



Ekonomická  
fakulta  
Faculty  
of Economics

Jihočeská univerzita  
v Českých Budějovicích  
University of South Bohemia  
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Bakalářská práce

Inovace produktu rekreačního střediska  
Častoboř v turistické oblasti Střední Čechy  
– jihovýchod

Vypracoval: Vojtěch Vokrouhlík

Vedoucí práce: Ing. Roman Švec, Ph.D.

České Budějovice 2014

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Vojtěch VOKROUHLÍK**  
Osobní číslo: **E11368**  
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Obchodní podnikání**  
Název tématu: **Inovace produktu rekreačního střediska Častoboř v turistické oblasti Střední Čechy - jihovýchod**  
Zadávací katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

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

#### **Cíl práce:**

Specifikace nabídky zkoumané turistické oblasti a analýza stávajícího produktu rekreačního střediska Častoboř, komparace se službami podobných zařízení. Doporučení pro další rozvoj služeb zkoumaného rekreačního střediska na základě průzkumů zákaznických potřeb, vyjádření vedení podniku, místní samosprávy a dalších organizací věnujících se oblasti cestovního ruchu.

#### **Metodický postup:**

1. Hloubková rešerše na základě studia dostupné odborné literatury
2. Specifikace objektu a subjektu zkoumání, cíle a metod řešení
3. Zdůvodnění funkce a rekreačních zařízení v cestovního ruchu
4. Analýza současného stupně rozvoje podniků poskytujících specifikované služby ve zkoumané oblasti
5. Analýza služeb poskytovaných zkoumaným zařízením
6. Návrh možností dalšího rozvoje produktu zkoumaného zařízení

#### **Rámcová osnova:**

1. Úvod, 2. Literární přehled, 3. Cíle a metody, 4. Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání, 5. Návrhy a doporučení, 6. Závěr, 7. Použitá literatura, 7. Přílohy.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**

Rozsah pracovní zprávy: **40 - 50 stran**

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

**FORET, M. a V. FORETOVÁ.** *Jak rozvíjet místní cestovní ruch.* Praha: Grada Publishing, 2001. ISBN 978-80-24702-07-0.

**GOELDNER, C. R. a J. R. B. RITCHIE.** *Tourism: Principles, Praktices, Philosophies.* Hoboken: Wiley, 2009. ISBN 978-0-470-08459.

**HESKOVÁ, M. a kol.** *Cestovní ruch.* Praha: Fortuna, 2011. ISBN 978-80-73731-07-6.

**HORNER, S. a J. SWARBROOKE.** *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času.* Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0202-9.

**GÚČIK, M. a kol.** *Cestovní ruch, hotelierstvo, pohostinstvo. Výkladový slovník.*

Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 2006. ISBN 978-80-1003-60-0.

**ORIEŠKA, J.** *Služby v cestovním ruchu.* Praha: Idea Servis, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5.

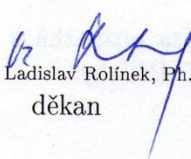
**RYGLOVÁ, K., M. BURIAN a I. VAJČNEROVÁ.** *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi.* Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-24740-39-3.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Roman Švec, Ph.D.**

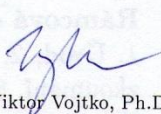
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: **11. ledna 2013**

Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2014**

  
doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.  
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA  
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH  
EKONOMICKÁ FAKULTA  
Studentská 13 (26)  
370 01 České Budějovice

  
Ing. Viktor Vojtko, Ph.D.  
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 5. března 2013

## Prohlášení

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracoval samostatně pouze s použitím pramenů literatury uvedených v seznamu citované literatury.

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

.....

Vojtěch Vokrouhlík

## Poděkování

Rád bych poděkoval panu Ing. Romanu Švecovi za ochotu, trpělivost, cenné rady a odborné vedení, s kterým mě provázel při tvorbě mé bakalářské práce. Dále bych rád poděkoval vedoucímu zařízení panu Pavlu Hodysovi a členovi městské rady města Sedlčany panu MUDr. Ivanu Stolaříkovi za poskytnuté rozhovory a poskytnuté doplňující informace. V neposlední řadě pak děkuji i mé kolegyni Marii Korousové za ochotu, trpělivost a pomoc poskytnutou v závěrečné fázi zpracování práce.

