

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH
BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

DIPLOMOVÁ PRÁCE

2012

Bc. Martina Adamcová

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra aplikované matematiky a informatiky

Studijní program: 6208 N Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

Ubytovací služby na Třeboňsku

Vedoucí diplomové práce

RNDr. Renata Klufová, Ph.D.

Autor

Bc. Martina Adamcová

2012

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUĎEJOVICÍCH
Fakulta ekonomická
Akademický rok: 2010/2011

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Martina ADAMCOVÁ**
Osobní číslo: **E10439**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Ubytovací služby na Třeboňsku**
Zadávající katedra: **Katedra aplikované matematiky a informatiky**

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

Cílem práce je sofistikované zhodnocení nabídky ubytovacích služeb na Třeboňsku klasickými statistickými metodami i metodami prostorové analýzy dat. Součástí práce bude nejen ověření hypotéz efektivnějšího provozování ubytovacích služeb, ale také hodnocení jejich vývoj a nabídky v čase.

Vlastní analytická část by měla posloužit pro navazující doporučení dalšího vývoje daných odvětví v oblasti.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury - popis vhodných metod.
2. Akvizice dostupných dat, jejich příprava pro analýzu.
3. Vlastní analytická část (testování hypotéz, hodnocení vývoje v čase, hodnocení prostorové distribuce ubytovacích služeb).
4. Závěry a obecná doporučení.

Rozsah grafických prací: 20 map či výkresů

Rozsah pracovní zprávy: 50 stran

Forma zpracování diplomové práce: tištěná

Seznam odborné literatury:

1. Fotheringham, A., S., Brundson, Ch., Charlton, M. Quantitative Geography: Perspectives on Spatial Data Analysis. SAGE Publications, 2002, 270 pp.
2. Robinson, G., M. Methods and Techniques in Human Geography. Wiley, 1998, 556 pp.
3. Řezanková, H. Analýza dat z dotazníkových šetření. Professional Publishing, 2010, 217 s.
4. Pecáková, I. Statistika v terénních průzkumech. Professional Publishing, 2008, 232 s.
5. Bailey, T., C., Gatrell, A., C. Interactive Spatial Data Analysis. Prentice Hall, 1995, 413 pp.
6. Stillwell, J., Clarke, G. Applied GIS and Spatial Analysis, Wiley. 2005, 406 pp.
7. Klufová, R. Cestovní ruch Třeboňska, disertační práce. Praha : PŘF UK, 2003, 134. s.
8. Havrlant, J. Geografické aspekty rozvoje cestovního ruchu a rekreace v Jeseníkách, disertační práce. Praha : KERG PŘF UK, 1992, 212 s.
9. Wokoun, R. a kol. Regionální rozvoj – Východiska regionálního rozvoje, regionální politika, teorie, strategie... , 2008, 480 s.

Vedoucí diplomové práce:

RNDr. Renata Klufová, Ph.D.

Katedra aplikované matematiky a informatiky

Datum zadání diplomové práce: 14. února 2011

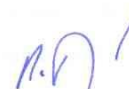
Termín odevzdání diplomové práce: 13. dubna 2012



doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.

děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
L.S. 11SKB 10 (29)
370 05 ČESKÉ BUDĚJOVICE



prof. RNDr. Pavel Tlustý, CSc.

vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 7. března 2011

Prohlášení

Prohlašuji, že svoji diplomovou práci na téma Ubytovací služby na Třeboňsku jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejich internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce.

Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Třeboni 14. 4. 2012

Martina Adamcová

Poděkování

Děkuji vedoucí práce RNDr. Renatě Klufové, Ph.D. za pomoc, rady a připomínky při zpracování této práce.

Současně děkuji všem zúčastněným ubytovacím zařízením za poskytnuté materiály a příjemnou spolupráci. V neposlední řadě děkuji také své rodině za trpělivost a podporu.

Obsah

Obsah	6
1. Úvod	8
2. Vymezení regionu Třeboňsko.....	10
2.1. Obce regionu	11
3. Charakteristika oblasti	13
4. Cestovní ruch a služby na Třeboňsku	17
4.1. Cestovní ruch jako pojem.....	17
4.2. Služby v cestovním ruchu	18
4.3. Třeboňsko z pohledu cestovního ruchu.....	20
5. Ubytovací služby na Třeboňsku	23
5.1. Vývoj a charakteristika ubytovacích služeb.....	23
5.2. Dělení ubytovacích zařízení	24
5.3. Kategorizace ubytovacích zařízení	25
5.4. Klasifikace ubytovacích zařízení	28
5.5. Klíčové oblasti	28
6. Destinační management	31
6.1. Destinace	31
6.2. Destinační management	31
6.3. Organizace destinačního managementu	33
7. Statistika v terénních průzkumech	34
8. Cíle a použitá metodika – cíle, hypotézy, metodika	36
8.1. Hypotézy	36
8.2. Metodika	37
8.3. Statistická jednotka a kategoriální data.....	37
8.4. Dotazník	38
9. Vlastní analytická část – testování hypotéz.....	40
9.1. Spolupráce s internetovými ubytovacími portály	41
9.2. Spolupráce s incomingovou agenturou	43
9.3. Spolupráce s dalším ubytovacím zařízením	45
9.4. Využívání dotací z programu pro rozvoj venkova.....	47
9.5. Destinační management na Třeboňsku	49

10.	Vyhodnocení dotazníkového šetření a navazující doporučení.....	53
10.1.	Vyhodnocení	53
10.2.	Navazující doporučení	57
11.	Závěr	59
12.	Summary.....	61
13.	Přehled použité literatury	62
13.1.	Internetové zdroje.....	64
14.	Seznam tabulek a obrázků	65

1. Úvod

Cestovní ruch tvoří významnou část národního hospodářství ČR. Jak uvádí literatura, cestovní ruch je významný společensko-ekonomický fenomén a každoročně představuje největší pohyb lidské populace z místa trvalého bydliště do místa rekreace. Mezi pozitivní efekty cestovního ruchu patří zvyšování zaměstnanosti, zvyšování hrubého domácího produktu a zlepšování platební bilance. Cestovní ruch patří celosvětově k velmi rychle rostoucím odvětvím. Celkově mezinárodní cestovní ruch tvoří asi 25 až 30 % všech světových služeb a zaměstnává přes 100 milionů osob. Cestovní ruch je součástí spotřeby a způsobu života obyvatel především v ekonomicky vyspělých zemích.

Pro diplomovou práci „Ubytovací služby na Třeboňsku“ byl zvolen region Třeboňsko vzhledem ke své unikátnosti, co se krajiny a přírody týče. Tato krajina vznikala po staletí lidským utvářením. Sledovaný region tvoří Chráněná krajinná oblast Třeboňsko a Biosférická rezervace UNESCO. V centru této oblasti, v Třeboni, je vyhlášená městská památková rezervace UNESCO a město má i lázeňský statut.

Teoretická část se zabývá popisem tohoto regionu, především jeho vymezením a charakteristikou. Dále jsou zde popsány ubytovací služby, jejich dělení, kategorizace, klasifikace a klíčové oblasti a je zde uveden současný stav cestovního ruchu na Třeboňsku. Tato část se také věnuje destinačnímu managementu a statistice v terénních průzkumech.

Analytická část zkoumá ubytovací zařízení na Třeboňsku a míru jejich zapojení do spolupráce s dalšími subjekty v oblasti cestovního ruchu a dopad na tato zařízení v rámci přínosnosti pro jejich podnikání. Pomocí dotazníkového šetření je zkoumána spolupráce s internetovými ubytovacími portály, inomingovou agenturou a informačním centrem a mezi ubytovacími zařízeními v regionu navzájem. Dále je zjišťována, míra spokojenosti s úrovní destinačního managementu a úroveň využívání

dotací z programu pro rozvoj venkova. Dle výsledků šetření v jednotlivých ubytovacích zařízeních jsou zhodnoceny přínosy pro efektivní provozování ubytovacích služeb na Třeboňsku a navržena doporučení pro další rozvoj v této oblasti.

2. Vymezení regionu Třeboňsko

Region se nachází v Jihočeském kraji a rozkládá se jihovýchodní části Jižních Čech v ploché rybníční pánvi, kterou protéká řeka Lužnice. Jeho rozloha je 70 000 ha a nadmořská výška 410 - 540 m n. m. Podstatná část oblasti leží na území okresu Jindřichův Hradec, okrajově zasahuje do okresů Tábor a České Budějovice. Vyznačuje se venkovským charakterem s převahou malých obcí (Adamcová, 2010).

Tento region se skládá celkem ze čtyř mikroregionů: Třeboňsko, Vitorazsko, Řečicko a Veselsko, které lze podle Vávry (2010) charakterizovat takto:

Třeboňsko je největším mikroregionem a zároveň ekonomicky nejsilnějším. Nejdůležitějším a nejznámějším prvkem Třeboňska je Třeboňská rybníční soustava. Největší ekonomický potenciál zde má lázeňství a cestovní ruch, ze zpracovatelských průmyslů je tradiční pivovarnictví, sklářská výroba, zpracování dřeva a výroba prefabrikátů a stavebních hmot. Řemeslná lidová výroba tu má zastoupení v podobě keramických dílen. Přímo v srdci Třeboňska leží město Třeboň, významné turistické centrum a bývalé středisko rožmberského panství s mnoha památkami a dobrými možnostmi ubytování i stravování. Třeboňsko je dosažitelné z Jindřichova Hradce, Veselí nad Lužnicí či Tábora a Českých Budějovic.

Vitorazsko je geomorfologicky součástí Třeboňské pánve. Na jihu a východě je tento mikroregion ohraničen hranicemi s Rakouskem. Na západě a na severu je ohraničen pouze hranicemi katastrů členských obcí. Tato část území byla dříve součástí Rakouska, ale na základě Saint-Germainské smlouvy bylo v roce 1920 opět připojeno k tehdejšímu Československu. Přírodním centrem regionu jsou České Velenice.

Řečicko je venkovská oblast v severovýchodní části jihočeského kraje, centrem je město Kardašova Řečice. Největší atraktivitou tohoto území je zámek Červená Lhota.

Ve většině zdejších obcí se nacházejí prvky drobné architektury (kapličky, křížky, boží muka). Regionem vede dálková mezinárodní cyklotrasa Greenways Praha – Vídeň.

Veselsko je severovýchodní vstupní branou do atraktivní oblasti samotného Třeboňska. Region je charakteristický zdobnou architekturou selského baroka na zemědělských usedlostech. Centrem je město Veselí nad Lužnicí, které je hospodářským i kulturním střediskem celé oblasti. Pod částí regionu se nachází obrovské jezero s kvalitní pitnou vodou (Vávra, 2010).

2.1. Obce regionu

Sledovaný region Třeboňsko zahrnuje celé území CHKO Třeboňsko a přilehlé oblasti. Je vymezen 55 obcemi (Adamcová, 2010):

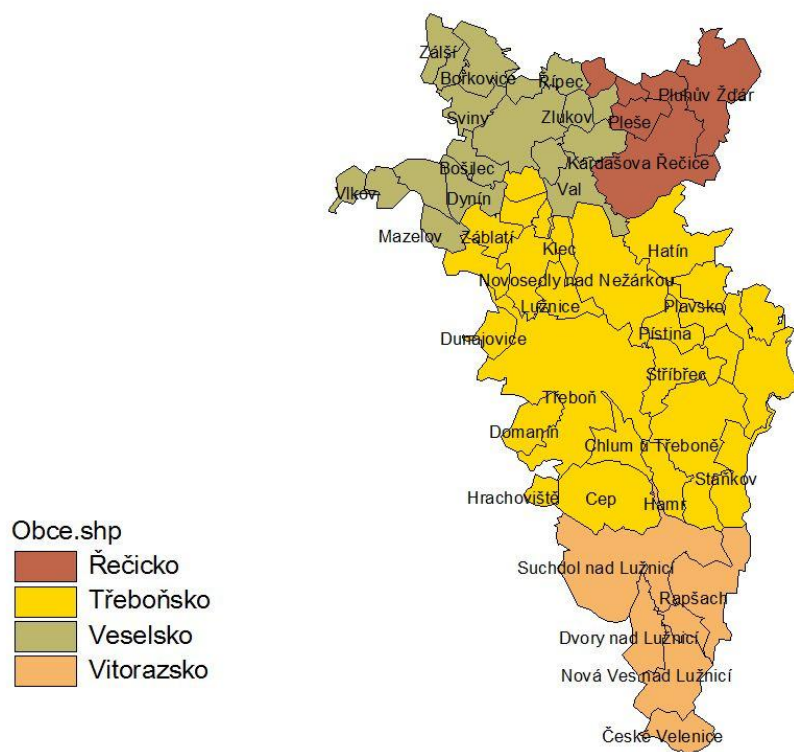
Třeboňsko - Cep, Domanín, Dunajovice, Frahelž, Hamr, Hatín, Hrachoviště, Chlum u Třeboně, Klec, Lásenice, Lomnice nad Lužnicí, Lužnice, Majdalena, Novosedly nad Nežárkou, Pístina, Plavsko, Ponědraž, Ponědrážka, Příbraz, Smržov, Stráž nad Nežárkou, Staňkov, Stříbřec, Třeboň, Záblatí.

Vitorazsko – České Velenice, Dvory nad Lužnicí, Halámky, Nová Ves nad Lužnicí, Rapšach, Suchdol nad Lužnicí.

Veselsko – Borkovice, Bošilec, Drahotěšice, Drahov, Dynín, Mazelov, Mažice, Neplachov, Řípec, Sviny, Újezdec, Val, Veselí nad Lužnicí, Vlkov (TA), Vlkov (ČB), Zálší, Zlukov, Žišov.

Řečicko – Doňov, Kardašova Řečice, Pleše, Pluhův Žďár, Višňová, Záhoří.

Sledované mikroregiony jsou znázorněny na obrázku č. 1.



Obrázek 1 - Obce regionu

Zdroj: vlastní zpracování

3. Charakteristika oblasti

Třeboňsko charakterizují především ojedinělé přírodní podmínky a významné atraktivitu cestovního ruchu.

Převážná část Třeboňské pánve je chráněna formou chráněné krajinné oblasti. Přestože je krajina Třeboňska už po staletí kultivovaná člověkem, zachovaly se zde velmi cenné přírodní hodnoty, které jsou chráněné na národní i mezinárodní úrovni. Je to unikátní oblast s dochovaným přírodním bohatstvím (Adamcová, 2010).

Příroda

Reliéf Třeboňska má charakter velmi ploché sníženiny se stupňovitými okraji, zejména v jižní části. Střídají se zde vodní a zemědělské plochy s typickým osídlením i lesními porosty. Pro Třeboňskou pánev je charakteristický častý výskyt inverzních situací s bezvětřím, kdy se často vyskytují mlhy (Friedl, 1991).

Třeboňsko bylo zařazeno v r. 1977 v rámci programu „Člověk a biosféra“ do sítě biosférických rezervací UNESCO jako oblast mimořádného přírodovědeckého významu. Pro své kvality se Třeboňsko stalo jednou z šesti biosférických rezervací vyhlášených v tomto programu. Tam, kde dříve bývaly souvislé lesy a močály, existuje dnes soustava pěti set rybníků, lesů, vodních toků, luk, polí a sídel (Jeník, 1996).

