestovního ruchu. Proto zde návštěvníci mohou najít nepřeborné množství sportovně-rekreačních zařízení, jako je skiareál, aquapark, adrenalinové centrum nebo velké množství stezek pro cykloturistiku i pěší turistiku. Nedostatek historických památek si mohou turisté vynahradiť návštěvou nedalekého Českého Krumlova, který je zapsán na seznam světového dědictví UNESCO. Městys Frymburk si naopak může zakládat na historickém centru. Sekundární nabídka obou středisek je opravdu široká. V obou obcích je velký výběr ubytovacích zařízení od kempu až po čtyřhvězdičkový hotel. V Lipně nad Vltavou je velké množství různých stravovacích zařízení – tradiční česká kuchyně, pizzerie, china restaurant nebo rybí restaurace. Ve Frymburku je s výběrem stravovacích zařízení problém. Chybí zde například již zmiňovaná, velmi oblíbená pizzerie. Bylo by dobré zapojení některé z místních restaurací do nového projektu Czech specials. Získáním certifikátu Czech specials by se zvýšila dosavadní úroveň restaurace a také by návštěvníkům na jídelním lístku byla zaručena přítomnost alespoň jedné národní a jedné regionální speciality. V Česku se poslední dobou stále více dbá na kvalitu surovin a jednoduchost pokrmů než tomu bylo v předchozích dobách, kdy byla upřednostňována kvantita před kvalitou. Díky Czech specials by mohli také zahraniční návštěvníci tzv. „ochutnat Českou republiku“.

Jako součást této bakalářské práce bylo provedeno dotazníkové šetření. Nejpodstatnějším výsledkem je, že návštěvníci rekreačního střediska Frymburk zde

postrádají informační centrum. Městys Frymburk už se tento nedostatek rozhodl napravit a v dubnu 2010 otevřít své informační centrum. Jak již bylo řečeno, většina informačních center poskytuje pouze informace o službách cestovního ruchu v místě působení a jeho okolí, prodávají mapy, turistické známky a pohledy. Využití centra by přitom mohlo být daleko širší. Bylo by dobré, aby samotné turistické informační centrum bylo jedním z důvodů, proč Frymburk navštívit. Mělo by tedy nabízet své vlastní produkty cestovního ruchu a zajišťovat služby určité kvality. Tím nejvýznamnějším produktem by byla nová forma zábavy – Geocaching – hledání ukrytých pokladů pomocí navigací GPS. Jde o novinku, která skvěle zapadá do okolí Lipenské přehradní nádrže. Kvalitu služeb by zajišťovalo členství informačního centra v A.T.I.C. ČR, kde centra musí dodržovat určitý standard služeb.

Závěrem lze konstatovat, že nejen rekreační střediska Lipno nad Vltavou a Frymburk, ale také celé území mikroregionu Lipensko a turistické oblasti Šumava – východ je velmi dobře přizpůsobeno pro cestovní ruch.

9 SUMMARY

Travelling nowadays is an increasing way of spending leisure time. People travel for knowledge, adventure, recreation or even sport. So it is important for the destinations to develop and to promote the quality of tourism services. This bachelor's thesis is a comprehensive overview of primary and secondary offer in Lipno nad Vltavou and Frymburk.

One of the aims of this thesis was to analyze primary and secondary tourism resorts offer in holiday centers Lipno nad Vltavou Frymburk. The results of the analysis suggest that each center is different, particularly in primary offer. Lipno nad Vltavou has no historical or cultural monuments. This town in fact was built after building up of the dam Lipno in 1960's. Since the beginning the village was modified as a tourist holiday center, especially for the needs of tourists. That is why visitors can find a huge amount of sports and recreational facilities such as ski resort, aqua park, adrenaline center or a large number of paths for biking and hiking. Instead of the lack of historical sites tourists can visit the nearby town Český Krumlov, which is inscribed on the List of World Cultural and Natural Heritage, UNESCO. The small town Frymburk is based on historical center by contrast. Secondary offer of both resorts is really wide. There is a great choice of accommodation possibilities, from camping to four star hotel in both towns. In Lipno nad Vltavou there is a big number of catering establishments - traditional Czech cuisine, pizzas, Chinese restaurant or fish restaurant. It is a problem to select a catering equipment in Frymburk. For example, you can miss a very popular pizzeria, which was already mentioned. It would be good for some local restaurants to join a new project Czech specials. Obtaining of the certificate, Czech specials would increase the current level of the restaurant and it also would guarantee the presence of at least one national and one regional specialty. Lately, in the Czech Republic quality of ingredients and simple dishes are more important than quantity, which was preferred to quality in the former times. Thanks to the Czech specials also foreign visitors could take "a taste of the Czech Republic".