## Obsah

1	ÚVOD .....	3
2	LITERÁRNÍ PŘEHLED.....	5
2.1	Cestovní ruch .....	5
2.2	System cestovního ruchu .....	6
2.2.1	Subjekt cestovního ruchu .....	6
2.2.2	Objekt cestovního ruchu.....	8
2.2.3	Cílové místo.....	9
2.3	Typologie cestovního ruchu.....	9
2.3.1	Druhy cestovního ruchu .....	10
2.3.2	Formy cestovního ruchu .....	11
2.3.3	Trh cestovního ruchu .....	11
2.4	Produkt cestovního ruchu .....	12
2.4.1	Struktura produktu.....	12
2.4.2	Užitná hodnota produktu .....	13
2.4.3	Inovace produktu .....	14
2.4.4	Zdroje nových nápadů .....	14
2.5	Služby v cestovním ruchu.....	15
2.5.1	Definice služeb .....	15
2.5.2	Znaky služeb.....	16
2.5.3	Členění služeb .....	17
2.6	Rekreační prostor.....	18
2.6.1	Materiálně technické podmínky poskytování služeb .....	19
2.6.2	Rekreační středisko .....	20
3	METODIKA PRÁCE.....	21
4	ZÁKLADNÍ VYMEZENÍ ÚZEMÍ.....	23
4.1	Střední Čechy.....	23

4.1.1	Střední Čechy - jih.....	24
4.1.2	Slapy.....	26
4.1.3	Častoboř.....	27
4.2	Rekreační podniky v okolí zkoumaného zařízení.....	28
4.2.1	Chatová osada Sejce.....	29
4.2.2	Rekreační středisko „U Candáta“ – Slapy Oboz.....	29
4.2.3	Kemp pro stany a karavany Cholín.....	30
4.3	Rekreační zařízení Častoboř.....	30
5	TERÉNNÍ ŠETŘENÍ.....	34
5.1	Dotazníkový průzkum.....	34
5.2	Rozhovory.....	41
5.3	Vlastní poznatky.....	43
5.4	Syntéza dat.....	44
6	NÁVRHY NA INOVACI STÁVAJÍCÍHO PRODUKTU.....	45
6.1	Společenské akce.....	45
6.2	Rozšíření inventáře rekreačního zařízení.....	48
7	ZÁVĚR.....	50
8	SUMMARY.....	52
9	SEZNAM PRAMENŮ A POUŽITÉ LITERATURY.....	53
10	SEZNAM OBRÁZKŮ A GRAFŮ.....	58
10.1	Obrázky.....	58
10.2	Grafy.....	58
11	SEZNAM PŘÍLOH.....	60
12	PŘÍLOHY.....	61

# 1 ÚVOD

Cestovní ruch představuje významný fenomén dnešní doby napomáhající rozvoji jednotlivých regionů, a to především tvorbou pracovních míst, zvýšením ekonomické výkonnosti regionu a multiplikačním efektem. Řadí se mezi nejvýznamnější sektory národních hospodářství jednotlivých států a v mnohých ohledech je neodmyslitelnou součástí života dnešní společnosti. Napomáhá k regeneraci fyzických a duševních sil návštěvníků cestovního ruchu, zároveň však slouží i ke zlepšení kvality místního obyvatelstva (Linderová, 2013).