Chráněná krajinná oblast Třeboňsko byla zřízena výnosem Ministerstva kultury ČSR ze dne 15. 11. 1979. Jedná se o mimořádnou oblast mezi našimi velkoplošnými chráněnými územími zejména proto, že se jedná o jedno z mála území vyhlášených v rovinné krajině, která byla po staletí ovlivňována a kultivována člověkem. Přesto se zde zachovaly mimořádně cenné přírodní hodnoty. Na mnoha místech lze ještě hovořit o harmonické krajině, kde jsou lidské aktivity v určité rovnováze s přírodou.

Další významné ochranné statuty dílčích území Třeboňska představují kromě vyhlášených a navržených maloplošných chráněných území také lázeňský statut města Třeboně, ochrana jejího historického jádra formou městské památkové rezervace, šesti vesnických památkových zón (Bošilec, Ponědrážka, Pístina, Žíteč, Lutová, Kojákovice), rozsáhlý výskyt ochranných pásem přírodních léčivých zdrojů (rašeliny) a vodních zdrojů a rovněž vyhlášení západní části CHKO jako součást Chráněné oblasti přirozené akumulace vod Třeboňská pánev.

V krajině Třeboňska zůstaly z velké části zachovány v poměrně značné délce i původní meandrující toky řek s pravidelně zaplavovanými nivami a zbytky lužních lesů, i extrémně suché lokality vátých písků.

Vyvážená přírodní složka krajiny je na Třeboňsku vhodně doplňována poměrně řídkým osídlením, absencí velkých průmyslových podniků a zachovalou unikátní architekturou historických měst a vesnic. Přírodní i kulturní faktory tak vytvářejí z Třeboňska území vysoký rekreační potenciál (zdroj: CHKO Třeboňsko).

Třeboňsko je po celé Evropě známé svým rybníčním hospodářstvím, které vtisklo této krajině neopakovatelný ráz. Při vodohospodářských úpravách vynikali středověcí rybníkáři Josef Štěpánek Netolický, Mikuláš Ruthard z Malešova a Jakub Krčín z Jelčan (Friedl, 1991).

Památky

Na Třeboňsku se nachází mnoho významných historických památek. Nejdůležitější z nich se nachází přímo v centru tohoto regionu - v Třeboni.

Státní zámek Třeboň je jedním z největších komplexů v České republice. Kolem zámku se rozléhá nádherný zámecký park o ploše 6 hektarů, který byl založen Petrem Vokem a obnoven v roce 1680. Park je v současnosti oblíbeným místem odpočinku třeboňských občanů, turistů i lázeňských hostů (Adamcová, 2005).

Schwarzenberská hrobka je novogotická stavba, jedna z architektonicky nejpozoruhodnějších památkových staveb jižních Čech. Byla postavena v letech 1874 – 1877 jako místo odpočinku schwarzenberské krumlovsko-hlubocké větve. (Adamcová, 2005).

Další třeboňskou pamětihodností je **Děkanský kostel Panny Marie Královny a svatého Jiljí**. Tento kostel je dvojloďní, koncem 14. století byl vyzdoben tabulovými oltářními obrazy od tzv. Mistra třeboňského oltáře a opukovou sochou Třeboňské madony, které obojí patří k vrcholným dílům české i středoevropské gotiky. Ke kostelu přiléhá **Augustiniánský klášter**, který tvoří uzavřený areál budov v okruhu městských zdí (Adamcová, 2005).

V okolních městech pak stojí za zmínku barokní zámek **Stráž nad Nežárkou**, jehož majitelkou byla v letech 1914 – 1930 Ema Destinová. Je zde umístěna a zpřístupněna výstava o životě a díle této operní pěvkyně (Hule, 2005).

Uprostřed lesů, 35 km severozápadně od Stráže nad Nežárkou, se nachází barokní **lovecký zámek Jemčina** s oborou. Tento zámek převážně patřil šlechtickému rodu Černínů a proslul hony na jeleny a daňky. Nejcennější částí zámku je barokní kaple sv. Jana Nepomuckého (Adamcová, 2005).

V Suchdole nad Lužnicí lze obdivovat **kostel sv. Mikuláše**, který byl původně vystavěn jako první jihočeské dvojloďí, jehož klenby byly svedeny na jediný středový sloup. Později byl rozšířen na trojlodní svatyni (Psík, 2010).

V Chlumu u Třeboně se nachází dvoupatrový **barokní zámek** s rozsáhlým parkem a kaskádou rybníčků pro chov pstruhů. Na návrší nad Chlumem je replika barokního kostela z Maria Zell, k němuž vede **křížová cesta** z roku 1745 umístěná v kamenných sloupových kapličkách (Hule, 2005).

Ve Veselí nad Lužnicí je nejvzácnější stavbou **renesanční radnice** na náměstí z druhé poloviny 16. století. Z církevních památek je mimořádný raně gotický **kostel Povýšení svatého kříže** z doby před rokem 1261 (Hule, 2005).

Kardašova Řečice se může chlubit kostelem sv. Jana Křtitele, jehož hodiny na kostelní věži vytvořil mistr Hanuš, tvůrce orloje na Staroměstské radnici v Praze (Psík, 2010).

V Českých Velenicích si lze prohlédnout kromě zajímavého kostela sv. Anežky České i tabulku připomínající **stabilizaci 15. poledníku** východní délky a dále lokomotivy v technickém parku, kde je k vidění také Masarykův vagón (Psík, 2010).

Lázeňství

Lázeňství je neodmyslitelnou součástí cestovního ruchu Třeboňska. Pro léčbu i relaxaci se v třeboňských lázních využívá přírodního léčivého zdroje slatiny, která je získávána z nalezišť v blízkém okolí města. Speciálně upravená slatina se používá ve formě koupelí a zábalů. Léčivý účinek slatinných procedur spočívá především v jejich tepelném působení. Kromě vlastního tepelného účinku se uplatňuje i blahodárné působení na kůži a na obranyschopnost organismu (Adamcová, 2005).

V třeboňských lázních se léčí bolestivé stavy páteře a kloubů, poúrazové a pooperační stavy, revmatická onemocnění, bechtěrevova nemoc a mnoho dalších problémů spojených s nemocemi pohybového aparátu. Město Třeboň obdrželo statut lázeňského města v roce 1960.

4. Cestovní ruch a služby na Třeboňsku

4.1. Cestovní ruch jako pojem

Cestovní ruch je dnes významným celosvětovým fenoménem, který tvoří důležitou součást průmyslu volného času. Podle Heskové (2006) cestovní ruch je významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace za rekreaci, poznáváním a naplněním vlastních snů z příjemné dovolené. Je součástí spotřeby a způsobu života obyvatel zejména ekonomicky vyspělých zemí.

Foret, Foretová (2001) uvádí definici podle Světové organizace cestovního ruchu. Za cestovní ruch se považuje činnost osoby, cestující na přechodnou dobu (u mezinárodního cestovního ruchu maximálně jeden rok, u domácího šest měsíců) do místa mimo své trvalé bydliště, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávat výdělečnou činnost v navštíveném místě (trvalý či přechodný pracovní poměr). Může se však jednat o služební, obchodní či jinak pracovní motivovanou cestu, jejíž zdroj úhrady vyplývá z pracovního poměru u zaměstnavatele v místě bydliště nebo v místě sídla firmy. Pro toto pojetí cestovního ruchu je podstatné, že se jedná o změnu místa, dočasnost pobytu i o nevýdělečnost činnosti v navštíveném místě.

Cestovní ruch jako takový přispívá k rozvoji pracovních a podnikatelských příležitostí, může přinést i zahraniční investice a zvyšuje životní úroveň obyvatel destinace. Předpokladem jeho rozvoje je však dostatečná úroveň služeb, poskytovaných v místě pobytu turistů a zároveň kvalitní infrastruktura, bez jejíž existence není možná ani existence cestovního ruchu. Dále cestovní ruch jako zdroj příjmů pro obce a města poskytuje příležitost i pro zvelebování a revitalizaci turistického regionu, pokud se příjmy z něho rozumně investují do této oblasti (Adamcová, 2010).

Podle Klufové (2003) cestovní ruch zaznamenává v posledních několika letech dramatické změny, které je možno chápat jako reakci na globalizaci ekonomických aktivit. V souladu se změnou chování všech aktérů, zainteresovaných do plánování a managementu turistického průmyslu se objevuje nový profil turisty a nové trendy jak v oblasti poptávky, tak i nabídky. V souvislosti s celosvětovou debatou o udržitelném rozvoji se projevuje také vzrůstající potřeba důkladného uvažování udržitelného cestovního ruchu.

4.2. Služby v cestovním ruchu

Pro cestovní ruch je nejdůležitější součástí oblast služeb a integrovaných produktů. Od hmotných produktů oddělují služby především jejich vlastnosti, a to nestálost, nehmotnost, neoddělitelnost a neskladovatelnost. Pro cestovní ruch je specifický vysoký podíl lidské práce, který je vázán právě zejména ve službách.

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

Služby se spotřebovávají ve všech sférách ekonomiky. V oblasti spotřeby uspokojují potřeby společnosti i jednotlivých obyvatel. Služby obyvatelstvu jsou zároveň součástí jeho životní úrovně a stejně tak kvality života. Podle funkcí se služby dělí na výrobní, distribuční, osobní a společenské, podle umístění na trhu na orientované na domácí trh a exportovatelné, podle způsobu realizace na tržní a netržní. Služby cestovního ruchu jsou osobní i společenské, tržní i netržní a současně také exportovatelné.

Hesková (2006) dále uvádí, že služby jsou ekonomické statky, které mají převážně nehmotný charakter. Při jejich poskytování vznikají užitečné efekty, které uspokojují potřeby. Produkce služeb má na rozdíl od zboží určité znaky. Jde o všeobecné znaky,

které se však vztahují i na služby v cestovním ruchu a speciální znaky, charakteristické jen pro služby cestovního ruchu.

Nemateriálnost služeb, vysoká potřeba živé práce při jejich poskytování, začlenění vnějšího faktoru do procesu poskytování služeb, soulad poskytování služeb s jejich spotřebou a pomínutelností služeb patří mezi všeobecné znaky služeb. Časová a místní vázanost na primární nabídku cestovního ruchu, komplexnost a komplementarita, zastupitelnost, mnohooborový charakter a nevyhnutelnost jejich zprostředkování, dynamika a sezonnost poptávky po nich, nevyhnutelnost informací o nich včetně informací o jejich kvalitě, to vše patří mezi speciální znaky služeb cestovního ruchu (Hesková, 2006).

Další výrazná specifika služeb cestovního ruchu uvádí Foret, Foretová (2001), kde zmiňují především následující stránky služeb cestovního ruchu.

- Krátkodobost a přechodnost působení na zákazníka.
- Zvýšená míra emocionálních, iracionálních faktorů při výběru zájezdu, místa pobytu, trávení dovolené, rostoucí nároky na jedinečnost a sílu prožitku.
- Větší význam vnějších stránek jako určujících faktorů pro vnímání kvality poskytovaných služeb.
- Prvořadá úloha image daného místa.
- Význam zprostředkovatelů a jejich spolupráce.
- Význam dvoustupňové komunikace, kdy tzv. názorový vůdce v osobním kontaktu nejpůsobivěji, nejpřesvědčivěji informuje o zajímavé nabídce, kterou nejčastěji zná ze sdělovacích prostředků, od známých, či dokonce z vlastní zkušenosti.
- Snadná napodobitelnost osvědčených postupů mezi konkurenty, která tlačí na vymýšlení stále nových zlepšení a inovované nabídky.
- Vlečňákové chování zákazníků (bandwagonové), projevující se masovými módními vlnami oblíbených a preferovaných turistických míst, programů (obsahové náplně) trávení dovolené, způsobu dopravy, ubytování a stravování, případně opačné bumerangové chování zákazníků, kdy jsou vyhledávány a

upřednostňovány naopak opomíjené formy a druhy cestovního ruchu (venkovský, agroturistika, ekologický).

4.3. Třeboňsko z pohledu cestovního ruchu

Z hlediska **rekreace** má Třeboňsko mimořádně vhodné podmínky pro regeneraci lidských sil. Rekreace v oblasti zahrnuje pestrou škálu činností – pěší turistiku, cykloturistiku, mototuristiku, vodáckou turistiku, poznávací turistiku, sběr lesních plodů, rybaření, tramping, myslivost a další. Třeboňsko je také vyhledávanou oblastí pro letní dětské tábory. Kromě rekreace v krajině a sportovních či rekreačních zařízeních je od r. 1883 provozována v Třeboni lázeňská léčba (Klufová, 2003).

Jak dále uvádí Klufová (2003), vedle vodních ploch přitahují návštěvníky také rozsáhlé lesní porosty. Kromě turistiky jsou ve značné míře navštěvovány sezónně za účelem sběru lesních plodin. Rekreace v lesích má podle Plánu péče zpravidla víkendový charakter a probíhá hlavně v létě a na podzim. Změny po roce 1989 se na Třeboňsku v oblasti cestovního ruchu a rekreace projeví různým způsobem. V počátečním období po uvolnění možností cestování do západních zemí došlo k poklesu zájmu o druhé bydlení. Zároveň se projevil vyšší zájem zahraničních turistů o pobyty na Třeboňsku, zejména návštěvníků z Rakouska, Holandska a Německa. Po roce 1989 vzniklo mnoho nových zařízení, sloužících cestovnímu ruchu a rekreaci, především soukromých. Zejména v některých lokalitách rostl tlak na stavbu objektů individuální rekreace a rekreačních zařízení ve volné krajině či při březích některých rekreačně využívaných rybníků.

Turisté na Třeboňsku mohou zvolit aktivní odpočinek při projížďkách na kole, či procházkách po značených trasách. Na naučných stezkách je možné se blíže seznámit s přírodou i historií Třeboňska. K dalšímu poznávání a získávání nových informací jsou otevřeny expozice na zámku a umožněny exkurze do místních podniků. K pasivnímu odpočinku a k relaxaci mohou turisté využít nabídku procedur v místních lázních, nebo

se jen opalovat a koupat u rybníků či na pískovnách. Společenské a kulturní vyžití nabízejí různé festivaly, které se na Třeboňsku konají již pravidelně (Adamcová, 2005).

Jelikož osu tohoto regionu tvoří řeka Lužnice, stává se tato oblast rájem vodáků. Tato řeka a její přítoky jsou velmi hojně využívány pro **rekreační sjíždění**. Nástupní stanicí bývá nejčastěji Suchdol nad Lužnicí, kde se nachází i půjčovna lodí a kemp. Dále po řece existuje při břehu několik vodáckých kempů. Lužnice se pod Majdalenou dělí na Starou a Novou řeku. Nová řeka byla vybudována jako umělý kanál, Stará řeka je původní řečiště s mnoha meandry, padlými stromy a komáry.