As a part of this work it was carried out a questionnaire. The most important result was that the visitors of Frymburk lack information center. Frymburk has already decided to remedy this deficiency, and it wants to open its information center in April

2010. As mentioned earlier, most information centers only provide information about local and surrounding tourist services, sell maps, tourist signs and postcards. Taking advantage of the center could be much wider. It would be good for the own tourist information center to be one of the reasons for visiting Frymburk. It should provide its own tourism products and supply services of certain quality. Geocaching, treasure hiding game with GPS devices - this new form of entertainment would be the most important product. It is a novelty that perfectly fits into the surroundings of Lipno Dam. The membership in A.T.I.C. Czech Republic would ensure the quality of services, where the centers must comply with specific standard of conditions.

In conclusion, not only the recreation centers Lipno nad Vltavou and Frymburk, but also the entire territory of micro region Lipno and tourist area Šumava – východ is very well adapted for tourism.

10 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

ODBORNÉ PUBLIKACE

1. ČERTÍK, M. a kol.: *Cestovní ruch – vývoj, organizace a řízení*. Praha: OFF, 2001. ISBN 80-238-6275
2. DROBNÁ, D., MORÁVKOVÁ, E.: *Cestovní ruch*. Praha: Fortuna, 2007. ISBN 80-7168-901-7
3. FORET, M., FORETOVÁ, V.: *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing, 2001. ISBN 80-247-0207-X
4. GEHINOVÁ, B.: *Geografie cestovního ruchu*. České Budějovice: Ekonomická fakulta JU, 2008. ISBN 978-80-7394-142-0
5. HESKOVÁ, M. a kol.: *Cestovní ruch*. Praha: Nakladatelství Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3
6. HORNER, S., SWARBROOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: GRADA Publishing, 2003. ISBN 80-247-0202-9
7. KIRÁLOVÁ, A.: *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress, 2003. ISBN 80-86119-56-4
8. KOTLER, P.: *Marketing Management*. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1359-5
9. KOZEL, R.: *Moderní marketingový výzkum*. Praha: GRADA Publishing, 2006. ISBN 80-247-0966-X
10. MORRISON, A. M.: *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Praha: Victoria Publishing, 1995. ISBN 80-85605-90-2
11. PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J.: *Cestovní ruch – výkladový slovník*. Praha: MMR ČR, 2002. ISBN
12. PETRŮ Z., HOLOUBKOVÁ, J.: *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis, 1994. ISBN 80-901462-5-2
13. SOUKUP, V., DAVID, P.: *Velká turistická encyklopedie*. Praha: , 2008. ISBN 978-80-242-2075-8
14. VAŠKO, M.: *Cestovní ruch a regionální rozvoj*. Praha: VŠE, 2001. ISBN 80-245-0445-6

15. VYSTOUPIL, J. a kol.: *Atlas cestovního ruchu České republiky*. Praha: MMR ČR, 2006. ISBN 80-239-7256-1
16. ZELENKA, J: *Marketing cestovního ruchu*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2007. ISBN 978-80-7041-070-7

INTERNETOVÉ ZDROJE

16. <http://atic.cz>
17. <http://regiony.ic.cz>
18. <http://slovník-cizich-slov.abz.cz>
19. www.aticcr.cz
20. www.ckrumlov.cz
21. www.czechspecipecials.cz
22. www.czechtourism.cz
23. www.frymburk.info
24. www.geocaching.cz
25. www.info-sumava.cz
26. www.jiznicechy.cz
27. www.jiznicechy.org
28. www.klet.cz
29. www.lipensko.org
30. www.lipensko.cz
31. www.lipnogolf.cz
32. www.lipnonadvltavou.cz
33. www.lipnoservis.cz
34. www.mapy.cz
35. www.nakole.cz
36. www.npsumava.cz
37. www.offpark.cz
38. www.sumava.net
39. www.sumavaregion.cz
40. www.world-tourism.org

PROPAGAČNÍ MATERIÁLY

41. Propagační materiály Adrenalincentrum
42. Propagační materiály Hotelu Frymburk
43. Propagační materiály informačního centra Lipno nad Vltavou
44. Propagační materiály Slide Land Lipno
45. Propagační materiály společnosti Rosenberger – Lipno – Line s.r.o.