K vrcholné fázi rozvoje cestovního ruchu v České republice došlo až v období po 2. světové válce. Díky tehdejšímu režimu, který v naší zemi v tomto období panoval, se stal základem rozvoje domácí cestovní ruch. Typickým rysem rozvoje cestovního ruchu před rokem 1989 bylo podílení se společenských fondů na úhradě nákladů spojených s účastí na cestovním ruchu, čímž rostl podíl tzv. vázaného cestovního ruchu. Významnými se tak staly podnikové a závodní rekreace, ale také rekreace dětí a mládeže ve formě letních táborů, škol v přírodě, či lyžařských kurzů. Naopak volný cestovní ruch zaznamenával pomalý rozvoj, a to především z důvodu závislosti na stávající infrastruktuře, která neuspokojovala rostoucí domácí poptávku (Petrů, 1999). Po roce 1989 došlo k postupnému oslabování vázaného cestovního ruchu následkem privatizace, při které došlo ke změně majetkových poměrů u hotelů, zařízeních podnikové rekreace, vybraných sportovně rekreačních zařízení či cestovních kanceláří. Převážná většina těchto zařízení přešla do vlastnictví soukromých podnikatelských subjektů, ale nemalá část majetku připadla také obcím (Vystoupil, Kunc, Šauer, & Tonev, 2010).

V tomto stručném souhrnu vývoje cestovního ruchu v České republice se odráží i vznik zkoumaného rekreačního zařízení. Cestovní ruch se však neustále vyvíjí a to především v závislosti na rostoucí poptávce a životní úrovni lidí. Z tohoto důvodu bylo zvoleno právě téma inovace produktu daného zařízení. Cílem práce je specifikace nabídky zkoumané turistické oblasti a analýza stávajícího produktu rekreačního zařízení Častobor, komparace se službami podobných zařízení. Na základě výsledků provedených analýz budou doporučeny možnosti pro další rozvoj služeb zkoumaného rekreačního zařízení. Možným přínosem práce mohou být právě návrhy a doporučení na rozšíření a inovaci stávajících poskytovaných služeb, což by vedlo ke zvýšení spokojenosti a udržení si stálé klientely a zároveň k přilákání nových hostů. Možným omezením



by pak mohl být nedostatek finančních prostředků, či neochota majitelů investovat do rozvoje zařízení.

Nejprve bude na základě studia odborné literatury sepsán literární přehled zkoumané problematiky. Poté bude uveden metodický postup. V další části bude na základě analýzy sekundárních dat provedeno základní vymezení oblasti a zkoumaného zařízení. Následovat bude vlastní výzkum založen na analýze primárních dat. Tyto data budou získána z dotazníkového průzkumu, rozhovorů a vlastního pozorování. Veškeré výsledky vlastního výzkumu budou shrnuty do syntézy, a na základě této syntézy budou vytvořeny návrh a opatření. Na konci práce poté bude závěr a seznam použité literatury.

Na počátku práce je nutné objasnit některou užitou terminologii. V zadání bakalářské práce stojí inovace produktu rekreačního střediska Častoboř, kdy v současné době zde však působí pouze jeden podnik a to Rekreační zařízení Častoboř provozováno Sedlčanskými technickými službami. Ostatní podniky nejsou momentálně v provozu a na problematiku jejich znovu-zprovoznění by rozsah a struktura bakalářské práce nebyly dostačující, proto se v této práci bude zabýváno pouze samostatným podnikem Rekreační zařízení Častoboř. Druhým termínem na objasnění je pak vymezení turistické oblasti, ve které se zkoumané zařízení nachází. V zadání práce bylo použito vymezení Střední Čechy – jihovýchod dle dostupné odborné literatury. V samotné práci je pak z praktického hlediska používáno nejnovější vymezení Střední Čechy - jih uváděné na webových stránkách CzechTourismu.

## 2 LITERÁRNÍ PŘEHLED

### 2.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch a cestování mají velmi dlouhou historii a jsou spjaty s počátky naší civilizace (Foret & Foretová, 2001). Cestovní ruch v dnešním pojetí začal vznikat v 19. století (Škodová-Parmová, 2003), ale mnozí autoři jsou při definování přesnější a jeho počátky spojují s obdobím průmyslové revoluce jako důsledku tehdejších technických ekonomických a sociálních podmínek např. Hesková, Beránek, Dvořák, Nováková, & Oriška (2011). S novodobým rozvojem cestovního ruchu a jeho hromadným organizováním je nezapomenutelně spojeno jméno Angličana Thomase Cooka, který roku 1841 založil první a dodnes fungující cestovní kancelář (Foret & Foretová, 2001).