K **rekreaci u vody** slouží především jako oficiální koupaliště rybníky Staňkovský, Hejtman a Svět. Kromě běžného koupání je zde možné provozovat i další vodní sporty, jako je plachtění na meších lodích, windsurfing, kitesurfing, jízda na pronajatých šlapadlech či kanoích a u rybníka Svět je možné využívat tobogán. Jako neoficiální koupaliště slouží pískovny v Tušti, Majdaleně, Veselí nad Lužnicí, Suchdole nad Lužnicí, Cepu a Halámkách. Na některých těchto pískovnách se stále těží písek, proto je tam koupání i vstup oficiálně zakázán.

Vzhledem k reliéfu a výškové členitosti třeboňské pánve, je Třeboňsko od jara do podzimu vyhledávané nejvíce cykloturisty. Existuje zde velmi hustá a dobře značená síť **cyklotras**, které procházejí celým regionem. Pro aktivní odpočinek na kole slouží i polní a lesní cesty. Ve většině měst jsou kola využívána i místními obyvateli jako zcela běžný dopravní prostředek. Ovšem i pěší turisté si zde přijdou na své, díky velkému množství turistických značených cest, procházejících touto kouzelnou krajinou. Územím Třeboňska procházejí i některé cyklotrasy mezinárodního významu. Jsou to Greenways Praha – Víděň a Česko-rakouská příhraniční stezka (Adamcová, 2010).

Kromě zajímavých **historických památek** uvedených v kapitole 3., je pro turisty v tomto regionu připraveno i mnoho lákavých **kulturních akcí**. Tyto aktivity mají za cíl zvýšit turistickou přitažlivost regionu s pozitivními ekonomickými důsledky pro region v rámci cestovního ruchu. Některé z nich, konané mimo hlavní letní prázdniny, jsou pořádány především s cílem prodloužit turistickou sezónu. Sezónu zde po 8 let otevíral mezinárodní festival animovaných filmů Anifest, který se nyní v roce 2010 přestěhoval

do Teplic. V roce 2010 jej nahradil nově vzniklý festival Anifilm. Další, již tradiční kulturní akcí je série festivalů Okolo Třeboně, Léto v Třeboni a Zpátky do Třeboně. Na treboňském náměstí se dále každoročně konají slavnosti Lázeňská Třeboň, Krčínova Třeboň (historické slavnosti), Rybářské slavnosti, Čochtanova Třeboň (vodnické slavnosti a nově i Houbařské slavnosti, všechny vždy spojené se staročeským řemeslným jarmarkem a zábavným programem (Adamcová, 2010).

V Chlumu u Třeboně byla v červenci 2002 zahájena tradice Pohádkového Chlumu. Tyto několikadenní slavnosti jsou programově zaměřeny především na děti, které tvoří podstatnou část návštěvnické populace tohoto místa, neboť v této oblasti dominuje rekreace rodin s dětmi u vody. I v jiných lokalitách se lze zúčastnit různých akcí: rockový festival v Hatíně, Klikovské keramické léto – letní keramické kurzy pro dospělé, řemeslné víkendy v Kojákovcích, Královské dny lomnické v Lomnici n. L. a mnohé další (Klufová, 2003).

Třeboňské **lázeňství** jako fenomén cestovního ruchu v regionu přináší pro turisty velmi zajímavou a zároveň velmi bohatou nabídku wellness procedur. Jelikož zájem o tyto produkty je ze strany poptávky ohromný a lůžkové kapacity v Bertiných lázních i v lázních Aurora nedostatečné, je využíváno mnoha depandancí k vyřešení těchto problémů. Příjmy z ubytování v těchto depandancích přinášejí nemalé zisky z ubytování domácímu obyvatelstvu. I takto navýšená ubytovací kapacita se ovšem zdá stále nedostatečná a lázeňské pobyty, byť krátkodobé, je nutno rezervovat minimálně s měsíčním předstihem (Adamcová, 2010).

5. Ubytovací služby na Třeboňsku

5.1. Vývoj a charakteristika ubytovacích služeb

Mezi první ubytovací zařízení patřily tzv. zájezdní hostince, které vznikaly v souvislosti s cestováním za obchodem, s rozvojem dostavníkové dopravy, pošty a později železnice. Často se považují za předchůdce hotelů. Hotel jako samostatné zařízení pro ubytování cestující veřejnosti se objevuje na přelomu 18. a 19. století. Název hotel je převzat z francouzštiny, kde vznikl ze středověkého latinského pojmenování hostince. Rozvoj cyklistiky a automobilismu výrazně ovlivnil další rozšíření ubytovacích zařízení. V této době vznikají první seznamy hotelů pro potřeby členů příslušných sportovních klubů (Ryglová, 2011).

Ryglová (2011) dále uvádí, že rozvoj hotelnictví v Evropě je patrný především v zemích s příznivými podmínkami pro rozvoj obchodu a cestovního ruchu, např. ve Francii, Velké Británii, v 19. století ve Švýcarsku a v Německu. Značný rozvoj hotelnictví zaznamenávají i Spojené státy americké. Velké luxusní hotely vznikají na přelomu 19. a 20. století, kdy lze též zaznamenat první sdružení hotelů v hotelové podniky. Proces koncentrace hotelů dosáhl vrcholu po druhé světové válce, pokračuje i v současné době a je pro něj charakteristický mezinárodní aspekt. Největší podíl na obratu dnes zajišťují mocné a rozsáhlé mezinárodní řetězce. Ubytovací služby činí nejvýraznější část příjmů v cestovním ruchu, ačkoli samo ubytování není cílem žádné cesty, nýbrž podmínkou pro naplnění účelu cesty.

Poskytování ubytovacích služeb je významným předpokladem rozvoje zejména pobytového cestovního ruchu. Jejich posláním je umožnit přenocování nebo přechodné ubytování účastníkům cestovního ruchu mimo místo jejich trvalého bydliště, včetně uspokojení dalších potřeb, které s přenocováním nebo s přechodným ubytováním

souvisejí, především služby stravovací. Právní vztah mezi ubytovatelem a ubytovaným hostem upravuje občanský zákoník v ustanoveních týkajících se smlouvy o ubytování. Na tomto základě má objednatel (host) právo, aby mu ubytovatel (provozovatel ubytovacího zařízení poskytl přechodné ubytování na dobu dohodnutou nebo na dobu vyplývající z účelu ubytování v zařízení k tomu určeném. Občanský zákoník předpokládá existenci ubytovacího řádu, který by měl být podrobnějším upřesněním vztahu mezi oběma stranami, zejména by měl stanovit lhůty k zaplacení ceny za poskytnuté ubytování (Orieška, 1999).

Orieška (1999) uvádí také materiálně-technické podmínky poskytování služeb. Ubytovací služby poskytují ubytovací zařízení, mezi něž patří také ubytovací střediska nebo ubytovací prostředky. Ubytovací střediska poskytují služby přechodného ubytování většímu počtu účastníků cestovního ruchu. Budují se obvykle společně s pohostinskými odbytovými středisky, nebo jako samostatná ubytovací zařízení. Prostředky umožňující ubytování vytvářejí podmínky pro přechodné ubytování, zpravidla však jenom pro přenocování jednotlivých účastníků cestovního ruchu.

Podle Ryglové (2011) materiálně-technická základna (infrastruktura CR) umožňuje účastníkům cestovního ruchu realizovat služby cestovního ruchu (nároky na rekreaci). Je v podstatě rovna pojmu „realizační faktory“. Zahrnuje ubytovací a stravovací služby, dopravu, služby cestovních kanceláří a agentur, služby sportovně-rekreační, wellness a lázeňské služby a služby doplňkové.

5.2. Dělení ubytovacích zařízení

Ubytovací zařízení se dělí podle různých hledisek, například:

- podle způsobu výstavby: pevná, částečně pevná, přenosná a pohyblivá;
- podle časového využití: celoroční, dvousezónní, jednosezónní;
- podle druhu: tradiční, doplňková a ostatní.

K tradičním patří hotely, penziony, motely, ubytovací hostince, ale na významu nabývají i botely, aparthotely, byrohotely, horstely a další. Doplňková ubytovací zařízení tvoří chaty, bungalovy, rotely, kempy a všechna ostatní sezónní zařízení. Mezi ostatní ubytovací zařízení patří i ubytování ve studentských kolejích a domovech mládeže v době, kdy nejsou využívány pro svůj původní účel (Orieška, 1999).

Další členění ubytovacích zařízení doplňuje Ryglová (2011) následovně:

- podle způsobu využití: zařízení volného cestovního ruchu, zařízení vázaného cestovního ruchu;
- podle velikosti: malá (5-100 pokojů), střední (101-250 pokojů), velká (251 a více pokojů);
- podle druhu staveb (v návaznosti na živnostenský zákon): hromadná ubytovací zařízení, ostatní ubytovací zařízení, jiná ubytovací zařízení.

Pro marketingové účely se používá jiné členění, jež odpovídá přirozeným požadavkům jednotlivých cílových skupin. Nejčastěji se v katalozích, průvodcích a nabídkách rozlišují:

- hotely;
- penziony;
- kempy;
- pronájem objektu s vlastním vařením (chalupy, chaty, případně apartmány).

5.3. Kategorizace ubytovacích zařízení

V mnoha státech je zavedena tzv. kategorizace ubytovacích zařízení, která stanoví zásady pro označování a zařazování ubytovacích zařízení podle druhu do kategorií a podle vybavení, úrovně a druhu poskytovaných služeb do tříd, které se označují určitým

počtem hvězdiček. Dodržování zásad kategorizace garantuje odpovídající kvalitu a úroveň služeb, což je důležité jak z hlediska ochrany spotřebitele, tak i dalšího rozvoje cestovního ruchu.

V České republice po zrušení oborové normy upravující kategorizaci veřejných ubytovacích zařízení a klasifikační znaky pro jejich zařazování do tříd a také klasifikační znaky pro kategorizaci ubytování v soukromí se projevila potřeba stanovit základní podmínky kategorizace ubytovacích zařízení. Z tohoto důvodu tehdejší Ministerstvo hospodářství ČR, Český statistický úřad, Česká centrála cestovního ruchu, Národní federace hotelů a restaurací ČR, Asociace cestovních kanceláří ČR, Asociace českých soukromých cestovních kanceláří, Sdružení podnikatelů v pohostinství a cestovním ruchu vydaly v roce 1994 jako metodickou pomůcku „**Doporučení upravující základní ukazatele pro kategorizaci hostinských a ubytovacích zařízení**“ (Orieška, 1999).

Ryglová (2011) dále doplňuje, že potřeba sjednotit různorodé pohledy na rozsah služeb v jednotlivých třídách vedla k vytvoření jednotné klasifikace ubytovacích služeb. V roce 2000 vznikla na půdě Ministerstva pro místní rozvoj ve spolupráci se Svazem venkovské turistiky, Klubem českých turistů a živnostenským společenstvem Kempy a chatové osady první publikace **Doporučený standard ubytovacích služeb** pro ubytování v soukromí, turistické ubytovny a kempy a chatové osady. Později obdobným způsobem vznikla i **Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky** pro hotely, penziony a obdobná zařízení. Jak Doporučený standard, tak Oficiální jednotná klasifikace jsou dnes všeobecně akceptovány jako základ pro jednotný pohled na zařazení ubytovacích zařízení. Zařazení (klasifikace) provozoven profesními asociacemi podle uvedených systémů je však dobrovolné.

Podle uvedeného Doporučení se ubytovací zařízení člení na:

- hromadná ubytovací zařízení
- individuální ubytovací zařízení

Hromadná ubytovací zařízení jsou určena pro přechodné (turistické) ubytování, nejedná se tedy o stavby určené k trvalému bydlení. Takto také musí být hromadná ubytovací zařízení kolaudována a vztahuje se na ně příslušná legislativa. Mezi hromadná ubytovací zařízení jsou řazena tato zařízení:

- hotel – má minimálně 10 pokojů pro hosty a zařízení pro poskytování stravovacích služeb během celého dne;
- hotel garni – má minimálně 10 pokojů, poskytuje omezené stravovací služby;
- motel – má minimálně 10 pokojů, poskytuje rozšířené služby pro motoristy, zejména dostatečně dimenzované parkoviště;
- penzion – má minimálně 5 pokojů, ostatní služby jsou obdobné jako v hotelu;
- hotel – hotel na trvale zakotvené lodi.

Do kategorie ostatních hromadných ubytovacích zařízení jsou řazeny:

- kemp – umožňuje použití vlastního ubytovacího zařízení (stan, obytný přívěs, obytný automobil), může nabízet také chatky a bungalovy;
- chatová osada – nabízí pronájem individuálních objektů – chatek;
- turistická ubytovna – jednodušší ubytovací zařízení s větším počtem lůžek v místnosti.

Do skupiny **individuálních ubytovacích zařízení** jsou řazena ta ubytovací zařízení, jež primárně neslouží k přechodnému ubytování v souvislosti s cestovním ruchem, ale byla postavena a kolaudována pro trvalé bydlení nebo individuální rekreaci. V této souvislosti je používán termín „ubytování v soukromí“, jenž však nemá oporu v zákoně. Může se jednat o pronájem obytné místnosti, apartmánu či bytu, chalupy nebo chaty (Ryglová, 2011).

5.4. Klasifikace ubytovacích zařízení

Od roku 2010 byla v České republice hotelová klasifikace nahrazena jednotnou společnou střeoevropskou klasifikací ubytovacích zařízení, která navazuje na uvedenou klasifikaci národní a je v současné době společná pro další evropské země. I v tomto případě se jedná o klasifikaci dobrovolnou.

Rozsah služeb poskytovaných ubytovacím zařízením indikuje zákazníkovi systém tzv. klasifikačních tříd (počet hvězdiček). V mezinárodní praxi platí určité společné principy, co která třída znamená a má poskytovat. Počtu hvězdiček odpovídá i cenová úroveň služeb. Čím více hvězdiček, tím lépe.

Také z pohledu živnostenského zákona je provozovatel povinen označit provozovnu třídou. V předpisu se však neříká, podle jakého pravidla nebo postupu se řídit, přičemž zařazení do tříd není upraveno žádným závazným předpisem. Provozovatel tedy svou označovací povinnost splní prostým označením provozovny hvězdičkami podle své vlastní úvahy. Ve vlastním zájmu by však měl označit provozovnu tak, aby výsledná třída odpovídala mezinárodním zvyklostem v oboru (Ryglová, 2011).

5.5. Klíčové oblasti

S ohledem na specifika služeb cestovního ruchu je třeba dále uvážit další skutečnosti podle Heskové (2006):

- nelze podnikat kdekoli – úspěšnost využití ubytovacího zařízení pro podnikání v cestovním ruchu závisí na místě, oblasti, která vyvolává nebo může podnítit poptávku účastníků cestovního ruchu;

- je nutné znát okolní prostředí – cestovní ruch znamená zhodnocení přírodních, kulturních, společenských a ostatních vlastností rekreačního potenciálu příslušného místa a je konkrétním prostředím ovlivněn;
- působí vnější vlivy – podnikání v cestovním ruchu je silně závislé nejen na přírodních podmínkách, ale i hospodářských, politických a společenských jevech, které ovlivňují především stranu poptávky;
- je důležité respektovat sezonnost a nerovnoměrnost poptávky – v průběhu roku dochází ke značným výkyvům poptávky po službách cestovního ruchu; to vyžaduje vysokou pohotovost podnikatelů a zároveň i schopnost zvládnout koncentrovanou poptávku ve vrcholných sezonních obdobích;
- poptávka cestovního ruchu je různorodá – účastníci cestovního ruchu vyžadují pro zajištění své cesty nebo pobytu celý komplex služeb zahrnující dopravu, ubytování, stravování, programové služby atd., z tohoto pohledu je konkrétní podnikatel v cestovním ruchu součástí celého řetězce na sebe závislých podnikatelů, kteří služby cestovního ruchu v daném místě poskytují;
- turisté vyhledávají nové dojmy, zážitky a podmínky seberealizace – cestovní ruch je oblast spotřeby založená na využívání volného času, je proto třeba respektovat, že každý jej chce prožít co možná nejzajímavěji, nejpestřeji a tomu musí odpovídat i nabídka; účastník cestovního ruchu proto nevyhledává pouze služby, ale též zážitky.