SEZNAM TABULEK A GRAFŮ

SEZNAM TABULEK

Tabulka č. 1: Přehled půjčoven sportovního náčiní v oblasti Lipenska

Tabulka č. 2: Důležité vzdálenosti od středisek Lipno nad Vltavou a Frymburk

Tabulka č. 3: Počet ubytovacích zařízení dle typu

SEZNAM GRAFŮ

Graf č. 1: Návštěvníci dle pohlaví

Graf č. 2: Návštěvníci podle věku

Graf č. 3: Délka pobytu

Graf č. 4: Druh ubytování

Graf č. 5: Druh stravování

Graf č. 6: Spolucestující

Graf č. 7: Typ zvolené dovolené

Graf č. 8: Preferovaný typ koupání

Graf č. 9: Návštěvnost zábavních středisek

Graf č. 10: Spokojenost s místními službami CR

Graf č. 11: Povědomí o informačním centru ve středisku

Graf č. 12: Využití informačního centra

Graf č. 13: Návštěvnost respondentů v zimním období

Graf č. 14: Zdroj informací o střediskách

Graf č. 15: Zprostředkování dovolené

Graf č. 16: Četnost návštěv

Graf č. 17: Celkové hodnocení pobytu

SEZNAM PŘÍLOH

- Příloha 1: Dotazník
- Příloha 2: Mapa marketingových turistických regionů
- Příloha 3: Přehled půjčoven sportovního náčiní v oblasti Lipenska
- Příloha 4: Mapa cyklostezek na Lipensku
- Příloha 5: Rekreační středisko Lipno nad Vltavou – fotografie
- Příloha 6: Rekreační středisko Frymburk – fotografie

PŘÍLOHY

Příloha 1: Dotazník

Vážený respondente,
právě jste obdržel dotazník, který má napomoci zlepšení a rozšíření produktu cestovního ruchu ve střediscích Lipno nad Vltavou a Frymburk. Jsem studentkou Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích a mým oborem je právě cestovní ruch. Ke své bakalářské práci bych potřebovala zjistit Váš názor na tento problém. Dotazník obsahuje několik otázek. Svě odpovědi prosím zakroužkujte nebo vypište přímo do dotazníku. Vaše odpovědi jsou anonymní a budou sloužit pouze ke studijním účelům.

Předem děkuji za Vaši spolupráci.
Pavla Melanová

DOTAZNÍK

1. Pohlaví

žena - muž

2. Věk

0-20 21-35 36 – 50 50+

3. Délka pobytu

1 den méně než týden týden více než týden

4. Ubytování

hotel penzion chata stan

5. Strava

bez stravy snídaně polopenze plná penze all inclusive

6. Spolucestující

rodina přátelé partner / ka sám

7. Typ zvolené dovolené

pobytová poznávací dobrodružná

8. Preferovaný typ koupání

spíše přírodní (nádrž) spíše umělé (bazén, Aquaworld)

9. Navštívili jste zde nějaké zábavní centrum?

ANO, - NE

10. Jste spokojeni se zdejšími službami CR?

rozhodně ano spíše ano spíše ne rozhodně ne

11. Všimli jste si zde nějakého informačního centra?

ANO - NE

12. Navštívili jste ho?

ANO - NE

13. Za jakým účelem?

.....

14. Navštěvujete zdejší středisko i v zimě?

ANO - NE

15. Kde jste se o středisku dozvěděli?

média (TV, radio) internet katalog CK ostatní.....

16. Zprostředkování dovolené:

přes CK/CA přes internet sám tzv. „na blint“

17. Byl problém s velkou obsazeností ubytovacích zařízení nebo jste sehnali ubytování snadno?

.....

18. Jaký způsob využití času Vám zde chybí (zábavní, sportovní střediska, apod.)?

.....