Malá (1999) poukazuje na to, že cestovní ruch je složitým mnoho-oborovým a průřezovým jevem, což jej činí obtížným pro jeho přesné a jednotné definování z hlediska teorie i praxe. První publikace zabývající se zkoumáním cestovního ruchu pochází ze začátku 20. století. Byli to např. Guyer-Freuler (1905), Piccard (1911), Guth (1917), Morgenthroth (1927). Tito autoři však cestovní ruch spíše popisovali, než vědecky analyzovali (Gúčík, 2010). Základem vědeckého poznání se na dlouho dobu stala publikace *Grundriss der Allgemeine Fremdenverkehrslehre* (Základy všeobecné nauky o cestovním ruchu), kterou v roce 1942 publikovali švýcarští autoři W. Hunziker a K. Krapf. Toto dílo bylo také považováno za základ tzv. švýcarské školy cestovního ruchu (Gúčík, 2010). Autoři zde definovali cestovní ruch jako „*soubor vztahů a jevů, vyplývajících z cestování a pobytu na cizím místě, pokud cílem pobytu není trvalý pobyt nebo výkon dlouhodobé nebo krátkodobé výdělečné činnosti*“ (Gúčík, 2010, s. 13).

Jasnější vymezení a klasifikaci používaných pojmů přinesla mezinárodní konference o statistice cestovního ruchu uspořádaná Světovou organizací cestovního ruchu WTO v kanadské Ottawě v roce 1991. Na této konferenci bylo přijato znění později uznávaná definice, která tvrdí, že se jedná o „*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)*“ (Hesková a kol., 2011, s. 9). Může se však jednat o služební, obchodní či jinak pracovně motivovanou cestu, jejíž zdroj úhrady vyplývá z pracovního poměru u zaměstnavatele v místě bydliště nebo v místě sídla firmy (Foret & Foretová, 2001). Racionální pohled na vymezení

cestovního ruchu má například Gúčík, Kmeco, Kučerová, Malachovský, Maráková, Orieaška,..., & Vetráková, (2004, s. 18), kteří říkají, že cestovní ruch je „*soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestováním a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase, jejichž cílem je odpočinek, poznávání, zdraví, rozptýlení a zábava, kulturní a sportovní vyžití, služební cesty, tedy získání komplexního zážitku*“. Stejný pohled má i Oriška (2010) doplňující tuto teorii o vnímání potřeb účastníků cestovního ruchu, které člení na primární – cílové potřeby (např. potřeba sportovního vyžití, odpočinku, zábavy aj.) a na potřeby sekundární – zprostředkující, které podmiňují efektivní uspokojování cílových potřeb (např. potřeba přepravy, výživy přenocování apod.). Stejný autor dále zmiňuje, že některé z těchto potřeb je možno uspokojit i mimo rámec cestovního ruchu, ale právě účast na něm představuje kvalitativně vyšší stupeň uspokojení. „Mnozí lidé však nepovažují cestovní ruch za samostatné odvětví, ale za činnost, která je výsledkem služeb jiných odvětví, jako jsou ubytování, stravování a doprava. Jestliže výslovně jde o nějaký průmysl cestovního ruchu, pravděpodobně se skládá ze služeb pořadatelů zájezdů, tj. cestovních kanceláří (touroperátorů), a cestovních agentur (prodejců) a neexistoval až do nástupu moderního cestovního ruchu založeného na souhrnné nabídce více služeb“ (Horner & Swarbrooke, 2003, s. 54).

## **2.2 Systém cestovního ruchu**

„*Celý cestovní ruch lze chápat jako systém a posuzovat tento systém jednak z hlediska jeho interakce s okolím a na druhou stranu můžeme odhalit jeho vnitřní dělení, tj. jeho subsystemy*“ (Škodová-Parmová, 2003, s. 6). Systém cestovního ruchu je souhrnem dvou podsystémů, a to subjektu (návštěvníka) a objektu cestovního ruchu (Gúčík a kol., 2004).