Klíčové oblasti hotelového podnikání jsou zákazníci, personál a aktiva. Aktiva působí na uspokojování potřeb zákazníků prostřednictvím znalostí a dovedností personálu. Podstatou první oblasti týkající se zákazníků je zajištění jejich spokojenosti, podstatou druhé oblasti jsou aktiva a jejich ochrana před možnými hrozbami a třetí oblast je personál, udržování a zvyšování jeho výkonu, znalostí a dovedností. Tyto oblasti se vzájemně doplňují a překrývají, jejich vzájemné vztahy tvoří hlavní cíle řízení. Vzájemným vztahem oblastí personálu a zákazníků vzniká oblast služeb, vztah personálu a aktiv má vliv na oblast produktivity a její maximalizaci, vzájemné působení

aktiv a zákazníků vytváří oblast příjmů a podmínek pro dosažení zisku a vzájemným působením všech tří oblastí vzniká oblast kvality (Beránek, Kotek, 2007).

6. Destinační management

6.1. Destinace

Destinace cestovního ruchu je podle Světové organizace cestovního ruchu definována jako místo s vhodnými atraktivitami ve spojitosti se zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu zvolil pro návštěvu (Ryglová, 2011).

Destinace je představována svazkem různých služeb koncentrovaných v určitém místě nebo oblasti, které jsou poskytovány v návaznosti na potenciál cestovního ruchu (atraktivity) místa nebo oblasti. Atraktivity destinace tak představují podstatu destinace a hlavní motivační stimul návštěvnosti destinace (Palatková, 2006).

Pro rozvoj cestovního ruchu v destinaci je důležitá kvalitní nabídka, která je schopna přilákat návštěvníky a následně uspokojit jejich potřeby a požadavky. Nabídku cestovního ruchu je možné rozdělit na primární a sekundární. Komponenty primární nabídky cestovního ruchu jsou utvářejícími podmínkami pro uspokojení potřeb a požadavků návštěvníků destinace; struktura, rozmístění a úroveň sekundární nabídky cestovního ruchu je určujícím faktorem využitelnosti destinace pro aktivity cestovního ruchu (Királ'ová, 2003).

6.2. Destinační management

Výkladový slovník cestovního ruchu (Pásková, Zelenka, 2002) vysvětluje destinační management jako soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v dané destinaci. Výsledkem takového procesu jsou udržitelné a konkurenceschopné

produkty cestovního ruchu, společně sdílené logo, značka kvality, společný informačně-rezervační systém, tvorba cenové politiky, provádění výzkumu a sběru statistických dat z oblasti cestovního ruchu, iniciace partnerství soukromého a veřejného sektoru cestovního ruchu i podpora profesních spolků, sdružení a organizací.

Destinační management je podle Ryglové (2011) forma řízení určité oblasti (destinace) za účelem zvýšení efektivity aktivit spojených s cestovním ruchem a jeho udržitelným rozvojem. Cílem destinačního managementu je koordinovat činnost jednotlivých zájmových skupin podílejících se na rozvoji cestovního ruchu destinace, vytvářet strategické plány pro její rozvoj, využívat podpůrné fondy, organizovat a podporovat spolupráci mezi komerčním a neziskovým sektorem, realizovat marketingové aktivity a celou destinaci řídit za účelem udržení konkurenceschopnosti. Lze říci, že destinační management je proces, který je založen na principu dobrovolné spolupráce mezi podnikatelským sektorem a veřejnoprávními subjekty a optimálním zhodnocení a využití všech pozitivních dopadů tohoto spojení. Výsledkem je produkt obsahující specifickou přidanou hodnotu. Nabídku vytvářejí poskytovatelé služeb, avšak prostředí pro jejich poskytování vytvářejí samosprávné orgány.

Hesková (2006) doplňuje, že destinační marketing a management představuje soubor činností na vybraných úrovních řízení a koordinace, strategické plánování, různé formy spolupráce na úrovni mikroregionů a regionů, využívání podpůrných fondů. Cestovní ruch v mnoha destinacích se může stát nosným prvkem rozvoje nebo jedním z jeho významných prvků. Z pohledu destinačního managementu je cestovní ruch společně s dalšími aktivitami součástí jednoho komplexního produktu, tedy produktu, který tvoří a představuje celá destinace. Výsledný destinační produkt není dílem jednoho subjektu, ale zahrnuje celou řadu participujících subjektů.

Při kvalitním destinačním managementu je cestovní ruch přínosem pro destinaci především v oblasti ochrany životního prostředí, sociálně-kulturní a ekonomické oblasti (Kiráľová, 2003).

6.3. Organizace destinačního managementu

Organizace destinačního managementu/marketingu, a to státní, polostátní či s převažujícím privátním podílem je základním řídicím prvkem destinace na několika možných úrovních (Pacáková, 2006):

- lokální turistická organizace (např. Visit London, Dublin Tourism, Pražská informační služba);
- regionální turistická organizace (např. Balaton Tourism, Jihočeská centrála cestovního ruchu);
- národní turistická organizace (např. Hungary Tourism, British Tourist Authority, CzechTourism);
- kontinentální turistická organizace.

7. Statistika v terénních průzkumech

Základním problémem jakéhokoliv výzkumu je formulování zkoumaného problému a stanovení cíle výzkumu. Tím může být pouhé zjištění fakt a popis situace, formulování a ověřování určitých hypotéz a teoretické zobecnění zjištěných skutečností, praktická doporučení ze zjištění plynoucí či předvídání dalšího možného vývoje a konstrukce prognóz. Provedení výzkumu vždy vyžaduje určité náklady, finanční i časové, které by měla odpovídat dosaženému efektu – získaným informacím.

Ke snížení nákladů může přispět existence sekundárních dat, tedy toho, co již bylo k danému problému zjištěno. Sekundární data jsou rychle k dispozici a jsou poměrně levná, avšak nemusí být aktuální, úplná či zcela relevantní, byla-li pořízena pro jiný účel. Data získaná v průběhu výzkumu aktuálním šetřením v terénu jsou označována jako primární (Pecáková, 2008).

Terénní šetření prováděná u osob se často týkají jevů, které pozorovatelné nejsou, pozorování je nevhodné, nebo prostě je nejjednodušší zjistit zkoumanou skutečnost dotazem. Pecáková (2008) dále uvádí, že nejčastější formou sběru informací v terénních průzkumech je dotazování, kdy údaje jsou získávány prostřednictvím záměrně cílených otázek buď v rozhovoru tazatele a dotazované osoby (respondenta) vedeného tváří v tvář, telefonicky, nebo písemnou formou – vyplňováním papírového či elektronického dotazníku. Údaje jsou získávány zprostředkovaně, obsah a forma rozhovoru či dotazníku tedy může zásadně ovlivnit kvalitu získaných informací a možnosti jejich dalšího zpracování a využití. Podstatnou úlohu hraje též osobnost tazatele.

Jednotky šetření podle Pecákové (2008) tvoří **základní soubor**. Soubor, na který hodláme výsledky zkoumání zobecnit, a soubor, z něhož pořizujeme vzorek, musí být identický. Pro některé výběrové postupy je nutné mít kompletní seznam, registr, databázi či mapu všech jednotek v základním souboru – oporu výběru. Dále, pokud jsou

skupiny, do nichž byl základní soubor rozdělen, vnitřně různorodé, ale vzájemně se velmi podobají a navíc jsou i přibližně stejně velké, je vhodné použít **skupinový výběr**. V náhodně vybraných skupinách jsou v takovém případě prošetřeny všechny jednotky. Tento výběrový postup je vhodný zejména v situacích, kdy vzájemně si podobné skupiny jednotek přirozeně existují.

Praxe terénních průzkumů musí často zápolit s dost nízkou úspěšností při kontaktování respondentů, ať už jsou její důvody jakékoliv. Může to znamenat systematickou chybu, a tedy významné zkreslení.

8. Cíle a použitá metodika – cíle, hypotézy, metodika

Cílem této práce je sofistikované zhodnocení nabídky ubytovacích služeb na Třeboňsku klasickými statistickými metodami i metodami prostorové analýzy dat. Hlavním předmětem zkoumání je míra jejich spolupráce s dalšími subjekty působícími v oblasti cestovního ruchu a dopad této spolupráce na jejich podnikání ve smyslu přínosnosti. Součástí práce je nejen ověření hypotéz efektivnějšího provozování ubytovacích služeb, ale také hodnocení jejich vývoje v prostoru a čase a navržení možnosti aktivizace efektivnějšího podnikání v tomto oboru.

8.1. Hypotézy

Pro stanovení cíle byly navrženy tyto hypotézy:

- Ubytovací zařízení efektivně využívají spolupráce s internetovými ubytovacími portály.
- Ubytovací zařízení spolupracují mezi sebou navzájem.
- V lokalitě je nutno zlepšit destinační management.
- Ubytovací zařízení využívají služeb incomingové agentury.
- Ubytovací zařízení využívají dotace pro rozvoj venkova ke zvýšení obsazenosti.

8.2. Metodika

Zjištění charakteristik i klíčových ukazatelů ubytovacích zařízení bylo prováděno kontaktováním konkrétních ubytovacích zařízení v rámci dotazníkového šetření. Ubytovací zařízení ve sledované oblasti následně poskytla základní informace o daném zařízení. Další údaje byly získávány studováním turistických map, databáze Českého statistického úřadu, materiálů Místní akční skupiny Třeboňsko o.p.s., internetových ubytovacích portálů a internetových prezentací jednotlivých ubytovacích zařízení. Na základě těchto údajů byla provedena analýza kategoriálních dat a vypracovány grafy a mapové podklady s použitím geografických informačních systémů.

8.3. Statistická jednotka a kategoriální data

Statistický soubor tvoří statistické jednotky, které v této práci představují jednotlivá ubytovací zařízení. Na těchto statistických jednotkách byl proveden výzkum formou dotazníkového šetření. Data pak posloužila ke zjištění souvislostí efektivity spolupráce jednotlivých ubytovacích zařízení s dalšími subjekty v oblasti cestovního ruchu.

Kategoriální data nabývají v zásadě nečíselných hodnot, zde představují úroveň zapojení jednotlivých ubytovacích zařízení do různých forem spolupráce v oblasti cestovního ruchu.

8.4. Dotazník

1) Spolupracujete s nějakými internetovými ubytovacími portály, případně provizními prodejci?

Ano a je to přínosné

Ano, ale není to přínosné

Ne

2) Pokud ne, uvažujete o spolupráci s ubytovacími portály v budoucnu?

Ano

Nevím

Ne

3) Pokud neuvažujete, jaký je Váš důvod? ...

4) Spolupracujete s nějakou incomingovou agenturou, případně informačním centrem?

Ano a je to přínosné

Ano, ale není to přínosné

Ne

5) Pokud ne, uvažujete o spolupráci s incomingovou agenturou v budoucnu?

Ano

Nevím

Ne

6) Pokud neuvažujete, jaký je Váš důvod? ...

7) Spolupracujete s nějakým dalším ubytovacím zařízením?

Ano a je to přínosné

Ano, ale není to přínosné

Ne

8) Pokud ne, uvažujete o spolupráci s dalším ubytovacím zařízením v budoucnu?

Ano

Nevím

Ne

9) Pokud neuvažujete, jaký je Váš důvod? ...

10) Využíváte dotace z programu pro rozvoj venkova?

Ano a je to přínosné

Ano, ale není to přínosné

Ne

11) Pokud ne, uvažujete o čerpání dotací v budoucnu?

Ano

Nevím

Ne

12) Pokud neuvažujete, jaký je Váš důvod? ...

13) Jak jste spokojeni s úrovní destinačního managementu na Třeboňsku?

Zcela vyhovuje

Vyhovuje

Nevyhovuje

Zcela nevhovuje

Nevím, neumím zhodnotit

14) Uveďte prosím obec, ve které se nachází Vaše ubytovací zařízení (příp. pod kterou spadá).

15) Uveďte prosím počet stálých lůžek ve Vašem ubytovacím zařízení.

16) Vyberte prosím kategorii Vašeho ubytovacího zařízení:

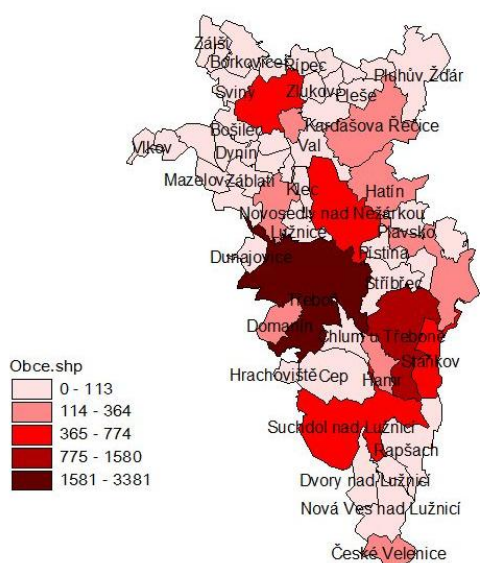
Hotel / Penzion / Apartmán / Ubytování v soukromí / Kemp / Chata, chalupa /
Turistická ubytovna

9. Vlastní analytická část – testování hypotéz

V analytické části sběrem dat a zkoumáním výše uvedených statistických jednotek a kategoriálních dat vyplynuly následující údaje, které jsou dále po řadě hlouběji popsány v dalších kapitolách.

Na sledovaném území bylo zjištěno celkem 470 ubytovacích zařízení. V rámci dotazníkového šetření se jich podařilo oslovit 310. Z oslovených ubytovacích zařízení bylo ochotno spolupracovat a vyplnit dotazník pouze 60. Souhrnně jsou výsledky výzkumu uvedeny v tabulce č. 1 v příloze.

Na obrázku č. 2 je znázorněno rozložení lůžkové kapacity ubytovacích zařízení v regionu Třeboňsko a jeho mikroregionech. Nejvyšší koncentrace lůžek je v obci Třeboň a jejím okolí. Třeboň je jádro regionu, které je i z hlediska cestovního ruchu nejvíce navštěvované. Okolní obce a regiony vystupují jako periferie a jejich atraktivita a s ní související lůžková kapacita se se vzdáleností od jádra snižuje.