19. Jste zde letos poprvé nebo jste již dříve středisko navštívily?

poprvé už jsem zde byl(a) navštěvuji středisko pravidelně

20. Máte nějakou negativní zkušenost s pobytem?

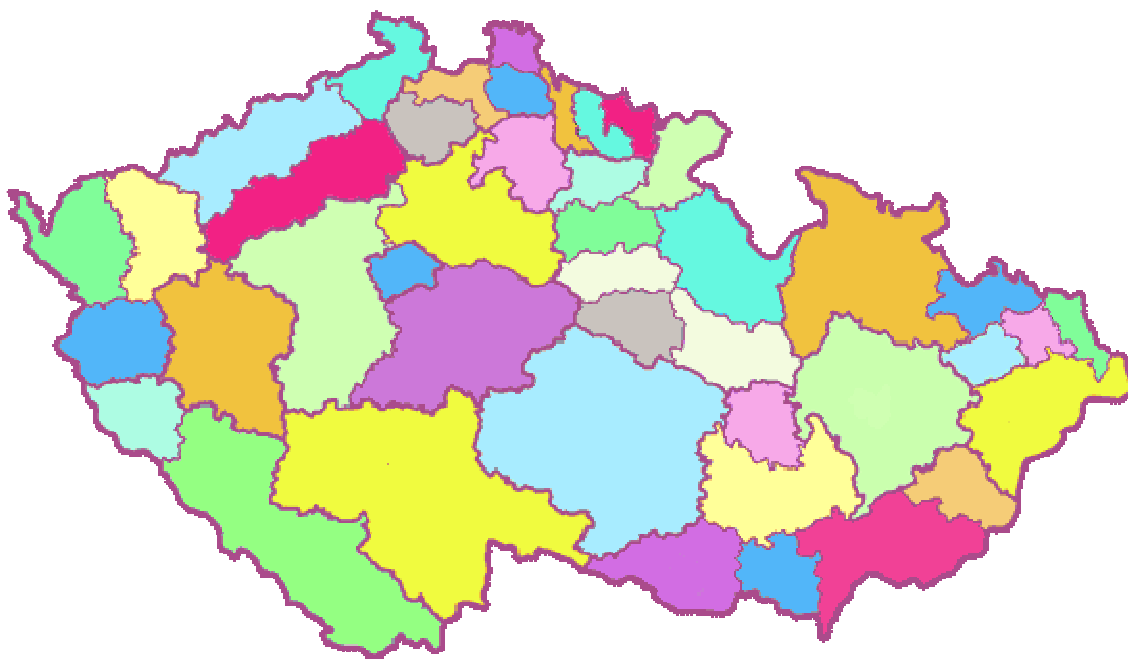
.....

.....