### **2.2.1 Subjekt cestovního ruchu**

Subjekt cestovního ruchu představuje nositele poptávky. Gúčík a kol. (2004) říká, že jde o účastníka cestovního ruchu, který uspokojuje své potřeby po dobu cestování a pobytu mimo místo trvalého bydliště spotřebou statků cestovního ruchu (veřejné statky, služby a zboží). Pojem účastník cestovního ruchu je dále dělen do několika menších specifitějších skupin podle toho, jak byly v roce 1991 navrženy na konferenci pořádané Mezinárodní organizací turismu (WTO – World Tourism Organization), o dva roky déle

schváleny Statistickou komisí Organizace spojených národů (UN – United Nations) a následně roku 1994 publikovány jako Doporučení ke statistice v turismu (RTS – The Recommendations on Tourism Statistics) (Palatková & Zichová, 2011).

Palatková & Zichová (2011) ve své publikaci toto rozdělení uvádějí. Jednotlivé skupiny se definují zvláště pro domácí a zvláště pro mezinárodní cestovní ruch. Zde budou uvedeny pouze definice týkající se domácího cestovního ruchu – předmětu této práce.

- **Stálý obyvatel** – ve vztahu k určitému místu v dané zemi osoba, která v tomto místě žije alespoň šest po sobě jdoucích měsíců před příjezdem do jiného místa na dobu kratší šesti měsíců.
- **Návštěvník v domácím CR** – osoba, která je trvale usídlena v dané zemi a cestuje na jiné místo v zemi mimo své běžné prostředí na dobu kratší než šest měsíců, přičemž hlavní účel cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.
- **Turista** – osoba, která cestuje do jiného místa odlišného od jejího běžného prostředí, na dobu zahrnující alespoň jedno přenocování, ale ne na dobu delší šesti měsíců, přičemž hlavní účel cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.
- **Jednodenní návštěvník** – osoba, která cestuje do místa odlišného od místa jejího běžného prostředí, aniž v navštíveném místě přenocuje, přičemž hlavní účel cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.

Podíváme-li se na to z marketingového hlediska, můžeme si subjekt cestovního ruchu jednoduše představit jako zákazníka. Zákazník je obecně chápán jako ten, kdo kupuje zboží nebo služby. Může jím být jak skutečný kupující, ale i ten, jemuž je nákup určen, neboli koncový uživatel (Clemente, 2004).

Gúčík (2004, s. 147) definuje zákazníka jako *„jednotlivce nebo instituci, která rozhoduje o nákupu, používání nebo spotřebě konkrétního produktu cestovního ruchu. V různých odvětvích činnosti se zákazník označuje také jako klient, host, spotřebitel, návštěvník, turista.“* Nyní zde bude zmíněno pár myšlenek, či zásad, které o zákazníkovi a vztazích k němu uvádí ve své publikaci Kotler (2003, s. 162-165) „pokud vaši pracovníci nepřemýšlejí jako zákazníci, pak nepřemýšlejí vůbec. Dělají něco jiného, než je uspokojování potřeb zákazníků, raději by toho měli nechat. Pokud se o zákazníky nestarají, postará se o ně někdo jiný.“ „Tím, že můžeme zákazníka obsloužit, mu neposkytu-

jeme žádnou laskavost... on nám poskytuje laskavost, že nám to umožní.“ „Podniky by neměly přílišným zaměřením se na získání nových zákazníků zanedbávat zákazníky současné. Naopak by se měly snažit tyto zákazníky udržet.“ „Snažte se jim zajistit lepší život. Poznejte jejich potřeby a překonávejte jejich očekávání.“ „Věnujte pozornost stížnostem zákazníků.“

## **2.2.2 Objekt cestovního ruchu**

„Objekt cestovního ruchu je nositelem nabídky produktu, který je předmětem spotřeby a tvoří ho cílové místo, podniky a instituce cestovního ruchu“ (Gúčík a kol., 2004, s. 127). „Je to vše, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu“ (Hesková a kol., 2011, s. 13). „Cestovní ruch je otevřený systém, to znamená, že je možné, aby se prvky systému navzájem ovlivňovaly“ (Škodová-Parmová, 2003, s. 7). Vazby existují i mezi cestovním ruchem jako systémem a jinými systémy, které tvoří jeho okolí – vnější prostředí. Jde o ekonomické, politické, sociální, technicko-technologické a ekologické prostředí (Hesková a kol., 2011).