Zdroj: Vlastní zpracování

Obrázek 2 - Rozložení lůžkové kapacity na Třeboňsku

9.1. Spolupráce s internetovými ubytovacími portály

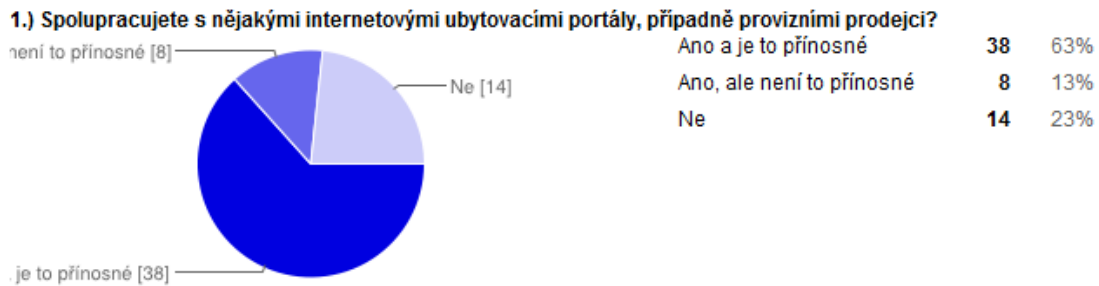
Spolupráce s internetovými ubytovacími portály, případně provizními prodejci by měla ubytovatelům zajistit vyšší obsazenost. Analýza zkoumá, zda vůbec spolupracují a pokud ne, tak jestli o spolupráci uvažují do budoucna, případně jaký je důvod ubytovatelů s internetovými ubytovacími portály nespolupracovat ani v budoucnu.

Z výzkumu vyplynulo, že většina (63%) sledovaných ubytovacích zařízení spolupracuje s nějakým internetovým ubytovacím portálem, případně provizními prodejci a shledává tuto spolupráci přínosnou. Malá část dotázaných ubytovacích zařízení (13%) tuto spolupráci za přínosnou nepovažuje. Téměř čtvrtina (23%) pak s internetovými portály nespolupracuje vůbec.

Skupina, která s internetovými ubytovacími portály nespolupracuje, byla dále tázána, jestli o takové formě spolupráce uvažují do budoucna. Pouze jedno ubytovací zařízení uvedlo, že ano, a čtyři uvedli, že neví. Převážná většina (9) opověděla, že o takové spolupráci neuvažuje. Jako důvod uvedli: dostatečný zájem o ubytování, dobrá naplněnost i bez internetových ubytovacích portálů, nedůvěra v internetové ubytovací portály a stálá klientela, která si zamlouvá ubytování na další sezónu již při odjezdu.

Vzhledem k tomu, že většina dotázaných ubytovacích zařízení spolupracuje s internetovými ubytovacími portály a tato spolupráce je pro ně přínosná z hlediska obsazenosti a tudíž i efektivnosti jejich podnikání, nelze zamítnout hypotézu, že ubytovací zařízení efektivně využívají spolupráce s internetovými ubytovacími portály.

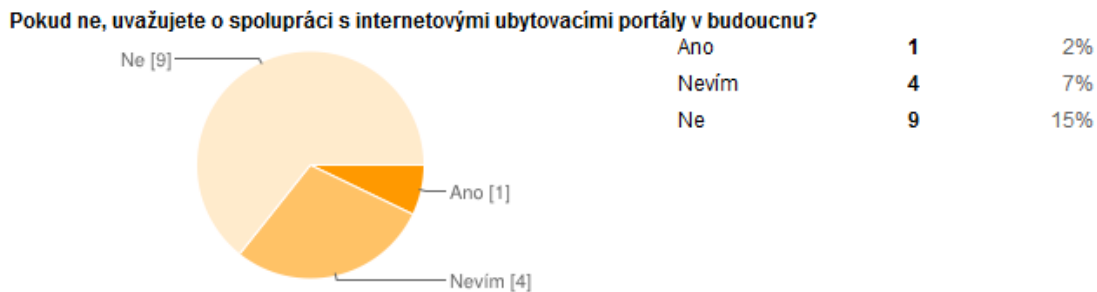
Souhrny odpovědí zobrazuje graf č. 1.



Graf 1 - Spolupráce s internetovými portály

Zdroj: vlastní zpracování

Ochotu k budoucí spolupráci s internetovými ubytovacími portály zobrazuje graf č. 2.



Graf 2 - Spolupráce s internetovými portály v budoucnu

Zdroj: vlastní zpracování

9.2. Spolupráce s inomingovou agenturou

Spolupráce s inomingovou agenturou, případně s místními informačními centry a využívání služeb zajišťuje ubytovacím zařízením vyšší obsazenost a větší propagaci jejich firmy i nad rámec regionu, ve kterém působí. Dotazníkovým šetřením bylo zkoumáno, jestli ubytovací zařízení ve sledovaném regionu využívají spolupráce s těmito agenturami a pokud ne, tak jestli o takové spolupráci uvažují do budoucna, případně jaký je důvod ubytovatelů s inomingovými agenturami nespolupracovat ani v budoucnu.

Zkoumáním vyplynulo, že téměř polovina (47%) sledovaných ubytovacích zařízení nespolupracuje s žádnou inomingovou agenturou ani s informačním centrem. Další velká skupina (40%) oslovených majitelů ubytovacích zařízení využívá služeb inomingových agentur či informačního centra a tato forma spolupráce je pro ně přínosná. Malá část dotázaných ubytovacích zařízení (13%) tento druh spolupráce za přínosný nepovažuje.

Ti ubytovatelé, kteří s inomingovou agenturou ani s informačním centrem nespolupracují, byli dále tázáni, zda o této spolupráci uvažují do budoucna. Většina z nich odpověděla, že o spolupráci neuvažují ani v budoucnu. Důvodem k tomuto rozhodnutí byla jejich samostatnost, schopnost obsadit ubytovací zařízení i bez agentury, nedůvěra k těmto agenturám a upřednostňování české klientely.

Pouze dvě ubytovací zařízení uvedla, že by do budoucna měli zájem využívat služeb inomingové agentury či informačního centra a sedm ubytovacích zařízení odpovědělo, že neví.

Z výzkumu vyplynulo, že většina dotázaných ubytovacích zařízení v rámci zefektivnění svého podnikání s inomingovou agenturou či s informačním centrem nespolupracuje, můžeme zamítnout hypotézu, že ubytovací zařízení využívají služeb inomingové agentury.

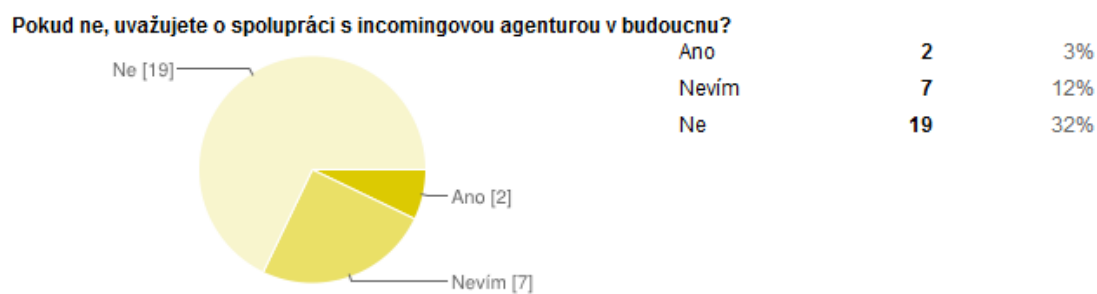
Souhrny odpovědí zobrazuje graf č. 3.



Graf 3 - Spolupráce s incomingovou agenturou

Zdroj: vlastní zpracování

Ochotu k budoucí spolupráci s incomingovou agenturou zobrazuje graf č. 4.



Graf 4 - Spolupráce s incomingovou agenturou v budoucnu

Zdroj: vlastní zpracování

9.3. Spolupráce s dalším ubytovacím zařízením

Tato analýza měla zjistit, zda ubytovací zařízení navzájem spolupracují v rámci maximálního vytížení jejich ubytovacích kapacit. Tato spolupráce se obvykle uskutečňuje tak, že plně obsazené ubytovací zařízení směřuje zákazníky, které již nemůže z kapacitních důvodů ubytovat, do spřáteleného subjektu s volnými místy.

Z analýzy vyplynulo, že polovina (50%) dotázaných majitelů ubytovacích zařízení tuto formu spolupráce využívá a shledává ji přínosnou. Zajímavým zjištěním bylo, že druhá polovina (48%) tuto spolupráci nevyužívá vůbec a minimum (2%) ubytovacích zařízení takovou spolupráci využívá, ale není pro ně přínosná.

Ta ubytovací zařízení, která nespolečně spolupracují s žádným dalším ubytovacím, zařízením byla dále tázána, zda o této spolupráci uvažují do budoucna. Většina z nich (17) odpověděla, že o spolupráci neuvažují ani v budoucnu. Jako důvod k tomuto rozhodnutí uvedli majitelé samostatnost, malou kapacitu ubytovacího zařízení nebo že je pro ně ubytování okrajovou záležitostí. Také uváděli, že nevidí žádný důvod, proč by měli s nějakým dalším ubytovacím zařízením spolupracovat.

Pouze dvě ubytovací zařízení uvedla, že by se do budoucna měla zájem spojit s dalším ubytovacím zařízením a spolupracovat na vytížení svých kapacit. Deset pak odpovědělo, že neví.

Z výzkumu vyplynulo, že pro polovinu dotázaných ubytovacích zařízení je spolupráce s jiným ubytovacím zařízením přínosná a že ji využívá, druhá polovina ji nevyužívá.

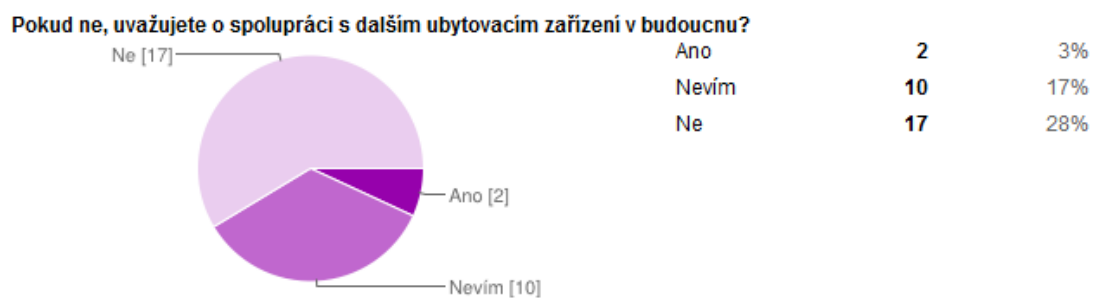
Souhrny odpovědí zobrazuje graf č. 5.



Graf 5 - Spolupráce s dalším ubytovacím zařízením

Zdroj: vlastní zpracování

Ochotu k budoucí spolupráci s dalším ubytovacím zařízením zobrazuje graf č. 6.



Graf 6 - Spolupráce s dalším ubytovacím zařízením v budoucnu

Zdroj: vlastní zpracování

9.4. Využívání dotací z programu pro rozvoj venkova

Podpora programu pro rozvoj venkova slouží k rozvoji venkovského prostoru a jeho trvale udržitelného rozvoje, zlepšení stavu životního prostředí a snížení negativních vlivů intenzivního zemědělského hospodaření. Tento program podporuje rozšiřování ekonomických aktivit ve venkovském prostoru a má za cíl rozvíjet podnikání, vytvářet nová pracovní místa, snížit míru nezaměstnanosti na venkově a posílit sounáležitost obyvatel na venkově.

V dotazníkovém šetření naprostá část dotázaných (98%) uvedla, že dotace nevyužívá a pouze jedno ubytovací zařízení uvedlo, že ano a že je to pro něj přínosné.

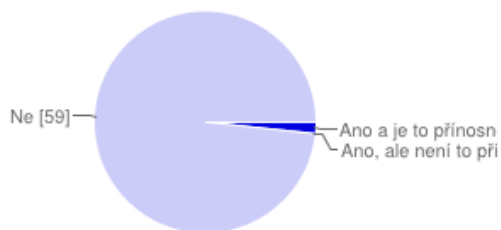
O využívání dotací v budoucnu projevilo zájem pouze 5 z dotázaných ubytovacích zařízení, více než třetina (37%) odpověděla, že neví. Více než polovina (53%) uvedla, že o čerpání dotací z programu pro rozvoj venkova neuvažuje vůbec.

Jako důvod pak uváděli předpoklad, že by stejně nic nedostali a že nemají žádné informace o dotacích, případně že je to pro ně velká byrokracie nebo že nesplňují podmínky pro čerpání. Jiným důvodem bylo, že majitelé již dvakrát žádali a ani jednou nebyli vybráni. Také zde byl uveden důvod, že ubytovací zařízení nechce stavět své podnikání na dotacích. Pro další ubytovací zařízení byla překážkou složitost a výše dotace. Uvedli, že když chtěli dotace jednou zkusit využít, byly minimální investice milionové, což se hodí pro velké hotely a ne pro ubytování v soukromí. Jeden z důvodů nečerpání dotací byla i nedůvěra k celému systému.

Z výše uvedených zjištění lze zamítnout hypotézu, že ubytovací zařízení využívají dotace pro rozvoj venkova ke zvýšení obsazenosti.

Graf č. 7 znázorňuje souhrny odpovědí.

4.) Využíváte dotace z programu pro rozvoj venkova?



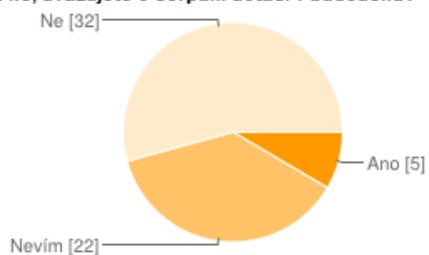
Ano a je to přínosné	1	2%
Ano, ale není to přínosné	0	0%
Ne	59	98%

Graf 7 - Využívání dotací

Zdroj: vlastní zpracování

Případné čerpání dotací v budoucnu zobrazuje graf č. 8.

Pokud ne, uvažujete o čerpání dotací v budoucnu?



Ano	5	8%
Nevím	22	37%
Ne	32	53%

Graf 8 - Využívání dotací v budoucnu

Zdroj: vlastní zpracování

9.5. Destinační management na Třeboňsku

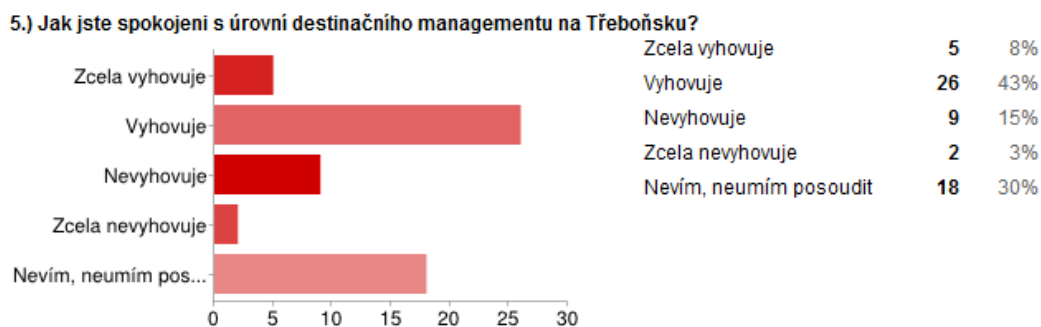
Destinační management v regionu má na starosti koordinaci zájmů všech zúčastněných stran při nekonfliktním rozvoji cestovního ruchu v destinaci. Především by měl formulovat koncepce a strategie pro rozvoj cestovního ruchu, podporovat nabídku a uskutečňovat marketingové aktivity. Na Třeboňsku má kompetence k exekutivní části destinačního managementu především Informační a kulturní středisko města Třeboň, které prezentuje region na výstavách a veletrzích, spolupracuje s orgány státní správy v oblasti cestovního ruchu a vydává propagační materiály o destinaci.