21. Jakou celkovou známkou byste ohodnotili Vaši zdejší dovolenou?

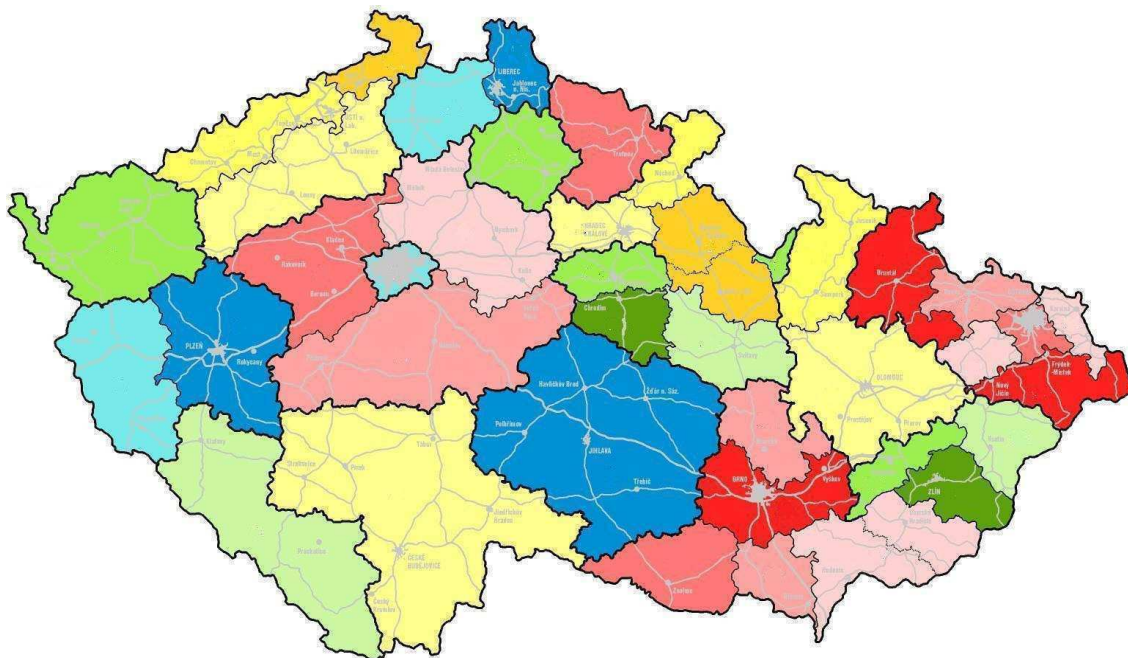
1 2 3 4 5

Příloha 2: Mapa marketingových turistických oblastí



Zdroj: <http://atic.cz>

Nové členění do marketingových turistických oblastí



Zdroj: www.czechtourism.cz

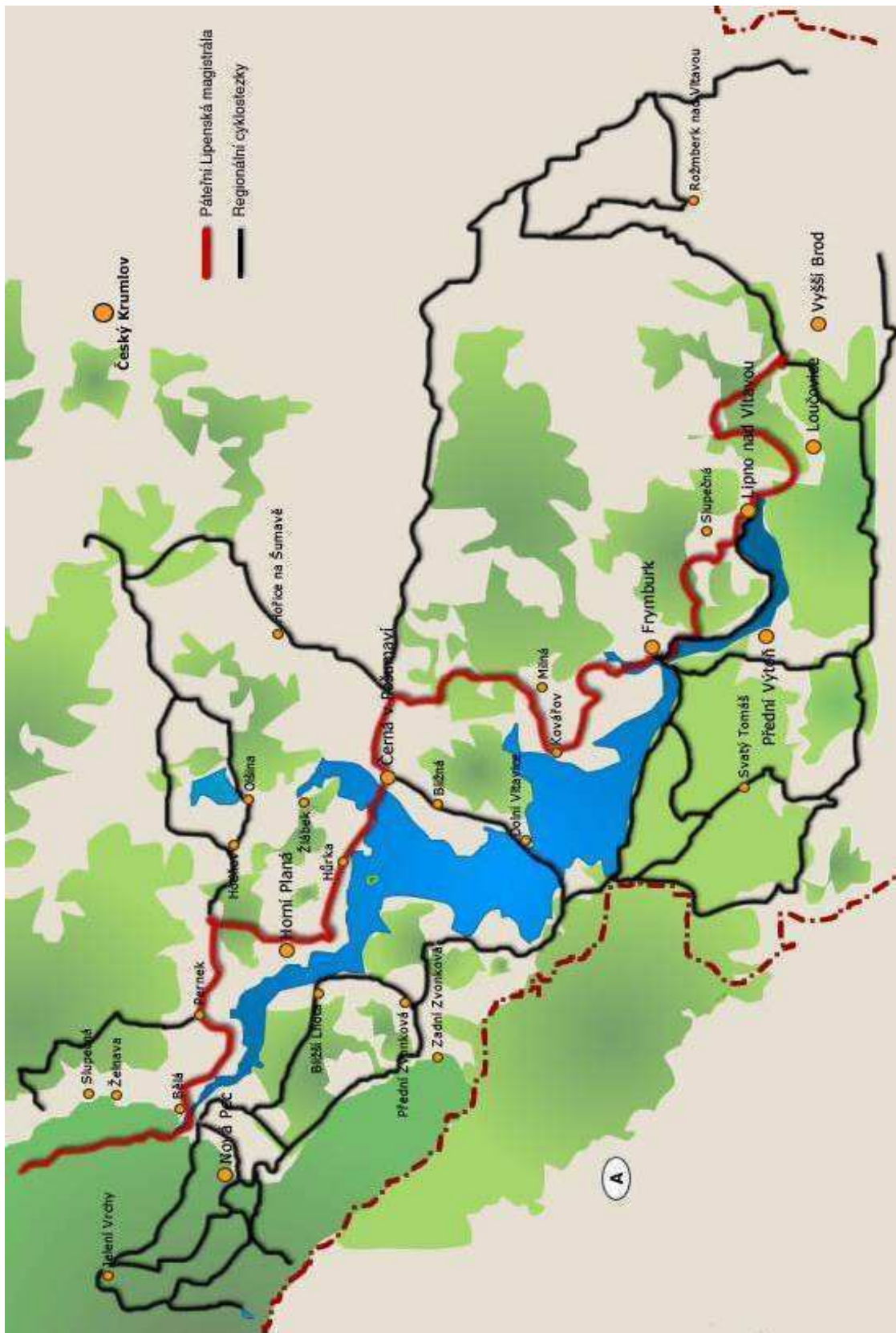
Příloha 3

Tabulka č. 1: Přehled půjčoven sportovního náčiní v oblasti Lipenska

Název, adresa	Telefon	E-mail
Mulda Klub Jenišov, 382 26 Horní Planá	+420 607 503 740	surf@lipno-all-seasons.cz
Pension Ida, Zátoň 66, 384 42 Lenora	+420 388 436 214 +420 607 820 581	ida@smrcina.cz
Pension U Koníčků, Mlynařovická 311 384 51 Volary	+420 607 503 740	ukonicku@smrcina.cz
Pension U Kuboňů, 384 51 Volary	+420 728 082 132 +420 388 333 795	ukubonu@smrcina.cz
Penzion Bázum-Čtyřlístek, Horní Vltavice 20 384 51 Volary	+420 388 436 179 +420 602 529 621	bazum@smrcina.cz
Pension Hubert, Jestřábí 11 382 23 Černá v Pošumaví	+420 607 503 740 +420 602 166 144	hubert@lipno-all-seasons.cz
C. A. Elann, Náměstí 8, 382 26 Horní Planá	+420 380 738 698 +420 602 855 683	elann@lipno-all-seasons.cz
Hotel U Lišáka, Nové Chalupy 24 384 62 Nová Pec	+420 388 336 336 +420 602 166 144	hotel_u_lisaka@quick.cz
Hotel Primula, Bělá 16 – 17 384 62 Nová Pec	+420 388 336 336 +420 602 166 144	hotel_primula@quick.cz