V této části analýzy byla zjišťována celková spokojenost majitelů ubytovacích zařízení s úrovní destinačního managementu na Třeboňsku.

Téměř polovina (43%) dotázaných majitelů ubytovacích zařízení vyjádřila spokojenost s destinačním managementem v regionu a uvedla, že stávající úroveň jim vyhovuje. Necelá třetina (30%) oslovených sdělila, že neví nebo úroveň destinačního managementu neumí posoudit. Jako nevyhovující označilo úroveň destinačního managementu 15% dotázaných. Malá část (8%) oslovených ubytovacích zařízení uvedla, že jim destinační management v regionu zcela vyhovuje. Pouze 2 majitelé ubytovacích zařízení (3%) odpověděli, že jim úroveň zcela nevyhovuje.

Na základě této analýzy, kdy byla zjištěna převažující spokojenost majitelů ubytovacích zařízení s úrovní destinačního managementu na Třeboňsku, lze zamítnout hypotézu, že v lokalitě je nutno zlepšit destinační management.

Souhrn odpovědí na tuto otázku zobrazuje graf č. 9.



Graf 9 - Spokojenost s úrovní destinačního managementu

Zdroj: vlastní zpracování

9.6. Testování hypotéz o četnostech kategorií

Testování hypotéz o četnostech kategorií bylo provedeno pomocí statistické funkce chí-kvadrát test. Základní myšlenka chí-kvadrát testu spočívá v porovnání pozorovaných a očekávaných četností. Pozorované četnosti zjistíme z kontingenční tabulky. Očekávané četnosti je nutné vypočítat. Při výpočtu vycházíme z předpokladu, že platí nulová hypotéza. Tedy provádíme-li test homogenity, předpokládáme, že rozložení hodnot sledované kategoriální veličiny je ve všech případech shodné. Pokud provádíme test nezávislosti, nulová hypotéza předpokládá, že mezi dvěma kvalitativními veličinami není žádná závislost. V případě testu dobré shody předpokládáme, že sledovaná veličina má rozložení daného typu.

Pro testování četností odpovědí na jednotlivé druhy spolupráce byla použita doplňující hypotéza na homogenitu – sledovaná úroveň zapojení ubytovacích zařízení do různých forem spolupráce je stejná. Výsledky testu ukazuje tabulka č. 1.

Tabulka 1 - Úroveň jednotlivých forem spolupráce

Úroveň jednotlivých forem spolupráce				
	ano a je to přínosné	ano, ale není to přínosné	ne	celkem
internetové portály	38	8	14	60
incomingová agentura	24	8	28	60
další ubytovací zařízení	30	1	29	60
celkem	92	17	71	180
očekávané četnosti	30,667	5,667	23,667	
	30,667	5,667	23,667	
	30,667	5,667	23,667	
CHITEST	Signifikace chí-kvadrát testu:			0,005

Zdroj: vlastní zpracování

Na základě testování na hladině významnosti 0,05 nelze zamítnout výše uvedenou hypotézu - mezi sledovanými úrovněmi spolupráce není statisticky významný rozdíl. Ubytovací zařízení neupřednostňují žádnou formu spolupráce.

Dále byly testovány úrovně jednotlivých forem spolupráce. Výsledky tohoto testování jsou uvedeny v následující tabulce č. 2.

Tabulka 2 - Testování četností u jednotlivých forem spolupráce

Spolupráce s internetovými portály				
ubytovací zařízení	ano a je to přínosné	ano, ale není to přínosné	ne	celkem
pozorované	38	8	14	60
očekávané	30,667	5,667	23,667	60
Chi test				0,036
Spolupráce s incomingovou agenturou				
ubytovací zařízení	ano a je to přínosné	ano, ale není to přínosné	ne	celkem
pozorované	24	8	28	60
očekávané	30,667	5,667	23,667	60
Chi test				0,202
Spolupráce s dalším ubytovacím zařízením				
ubytovací zařízení	ano a je to přínosné	ano, ale není to přínosné	ne	celkem
pozorované	30	1	29	60
očekávané	30,667	5,667	23,667	60
Chi test				0,080

Z výsledku testování vyplynulo, že hypotézu ubytovací zařízení spolupracují s internetovými portály nelze zamítnout na hladině významnosti 0,05. Ubytovací zařízení tedy využívají internetových portálů k zefektivnění svého podnikání.

Další hypotézu – ubytovací zařízení spolupracují s incomingovou agenturou lze zamítnout na hladině významnosti 0,05. Tuto formu spolupráce využívá méně ubytovacích zařízení, než se očekávalo.

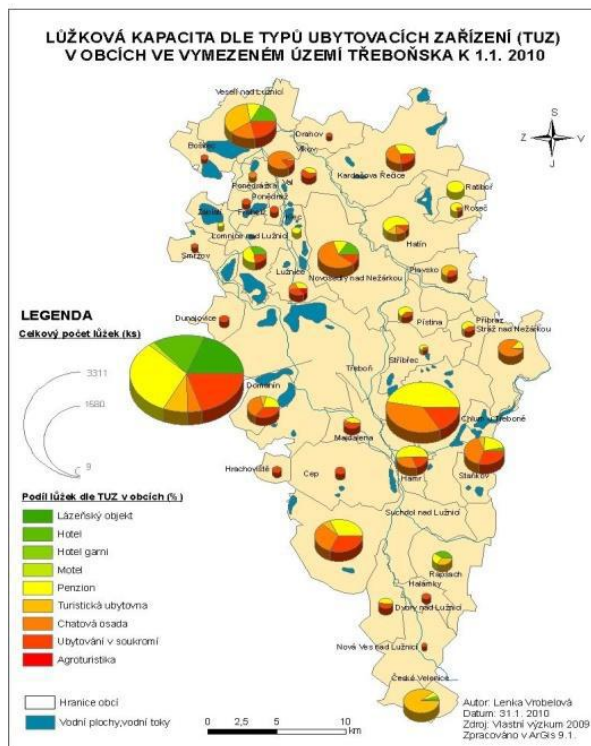
Poslední hypotézu, že ubytovacích zařízení spolupracují mezi sebou navzájem lze na hladině významnosti 0,05 také zamítnout. Tuto spolupráci shledává přínosnou očekávaný počet zařízení, ale počet subjektů nezapojených do spolupráce s dalším ubytovacím zařízením je více, než bylo očekáváno.

10. Vyhodnocení dotazníkového šetření a navazující doporučení

10.1. Vyhodnocení

Jak vyplývá z analýzy, největším počtem lůžek v regionu disponuje Třeboň. Třeboň je zároveň jádrem regionu a také městem s nejvyšším osídlením a s nejvyššími příjmy obce, ostatní obce na něj navazují jako periferie. Z tohoto důvodu je v Třeboni také nejvíce soustředěn cestovní ruch a jsou zde umístěny dva lázeňské domy, které každoročně přitahují mnoho turistů i lázeňských hostů.

Na obrázku č. 3 je znázorněna lůžková kapacita podle typů ubytovacích zařízení na Třeboňsku.



Obrázek 3 - Lůžková kapacita dle typů ubytovacích zařízení

Zdroj: Vrobelová, 2010

Další velkou devizou je zde koncentrace památek na relativně malé ploše a v neposlední řadě přírodní bohatství. Třeboň také nejvíce využívá dotace na podporu rozvoje lázeňství, podnikání a také na různé kulturní programy, jejichž nabídka je v letní sezoně velmi bohatá.

V okolních obcích a mikroregionech (Veselsko, Řečicko a Vitorazsko) by bylo možné zvýšit příjmy z cestovního ruchu pomocí **dotací z programu pro rozvoj venkova**. Nemalou snahu v tomto směru vyvíjí Místní akční skupina Třeboňsko o.p.s., která vyřizuje dotace z EU pro menší obce či podnikatele a pravidelně vypisuje výzvy k programu LEADER. Tento program je určen mikroregionům a místním subjektům, které realizují konkrétní projekty, jeho hlavním cílem je podpora jejich spolupráce za účelem rozvoje venkova.

Z dotazníkového šetření vyplývá, že pro některá ubytovací zařízení je vypracování projektu příliš složité a je chápáno jako nutné zlo. Z tohoto důvodu je k dispozici MAS Třeboňsko, která s projektem pro daný subjekt pomůže nebo celou žádost za něho vyřídí. Největším problémem v oblasti čerpání dotací ve sledovaném regionu a jeho subjektech poskytujících ubytovací služby je neznalost aktuálních dokumentů EU a ČR a malá informovanost těchto subjektů o možnostech čerpání dotací. Jako další problém se ukazuje nedůvěra v program a zkušenosti s odmítnutím poskytnutí dotace. Zde ovšem není jisté, zda subjekty využily pomoc projektové kanceláře, či zda vůbec splňovaly podmínky pro čerpání. Také je možné, že přípravná nebo realizační fáze byly podceněny.

Z analýzy dále vyplynulo, že ubytovací zařízení zvyšují svou obsazenost využíváním **spolupráce s internetovými ubytovacími portály, případně s provizními prodejci**. Většina majitelů ubytovacích zařízení shledává tuto spolupráci přínosnou pro jejich efektivní fungování. V dnešní době je již téměř nutností mít na internetu svou webovou stránku s prezentací vlastního ubytovacího zařízení. Přesto se ve sledovaném regionu objevilo několik ubytovacích zařízení, která takovou formu propagace stále nemají, nebo je jejich propagace velmi nekvalitní z hlediska obsahu a ne příliš uživatelsky

přívětivá. Dalším zajímavým zjištěním při provádění výzkumu bylo, že mnoho ubytovacích zařízení nemá e-mailovou adresu, uvádí pouze telefonní kontakt.

Spolupráce s internetovými portály, případně provizními prodejci, je pro majitele ubytovacího zařízení výhodná především z důvodu zvýšení obsazenosti a tím vede i vyšším ziskům z jejich podnikání. Spolupráce se realizuje především tak, že portálům či provizním prodejcům se platí provize pouze za skutečně odbydlené hosty. Většinou probíhá fakturace jednou měsíčně po odsouhlasení konkrétních ubytovaných hostů oběma stranami. Tato forma spolupráce ale zřejmě není vhodná pro velmi malá ubytovací zařízení, převážně ubytování v soukromí, která disponují například jen pěti lůžky, nebo je pro ně poskytování ubytovacích služeb pouze okrajovou sezónní záležitostí a možností přivýdělku. Naopak velmi přínosná je tato spolupráce pro nově vzniklá ubytovací zařízení, kdy jim napojení na tyto internetové portály přinese kromě hostů i zvýšenou propagaci na internetu.

Podobně je přínosná i **spolupráce s inomingovou agenturou, případně s informačním centrem**. Informační centrum také plní funkci inomingové agentury v tom smyslu, že informuje o volných ubytovacích kapacitách, pokud je má od majitelů nahlášené. Turisté jsou zvyklí se na informační centrum obracet právě z důvodu zjištění možností ubytování v regionu či v obci, případně přímo zajištění ubytování. Konkrétně v Informačním a kulturním středisku města Třeboně není možné zajištění ubytování pro návštěvníky města z důvodu absence vypracovaného systému provizní spolupráce s ubytovateli. Zájmcům o ubytování je poskytnuta pouze brožura se seznamem ubytovacích zařízení, která si tuto propagaci zaplatila. Zpoplatnění uveřejnění ubytovacího zařízení v brožuře je také důvodem, že výpis možných ubytovacích zařízení není úplný a inzerovaná zařízení bývají v letní sezóně téměř beznadějně vyprodána.

Jako inomingová agentura působí na Třeboňsku především společnost DDS tour, která má nasmlouvanou přibližně polovinu ubytovacích zařízení v celém sledovaném regionu a spolupracuje s nimi v rámci provizního systému. Počet jejich smluvních partnerů se rok od roku rozšiřuje a i pro návštěvníky Třeboňska je jejich pomoc při hledání volného

ubytování velmi přínosná. Další agenturou zabývající se incomingem je Agentura Třeboňsko, která je ovšem pro návštěvníky při hledání ubytovacího zařízení pouze okrajovou. Tato agentura se specializuje spíše na propagaci regionu Třeboňsko v rámci destinačního managementu, na prodej zážitkových balíčků, pořádání některých kulturních akcí a hlavně na informační internetový portál pro turisty.

Destinační management na Třeboňsku je podle majitelů ubytovacích zařízení vyhovující a s jeho úrovní jsou převážně spokojeni. Zde se nepotvrdila hypotéza, že je destinační management nutno zlepšit. Přesto je třeba se destinačnímu managementu věnovat ve zvýšené míře a regulovat rozvoj cestovního ruchu, aby nedošlo ke znehodnocení vlastního kapitálu vlastními podnikatelskými aktivitami.

Analýzou byla dále zjišťována míra zapojení **ubytovacích zařízení do spolupráce mezi sebou navzájem**. Polovina dotázaných ubytovacích zařízení spolupracuje s dalším ubytovacím zařízením a vytváří tak jakousi neformální ubytovací síť. Tato síť funguje na principu reciprocity, což znamená, že spřátelená ubytovací zařízení si navzájem posílají hosty, když mají své lůžkové kapacity již obsazené. Příčinou této spolupráce je relativně nízký počet obyvatel v obci či v obcích a majitelé ubytovacích zařízení se znají navzájem a poměrně často si takto vypomáhají. Druhá polovina dotázaných tuto spolupráci neuznává z důvodu obav z konkurence, nebo je jejich klientela natolik stálá, že další vytěžování kapacit nepotřebují. To může být zapříčiněno také závistivostí, opět z důvodu relativně malého počtu obyvatel v obci či obcích a jejich vzájemné známosti.

Na Třeboňsku je provozování ubytovacího zařízení poměrně častou podnikatelskou činností, a to jednak z důvodu jednoduchosti tohoto druhu podnikání a také je to dáno vysokým turistickým potenciálem regionu. Třeboňsko navštěvují turisté, kteří sem převážně nejezdí na jednodenní výlet, ale zpravidla zde stráví více nocí.

Jednou z významných ekonomických nevýhod provozování ubytovacích zařízení a cestovního ruchu vůbec je **sezónnost**, která má v regionu zásadní vliv. Pro mnohé subjekty nabízející zboží a služby v cestovním ruchu to znamená nutnost vydělat dostatečné množství prostředků za několik měsíců k tomu, aby jim tyto příjmy byly schopny pokrýt jejich výdaje po zbytek mimo sezónního období. Negativně se projevuje

také na zaměstnanosti. Pro zaměstnance to představuje pravidelný příjem jen po určitou dobu v roce. Na druhou stranu může být tato sezónní nabídka práce využita studenty či ženami v domácnosti a přispívá ke snížení nezaměstnanosti v regionu.

10.2. Navazující doporučení

Z hlediska zkoumaných úrovní zapojení ubytovacích zařízení do různých forem spolupráce s dalšími subjekty působícími v oblasti cestovního ruchu byla navržena následující doporučení. Tato doporučení by měla vést ke zkvalitnění a zefektivnění podnikání v oblasti poskytování ubytovacích služeb na Třeboňsku.

Destinační management v regionu je z pohledu majitelů ubytovacích zařízení vyhovující, přesto by se na něm mělo trvale pracovat a zlepšovat jej, především v periferních oblastech regionu. Konkrétně by státní správa měla zabezpečovat strategický marketing a budování a posilování image destinace vzhledem k jeho nejvýraznějším devizám, kterými jsou příroda, lázeňství a kulturně-historický potenciál.

Vzhledem k nově vybudovanému golfovému hřišti poblíž lázní Aurora se nabízí začít propagovat Třeboňsko i jako destinaci vhodnou pro milovníky golfu. Tento sport je primárně provozován především movitější klientelou, čímž by mohl přispět k dalšímu ekonomickému rozkvětu města. Navíc umístění golfového hřiště přímo vedle parku lázní Aurora nahrává této propagaci. V návaznosti na tuto propagaci by bylo vhodné rozšířit stávající ubytovací kapacity také o ubytování vyššího standardu pro movitější klientelu. Ubytovací zařízení by se také měla zaměřit na volnočasové aktivity svých hostů a nabídnout jim možnost vyžití v rámci doprovodných a animačních programů.

V periferních oblastech regionu je pak vhodné se zaměřit na venkovský cestovní ruch a zvýšit tak obsazenost a příjmy z podnikání. Třeboňsko jako převážně zemědělská krajina s množstvím rybníků je oblíbenou destinací, kterou využívají především milovníci rekreace v přírodě u vody. Bylo by vhodné rozšířit nabídku služeb o

hipoturistiku či agroturistiku. Tato nabídka není v regionu zatím příliš rozšířena, ale vzhledem k tendencím zdravého životního stylu je její význam do budoucna veliký.

Celé Třeboňsko je velmi oblíbeným cílem milovníků cykloturistiky, nejen pro množství kvalitních cyklotras, ale i vzhledem k rovinatému terénu v celé lokalitě a malebnou přírodou, která ještě umocňuje zážitek z projížďky na kole. Pro majitele ubytovacích zařízení tento fakt představuje přímou výzvu, aby své ubytovací prostory přizpůsobili co nejvíce potřebám cykloturistů. Především by bylo vhodné vybudovat úschovnu kol, případně i půjčovnu kol, helem, dětských sedaček a vozíků, aby i ti zákazníci, kteří do regionu nepřijedou primárně za cyklotoulkami, mohli krásy této krajiny okusit a při nejbližší dovolené se sem znovu vrátit. Základna takto uzpůsobených ubytovacích zařízení není zatím příliš široká, tím pádem by si ubytovací zařízení úzce specializované na tuto skupinu turistů své zákazníky jistě brzo našlo.

Pro zvýšení zájmu o spolupráci s inomingovými agenturami, případně informačním centrem by bylo vhodné propojit jejich aktivity do společného integrovaného informačně-rezervačního systému v celém regionu Třeboňsko. Vzhledem k tomu, že převážná většina návštěvníků si ubytování zajišťuje individuálně, je zřejmé, že takováto služba v regionu chybí.

V neposlední řadě by bylo vhodné zvýšit povědomí místních podnikatelských subjektů poskytujících ubytovací služby o možnostech čerpání dotací. Většina majitelů ubytovacích zařízení nemá dostatek informací o programech, vyřizování dotací je pro ně příliš složitou záležitostí. Z tohoto důvodu by Místní akční skupina Třeboňsko, pod kterou region spadá, mohla zajistit větší propagaci, případně uspořádat více konferencí a seminářů a podpořit i spolupráci informačních center v regionu.

11. Závěr

Ubytovací zařízení v regionu Třeboňsko je velmi rozšířený druh podnikání, nejvíce koncentrovaný v Třeboni, co by jádru regionu. Turistický potenciál této oblasti je dán především přírodou, která je na celém území chráněná jako Chráněná krajinná oblast Třeboňsko. Tento status do jisté míry brání rozvoji území jako rekreační oblasti, na druhou stranu neustále láká turisty a milovníky přírody k návštěvě.

Cílem této práce bylo zaměřit se na ubytovací zařízení v regionu Třeboňsko, zjistit míru zapojení do spolupráce s dalšími subjekty působícími v oblasti cestovního ruchu a navrhnout opatření pro zefektivnění jejich podnikání.

Dotazníkovým šetřením byla zjišťována míra spolupráce ubytovacích zařízení s internetovými portály a provizními prodejci, s incomingovou agenturou a informačním centrem a spolupráce mezi ubytovacími zařízeními navzájem. Dále byla zjišťována celková spokojenost ubytovacích zařízení s úrovní destinačního managementu na Třeboňsku a úroveň využívání dotací z programu pro rozvoj venkova.

Výzkumem bylo zjištěno, že ubytovací zařízení na Třeboňsku spolupracují s internetovými ubytovacími portály, či provizními prodejci a tato forma spolupráce je pro ně a pro jejich podnikání přínosná. Tím se potvrdila hypotéza, že ubytovací zařízení efektivně využívají spolupráce s internetovými ubytovacími portály.

Dále bylo zjištěno, že polovina dotázaných ubytovacích zařízení nespolupracuje s incomingovou agenturou či informačním centrem a tudíž se nepotvrdila hypotéza, že ubytovací zařízení využívají služeb incomingové agentury. Pro tento druh spolupráce bylo navrženo opatření na vytvoření společného integrovaného informačně-rezervačního systému.

Dotazníkovým šetřením se také sledovala míra spolupráce mezi ubytovacími zařízeními navzájem. Bylo zjištěno, že takovouto formu spolupráce využívá více než polovina

dotázaných subjektů a bylo tedy možné potvrdit hypotézu, že ubytovací zařízení spolupracují mezi sebou navzájem.

Dalším zkoumaným jevem byla míra využívání dotací z programu pro rozvoj venkova na Třeboňsku. Zde se nepotvrdila hypotéza, že ubytovací zařízení využívají dotace pro rozvoj venkova ke zvýšení obsazenosti a byla navržena opatření ve smyslu zvýšení informovanosti subjektů poskytujících ubytovací služby o možnostech a podmínkách čerpání dotací EU.

Z hlediska destinačního managementu byl proveden průzkum spokojenosti majitelů ubytovacích zařízení s jeho úrovní. Většina dotázaných respondentů je se stávající úrovní spokojena, nepotvrdila se tedy hypotéza, že v lokalitě je nutno zlepšit destinační management. Přesto je zde navrženo opatření k udržení stávající dobré úrovně a návrhy k propagaci destinace.

Třeboňsko patří k turisticky nejvyhledávanějším místům v jižních Čechách. Ubytovací služby v této oblasti mají širokou základnu, jsou na dostačující úrovni a jejich struktura a rozmístění vyhovuje stávajícím návštěvníkům regionu.

12. Summary

This thesis describes accommodation in the region of Třeboň and its cooperation with another subjects providing services in tourism.

This thesis is divided into two parts – the theoretical and the analytical part.

The theoretical part deals with the description of this region and accommodation services. It describes the division of accommodation and also the management of destination.

The analytical part investigates the cooperation of subjects providing accommodation services with another subjects providing services for tourists and its influence on their effective business running. The results of this research confirm the impact of this cooperation.

The aim of this thesis is to focus on problematical parts of the cooperation in tourism in this region and propose new possibilities of tourism and service development.

13. Přehled použité literatury

ADAMCOVÁ, Martina. *Demografické determinanty rozvoje cestovního ruchu a služeb na Třeboňsku*. České Budějovice, 2010. 76 s. Bakalářská práce. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích.

ADAMCOVÁ, Martina. *Nabídka produktů pro návštěvníky města Třeboň a pro lázeňské hosty*. České Budějovice, 2005. 57 s. Absolventská práce. Integrovaná střední škola cestovního ruchu a Vyšší odborná škola.

BERÁNEK, Jaromír a Pavel KOTEK. *Řízení hotelového provozu*. 4., přeprac. vyd., V Mag Consulting 2. Praha: MAG Consulting, 2007. ISBN 978-808-6724-300.

BLAŽEK, Jiří a David UHLÍŘ. *Teorie regionálního rozvoje: nástin, kritika, klasifikace*. Vyd. 1. V Praze: Karolinum, 2002, 211 s. ISBN 80-246-0384-5.

FORET, Miroslav a Věra FORETOVÁ. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Grada Pub., 2001, 178 s. ISBN 80-247-0207-X.

FRIEDL, Karel. *Chráněná území v České republice*. 1. vyd. Praha: Informatorium, 1991, 274 s. ISBN 80-853-6813-7.

HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2006, 223 s. ISBN 80-716-8948-3.

HULE, Miroslav. *Průvodce po rybnících, památkách a hospůdkách Třeboňska*. Třeboň: Carpio, 2005, 165 s. ISBN 80-864-3410-9

JENÍK, Jan. *Biosférické rezervace České republiky: příroda a lidé pod záštitou UNESCO*. Vyd. 1. Praha: Empora, 1996, 160 s. ISBN 80-857-7931-5.

KIRÁLOVÁ, Alžbeta. *Marketing: destinace cestovního ruchu*. Vyd. 1. Praha: Ekopress, 2003, 173 s. ISBN 80-861-1956-4.

KLUFOVÁ, Renata. *Cestovní ruch Třeboňska*. Praha, 2003. 134 s. Dizertační práce. Univerzita Karlova v Praze.

ORIEŠKA, Ján. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea Servis, 1999, 244 s. ISBN 80-859-7027-9.

PALATKOVÁ, Monika. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2006, 341 s. ISBN 80-247-1014-5.

PALATKOVÁ, Monika. *Marketingový management destinací: strategický a taktický marketing destinace turismu, systém marketingového řízení destinace a jeho financování, řízení kvality v destinaci a informační systém destinace*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 207 s. ISBN 978-80-247-3749-2.

PÁSKOVÁ, Martina a Josef ZELEŇKA. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002, 448 s. ISBN 80-239-0152-4.

PAVLAS, Miroslav a Tomáš PÁPOL. *Problémy mikroregionů při tvorbě společných projektů: Přehled společných problémů mikroregionů*. Vyd. 1. Hradec Králové: Civitas per populi, 2006. ISBN 80-903813-1-6.

PECÁKOVÁ, Iva. *Statistika v terénních průzkumech*. 1. vyd. Praha: Professional Publishing, 2008, 231 s. ISBN 978-808-6946-740.

PSÍK, Jaroslav. *Přednášky z kurzu Vzděláním k vyšší efektivitě cestovního ruchu v regionu Třeboňsko*, 2010.

PSÍKOVÁ, Jiřina. *Takové byly a jsou třeboňské lázně*. Vyd. 1. Třeboň: Bertiny lázně, 2003, 130 s. ISBN 80-239-0517-1.

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.

VÁVRA, Jaromír. *Přednášky z kurzu Vzděláním k vyšší efektivitě cestovního ruchu v regionu Třeboňsko*, 2010.

VROBELOVÁ, Lenka. *Kvantitativní a kvalitativní prostorová distribuce lůžkových kapacit a doprovodných služeb ve vymezeném území Třeboňska*. České Budějovice, 2010. Bakalářská práce. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích.

13.1. Internetové zdroje

Charakteristika oblasti [online]. 2006 [cit. 2012-04-14]. Dostupné z:
www.trebonsko.ochranaprirody.cz.

www.chlumutrebone.cz

www.itrebon.cz

www.kardasovarecice.cz

www.lomnice-n.l.cz

www.suchdol.cz

www.suchodlsko.cz

www.trebonsko.cz

www.velenice.cz

www.veseli.cz

www.veselsko.cz

www.mmr.cz

14. Seznam tabulek a obrázků

Tabulka 1 - Úroveň jednotlivých forem spolupráce	51
Tabulka 2 - Testování četností u jednotlivých forem spolupráce	52
Tabulka 3 - Výsledky dotazníkového šetření	66
Obrázek 1 - Obce regionu	12
Obrázek 2 - Rozložení lůžkové kapacity na Třeboňsku	40
Obrázek 3 - Lůžková kapacita dle typů ubytovacích zařízení	53
Graf 1 - Spolupráce s internetovými portály	42
Graf 2 - Spolupráce s internetovými portály v budoucnu	42
Graf 3 - Spolupráce s inomingovou agenturou	44
Graf 4 - Spolupráce s inomingovou agenturou v budoucnu	44
Graf 5 - Spolupráce s dalším ubytoavcím zařízením	46
Graf 6 - Spolupráce s dalším ubytoavcím zařízením v budoucnu	46
Graf 7 - Využívání dotací	48
Graf 8 - Využívání dotací v budoucnu	48
Graf 9 - Spokojenost s úrovní destinačního managementu	50

Tabulka 3 - Výsledky dotazníkového šetření

Dotazník č.	1.) Spolupracujete s internet. ubyt. portály, příp. s proviz. prodejci?	Pokud ne, uvažujete o spolupráci s internet. ubyt. portály v budouc. ?	Pokud o spolupráci s ubyt. portály neuvažujete, jaký je Váš důvod?	2.) Spolupracujete s nějakou incomming. agenturou, příp. s informačním centrem?	Pokud ne, uvažujete o spolupráci s incomm. agenturou v budoucnu ?	Pokud o spolupráci s incomming. agenturou neuvažujete, jaký je Váš důvod?	3.) Spolupracujete s nějakým dalším ubyt. zařízením?	Pokud ne, uvažujete o spolupráci s dalším ubyt. zařízením v budoucnu ?	Pokud o spolupráci s dalším ubyt. zařízením neuvažujete, jaký je Váš důvod?	4.) Využíváte dotace z programu pro rozvoj venkova?	Pokud ne, uvažujete o čerpání dotací v budoucnu ?	Pokud o čerpání dotací neuvažujete, jaký je Váš důvod?	5.) Jak jste spokojeni s úrovní destinač. managementu na Třeboňsku?	Uvedte prosím obec, ve které se nachází Vaše ubyt. zařízení (příp. pod kt. spadá).	Uvedte prosím počet stálých lůžek ve Vašem ubyt. zařízení.	Vyberte prosím kategorii Vašeho ubyt. zařízení:
1	Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ne	Nevím		Nevyhovuje	Třeboň	10	Penzion
2	Ne	Ne		Ne	Ne		Ano a je to přínosné			Ne	Ne	nedá se prezentovat	Vyhovuje	Třeboň	20	Penzion
3	Ano a je to přínosné			Ne	Ano		Ano a je to přínosné			Ne	Nevím		Vyhovuje	Třeboň	26	Ubytování v soukromí
4	Ne	Nevím		Ne	Nevím		Ne	Nevím		Ne	Ne		Nevím, neumím posoudit	Třeboň	5	Apartmán
5	Ano a je to přínosné			Ne	Ano		Ne	Ne		Ne	Ne		Nevím, neumím posoudit	Třeboň	50	Penzion
6	Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ne	Nevím		Vyhovuje	Třeboň	12	Penzion
7	Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ne	Ano		Ne	Ano		Vyhovuje	Třeboň	22	Hotel
8	Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ne	Ne		Nevím, neumím posoudit	Domanín	14	Ubytování v soukromí
9	Ano a je to přínosné			Ne	Ne	máme obsazeno i bez agentury	Ne	Ne	nemám žádný důvod s někým spolupracovat	Ne	Nevím	předpokládám, že bych stejně nic nedostala a nemám žádné informace o dotacích	Nevím, neumím posoudit	Chlum u Třeboňě	16	Ubytování v soukromí
10	Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ne	Nevím		Nevím, neumím posoudit	Spolí	8	Ubytování v soukromí
11	Ne	Ne	nedůvěra	Ne	Nevím		Ano a je to přínosné			Ne	Ne	neuvěřitelná byrokracie	Nevím, neumím posoudit	chlum u třeboňě	23	Penzion
12	Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ne	Nevím		Vyhovuje	Třeboň	50	Penzion
13	Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ano, ale není to přínosné			Ne	Nevím		Zcela vyhovuje	Třeboň	10	Ubytování v soukromí
14	Ano a je to přínosné			Ne	Ne		Ano a je to přínosné			Ne	Ne		Zcela vyhovuje	Třeboň	5 + 48	Apartmán