Zdroj: www.lipensko.cz

Příloha 4: Mapa cyklostezek na Lipensku



Zdroj: www.lipensko.org

Příloha 5: Rekreační středisko Lipno nad Vltavou – fotografie

Lipno nad Vltavou – letecký pohled



Zdroj: www.lipensko.org

Aquaworld Lipno nad Vltavou



Zdroj: www.lipnoservis.cz



www.lipnoservis.cz

Bikepark Lipno nad Vltavou



Zdroj: www.lipnoservis.cz

Nordic walking



www.lipnoservis.cz

Nordic Blending



www.lipnoservis.cz

Bruslařská dráha v Lipně nad Vltavou



Zdroj: www.lipnoservis.cz

Infocentrum v Lipně nad Vltavou

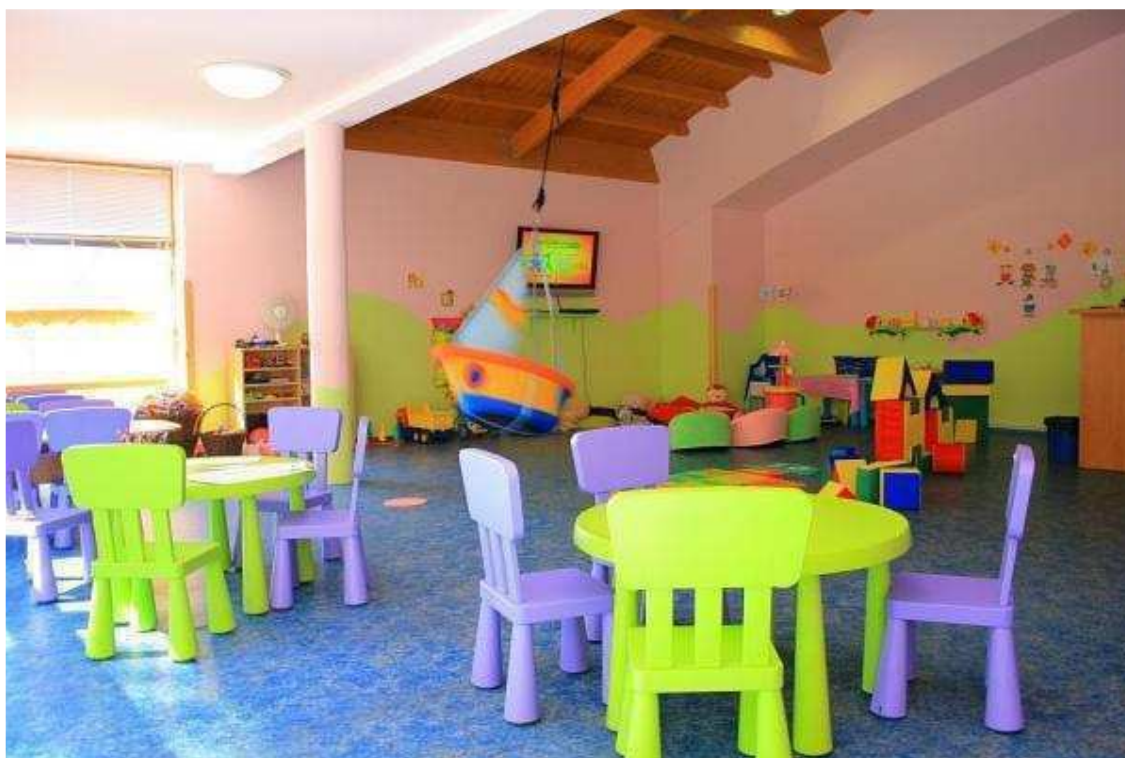


Zdroj: vlastní



Zdroj: vlastní

Playroom v Lipně nad Vltavou



Zdroj: www.lipnoservis.cz

Ukázka týdenního programu Playroom Lipno nad Vltavou

Playroom Lipno		TÝDENNÍ PROGRAM		
		WOCHE PROGRAM WEEK PROGRAMMA		
CZ...	Po-Pirátský den	Út-Sportovní den	St-Den zvířátek a kytiček	
9.00 – 9.30	pirátské protahování	ranní strečink	probouzení zvířátek	
9.30 – 11.00	dalekohled a maska	puzzle, ramínka na šaty	barvení kamenů	
11.00 – 12.30	pirátské postavičky a loď	lod'ka, parník, letadlo	zvířátka z papíru	
13.30 – 14.30	klobouk a řetěz	pohyblivá figurka	pohyblivé postavičky zvířátek	
14.30 – 15.30	sáňkování	disciplíny na sněhu	hledání lipenských zvířátek	
15.30 – 16.30	loutka piráta + omalovánky	medaile, záložky	pohádkový strom	
16.30 – 18.00	pirátský tanec + hry	bowling, házení kroužků, hry	poznávání zvířátek a hry	
Čt-Den karnevalu		Pá-Den tance s medvědem Bollo	Ne-Indiánský den	
9.00 – 9.30	pozdrav slunci	protahování	indiánské probouzení	
9.30 – 11.00	masky na karneval	loutky z vařečky	maska a čelenka	
11.00 – 12.30	dárky pro rodiče	panácci z květináčků	náradí dob Vinetou	
13.30 – 14.30	korálky, odznaky, řetízky	postavičky z kolíčků	totem, talisman	
14.30 – 15.30	stavění panáků a sněhuláků	kreslení na sněhu	stopování v lese	
15.30 – 16.30	lampiony a omalovánky	šperky, náramky	indiánský lapač snů	
16.30 – 18.00	malování na obličej	tanec medvěda Bollo + hry	šipkovaná + indiánský tanec	
18.00–19.30	LAMPIONOVÝ PRŮVOD	DISKO		

Zdroj: Infocentrum Lipno nad Vltavou

Příloha 6: Rekreační středisko Frymburk – fotografie

Frymburk – letecký pohled



Zdroj: www.lipensko.org

Frymburské slavnosti v roce 2008



Zdroj: www.frymburk.info

Kostel sv. Bartoloměje ve Frymburku



Zdroj: www.frymburk.info

Zřícenina Vítkův Hrádek



Zdroj: www.frymburk.info

Kostel ve Svatém Tomáši



Zdroj: www.frymburk.info