Dotazník č.	1.) Spolupracujete s internet. ubyt. portály, příp. s proviz. prodejci?	Pokud ne, uvažujete o spolupráci s internet. ubyt. portály v budouc. ?	Pokud o spolupráci s ubyt. portály neuvažujete, jaký je Váš důvod?	2.) Spolupracujete s nějakou incoming. agenturou, příp. s informačním centrem?	Pokud ne, uvažujete o spolupráci s incom. agenturou v budoucnu ?	Pokud o spolupráci s incoming. agenturou neuvažujete, jaký je Váš důvod?	3.) Spolupracujete s nějakým dalším ubyt. zař. ?	Pokud ne, uvažujete o spolupráci s dalším ubyt. zařízením v budoucnu ?	Pokud o spolupráci s dalším ubyt. zařízením neuvažujete, jaký je Váš důvod?	4.) Využíváte dotace z programu pro rozvoj venkova?	Pokud ne, uvažujete o čerpání dotací v budoucnu ?	Pokud o čerpání dotací neuvažujete, jaký je Váš důvod?	5.) Jak jste spokojeni s úrovní destinač. managementu na Třeboňsku?	Uveďte prosím obec, ve které se nachází Vaše ubyt. zařízení (příp. pod kt. spadá).	Uveďte prosím počet stálých lůžek ve Vašem ubyt. zařízení.	Vyberte prosím kategorii Vašeho ubyt. zařízení:
15	Ne	Ne	Mám dobrou naplněnost a nepotřebuji další hosty	Ano a je to přínosné			Ne	Ne	Nevím	Ne	Ne		Vyhovuje	Třeboň	4	Ubytování v soukromí
16	Ano a je to přínosné			Ano, ale není to přínosné			Ne	Nevím		Ne	Nevím		Zcela vyhovuje	Třeboň	6	Apartmán
17	Ano a je to přínosné			Ne	Ne		Ne	Ne		Ne	Ne		Vyhovuje	Třeboň	4	Apartmán
18	Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ne	Ne		Ne	Ne	nesplňuje me podmínky	Nevyhovuje	Třeboň	50	Apartmán
19	Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ne	Ne		Vyhovuje	Třeboň	37	Penzion
20	Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ne	Nevím		Ne	Ne	málo informací o dotacích	Vyhovuje	Chlum u Třeboně	55	Penzion
21	Ano, ale není to přínosné			Ano, ale není to přínosné			Ano a je to přínosné			Ne	Ano		Nevyhovuje	Třeboň	8	Ubytování v soukromí
22	Ano a je to přínosné			Ne	Ne		Ne	Ne		Ne	Ne		Vyhovuje	Třeboň	8	Apartmán
23	Ano a je to přínosné			Ne	Nevím		Ne	Nevím		Ne	Ne		Vyhovuje	Chlum u Třeboně	160	Turistická ubytovna
24	Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ne	Nevím		Vyhovuje	Třeboň	8	Penzion
25	Ano, ale není to přínosné			Ano, ale není to přínosné			Ano a je to přínosné			Ne	Ne	nechceme náš business stavět na dotacích	Nevím, neumím posoudit	Chlum u Třeboně	12	Ubytování v soukromí
26	Ano a je to přínosné			Ne	Ne		Ne	Ano		Ne	Ne	Byrokracie	Nevyhovuje	Třeboň	20	Penzion
27	Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ne	Nevím		Nevyhovuje	Třeboň	98	Hotel
28	Ne	Ne	Dostatečný zájem o ubytování	Ano, ale není to přínosné			Ano a je to přínosné			Ne	Ne	Tento program je určen pro sídla do 2000 obyvatel	Zcela vyhovuje	Třeboň	26	Apartmán

Dotazník č.	1.) Spolupracujete s internet. ubyt. portály, příp. s proviz. prodejci?	Pokud ne, uvažujete o spolupráci s internet. ubyt. portály v budouc. ?	Pokud o spolupráci s ubyt. portály neuvažujete, jaký je Váš důvod?	2.) Spolupracujete s nějakou incoming. agenturou, příp. s informačním centrem?	Pokud ne, uvažujete o spolupráci s incom. agenturou v budoucnu ?	Pokud o spolupráci s incoming. agenturou neuvažujete, jaký je Váš důvod?	3.) Spolupracujete s nějakým dalším ubyt. zař. ?	Pokud ne, uvažujete o spolupráci s dalším ubyt. zařízením v budoucnu ?	Pokud o spolupráci s dalším ubyt. zařízením neuvažujete, jaký je Váš důvod?	4.) Využíváte dotace z programu pro rozvoj venkova?	Pokud ne, uvažujete o čerpání dotací v budoucnu ?	Pokud o čerpání dotací neuvažujete, jaký je Váš důvod?	5.) Jak jste spokojeni s úrovní destinač. managementu na Třeboňsku?	Uvedte prosím obec, ve které se nachází Vaše ubyt. zařízení (příp. pod kt. spadá).	Uvedte prosím počet stálých lůžek ve Vašem ubyt. zařízení.	Vyberte prosím kategorii Vašeho ubyt. zařízení:
29	Ne	Ne		Ne	Ne		Ne	Ne		Ne	Ne		Nevím, neumím posoudit	Třeboň	4	Ubytování v soukromí
30	Ano, ale není to přínosné			Ano a je to přínosné			Ne	Ne		Ne	Nevím	podmínky	Vyhovuje	Domanín	26	Chata / chalupa
31	Ano, ale není to přínosné			Ano, ale není to přínosné			Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Nevyhovuje	Borkovice	27	Turistická ubytovna
32	Ano a je to přínosné			Ne	Ne	nemám důvěru	Ne	Ne	mám jednu svou známou a to mě stačí	Ne	Ne	vím jak to tam chodí nemám zájem	Vyhovuje	Stará Hlína	14	Penzion
33	Ano a je to přínosné			Ne	Ne		Ano a je to přínosné			Ne	Ne		Vyhovuje	Suchdol nad Lužnicí	18	Ubytování v soukromí
34	Ano, ale není to přínosné			Ano, ale není to přínosné			Ne	Ne	ubytovávání je pro mě okrajovou záležitostí	Ne	Ne	nedůvěra	Vyhovuje	třeboňsko	6	Apartmán
35	Ano a je to přínosné			Ano, ale není to přínosné			Ne	Ne		Ne	Nevím		Nevím, neumím posoudit	Ponědraž	21	Penzion
36	Ano a je to přínosné			Ne	Ne	upřednostňujeme českou klientelu	Ne	Nevím		Ne	Ne	ubytování poskytuje me pouze v letní sezóně a tudíž by to pro nás nebylo přínosné	Nevím, neumím posoudit	Třeboň II	8	Ubytování v soukromí
37	Ne	Ne		Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ne	Ne		Vyhovuje	Bíllice	10	Ubytování v soukromí
38	Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ne	Ne	není důvod proč spolupracovat	Ne	Ne	již uytování nepronajímáme	Nevím, neumím posoudit	třebon	8	Ubytování v soukromí
39	Ano a je to přínosné			Ne	Ne	nevím co to je	Ano a je to přínosné			Ne	Ne	nevím jak	Nevím, neumím posoudit	Staňkov	0	Kemp

Dotazník č.	1.) Spolupracujete s internet. ubyt. portály, příp. s proviz. prodejci?	Pokud ne, uvažujete o spolupráci s internet. ubyt. portály v budouc. ?	Pokud o spolupráci s ubyt. portály neuvažujete, jaký je Váš důvod?	2.) Spolupracujete s nějakou incoming. agenturou, příp. s informačním centrem?	Pokud ne, uvažujete o spolupráci s incom. agenturou v budoucnu ?	Pokud o spolupráci s incoming. agenturou neuvažujete, jaký je Váš důvod?	3.) Spolupracujete s nějakým dalším ubyt. zař. ?	Pokud ne, uvažujete o spolupráci s dalším ubyt. zařízením v budoucnu ?	Pokud o spolupráci s dalším ubyt. zařízením neuvažujete, jaký je Váš důvod?	4.) Využíváte dotace z programu pro rozvoj venkova?	Pokud ne, uvažujete o čerpání dotací v budoucnu ?	Pokud o čerpání dotací neuvažujete, jaký je Váš důvod?	5.) Jak jste spokojeni s úrovní destinač. managementu na Třeboňsku?	Uvedte prosím obec, ve které se nachází Vaše ubyt. zařízení (příp. pod kt. spadá).	Uvedte prosím počet stálých lůžek ve Vašem ubyt. zařízení.	Vyberte prosím kategorii Vašeho ubyt. zařízení:
40	Ano a je to přínosné			Ano, ale není to přínosné			Ne	Nevím		Ne	Nevím	složitost a výše dotace, kd yž jsme ji chtěli jednou zkoušet využít, tak min. investice byly milionové, což se hodí pro velké hotely a ne pro ubyt. v soukromí.	Nevím, neumím posoudit	Veselí nad Lužnicí	5	Ubytování v soukromí
41	Ano a je to přínosné			Ne	Ne		Ano a je to přínosné			Ne	Nevím		Zcela nevyhovuje	Chlum u Tř.	22	Chata / chalupa
42	Ano a je to přínosné			Ne	Ne		Ano a je to přínosné			Ne	Ne		Vyhovuje	Třeboň	6	Ubytování v soukromí
43	Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ne	Nevím		Ne	Ano		Vyhovuje	Žišov	10	Ubytování v soukromí
44	Ano, ale není to přínosné			Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ne	Ano		Nevím, neumím posoudit	val	9	Penzion
45	Ano a je to přínosné			Ne	Ne		Ne	Ne		Ne	Nevím		Vyhovuje	Nová Ves na Lužnicí	10	Penzion
46	Ne	Ano		Ne	Nevím		Ne	Nevím		Ne	Nevím		Nevím, neumím posoudit	Dvory nad Lužnicí	10	Ubytování v soukromí
47	Ano a je to přínosné			Ne	Ne	samostatnost	Ne	Ne	samostatnost	Ne	Ne	samostatnost	Vyhovuje	Třeboň	4	Chata / chalupa
48	Ne	Ne	stáli klienti, odjíždějí a již si zamlouvají termín na příští rok	Ne	Ne	obsadím si sama	Ano a je to přínosné			Ne	Ne	žádala jsem 2x a bohužel jsem nebyla vybrána	Zcela vyhovuje	Třeboň	11	Penzion

Dotazník č.	1.) Spolupracujete s internet. ubyt. portály, příp. s proviz. prodejci?	Pokud ne, uvažujete o spolupráci s internet. ubyt. portály v budouc. ?	Pokud o spolupráci s ubyt. portály neuvažujete, jaký je Váš důvod?	2.) Spolupracujete s nějakou incoming. agenturou, příp. s informačním centrem?	Pokud ne, uvažujete o spolupráci s incom. agenturou v budoucnu ?	Pokud o spolupráci s incoming. agenturou neuvažujete, jaký je Váš důvod?	3.) Spolupracujete s nějakým dalším ubyt. zař. ?	Pokud ne, uvažujete o spolupráci s dalším ubyt. zařízením v budoucnu ?	Pokud o spolupráci s dalším ubyt. zařízením neuvažujete, jaký je Váš důvod?	4.) Využíváte dotace z programu pro rozvoj venkova?	Pokud ne, uvažujete o čerpání dotací v budoucnu ?	Pokud o čerpání dotací neuvažujete, jaký je Váš důvod?	5.) Jak jste spokojeni s úrovní destinač. managementu na Třeboňsku?	Uveďte prosím obec, ve které se nachází Vaše ubyt. zařízení (příp. pod kt. spadá).	Uveďte prosím počet stálých lůžek ve Vašem ubyt. zařízení.	Vyberte prosím kategorii Vašeho ubyt. zařízení:
49	Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ne	Ne	Ubyt. v soukromí, malá kapacita lůžek, ubyt. pouze v letních měsících	Ne	Ne		Vyhovuje	Třeboň-Břilice	8	Ubytování v soukromí
50	Ne	Ne		Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ne	Nevím		Nevím, neumím posoudit	Suchdol nad Lužnicí	16	Penzion
51	Ano, ale není to přínosné			Ne	Ne		Ne	Ne		Ne	Ne		Zcela nevyhovuje	Třeboň	25	Penzion
52	Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ne	Nevím		Nevím, neumím posoudit	Chlum u Třeboně	24	Apartmán
53	Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ne	Nevím		Ne	Nevím		Vyhovuje	Třeboň	165	Turistická ubytovna
54	Ne	Nevím		Ne	Ne		Ne	Ne		Ne	Nevím		Nevyhovuje	Chlum u Třeboně	15	Penzion
55	Ne	Nevím		Ne	Nevím		Ano a je to přínosné			Ne	Ne	malá kapacita ubytování	Vyhovuje	stankov	8	Ubytování v soukromí
56	Ano, ale není to přínosné			Ne	Nevím		Ano a je to přínosné			Ne	Nevím		Nevyhovuje	Veselí nad Lužnicí	17	Penzion
57	Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ne	Ano		Vyhovuje	Třeboň	12	Ubytování v soukromí
58	Ano a je to přínosné			Ano a je to přínosné			Ne	Nevím	NEMÁM POTŘEBU	Ne	Nevím		Vyhovuje	LIBÍN-SPOLÍ	15-17	Ubytování v soukromí
59	Ne	Ne		Ne	Ne		Ano a je to přínosné			Ne	Ne		Nevyhovuje	Třeboň	5	Ubytování v soukromí
60	Ne	Nevím		Ne	Nevím		Ano a je to přínosné			Ne	Ne		Nevím, neumím posoudit	Třeboň	5	Ubytování v soukromí

Zdroj: vlastní zpracování