### **Podnik cestovního ruchu**

Podniky cestovního ruchu jsou základními prvky systému cestovního ruchu, poskytovateli a sprostředkovateli služeb, tvůrci hodnot a přispěvateli k tvorbě hrubého domácího produktu státu. Chápeme je jako podniky služeb zaměřené na uspokojování končících potřeb spotřebitelů. Podnik cestovního ruchu jako produktivní a sociální systém se skládá z následujících prvků: lidé, investiční majetek, materiál a energie, informace a finanční prostředky (Kučerová, Strašík, & Šebová, 2010).

Gúčík (2004, s. 94) rozlišuje podniky cestovního ruchu na dva druhy:

- „producenti služeb (ubytovací, pohostinské, dopravní, lázeňské, sportovně-rekreační, kulturně-spoločenské zařízení),
- sprostředkovatelé služeb (cestovní kanceláře, cestovní agentury, turistické informační kanceláře, informační a distribuční systémy).“

Kučerová, Strašík, & Šebová (2010, s. 12-13) dále uvádějí specifické znaky podniků cestovního ruchu, kterými jsou tyto:

- „poskytují relativně široký sortiment služeb (osobních, věcných, obchodních aj.) v podmínkách často se měnící se poptávky,

- intenzita poptávky po jejich službách se často mění v závislosti od jejich lokalizace a sezóny,
- jejich kapacitu, standart a komplexnost poskytovaných služeb ovlivňuje i lokalizace (charakter rekreačního prostoru),
- mají vysoké nároky na lidské zdroje, poskytují pracovní místa i pro nekvalifikované pracovníky, osobní náklady tvoří vysoký podíl na jejich nákladech,
- při poskytování služeb jsou omezené možnosti substituce lidské práce,
- mnohé z nich vyžadují vysoký podnikatelský kapitál a mají vysoký podíl dlouhodobého hmotného majetku,
- převážná většina těchto podniků patří do kategorie malých a středních podniků.“

### 2.2.3 Cílové místo

Cílové místo představuje středisko cestovního ruchu, region nebo stát jako cestovní cíl. Musí mít vhodný přírodní a kulturní potenciál pro cestovní ruch, který se označuje i jako primární nabídka. Prostředkem ke kvalitnímu využití primární nabídky je různorodá infrastrukturní vybavenost, která se označuje jako sekundární nabídka (Hesková a kol., 2011). „*Vybavenost cílových míst cestovního ruchu (sekundární nabídka) je od primární nabídky odvozená a musí odpovídat charakteru atraktivit, jež se v daném místě nacházejí*“ (Malá, 1999, s. 50). Hesková a kol. (2011) z hlediska funkcí rozlišují:

- městská střediska cestovního ruchu,
- lázeňská místa,
- rekreační střediska,
- rekreační obce,
- chatové oblasti.

## 2.3 Typologie cestovního ruchu

Cestovní ruch se v každodenní praxi projevuje v různých druzích a formách, které se neustále vyvíjejí a obohacují v závislosti na poptávce účastníků cestovního ruchu a technicko-technologických možnostech nabídky (Hesková a kol., 2011). V mnohé odborné literatuře např. Gúčík a kol. (2004); Hesková a kol. (2011); Foret & Foretová (2001) a dalších najdeme členění cestovního ruchu podle velkého množství faktorů. V následující části proto bude vypsán pouze seznam těchto faktorů a konkrétněji budou rozebrány pouze ty druhy a formy, které souvisí s tématem bakalářské práce.

### 2.3.1 Druhy cestovního ruchu

„*Druh cestovního ruchu – vyjadřuje účel (motiv) cestování a přechodného pobytu návštěvníků v cílovém místě*“ (Gúčík a kol., 2004, s. 28). Foret & Foretová (2001) vymezují tyto druhy cestovního ruchu:

- rekreační
- kulturně-poznávací
- náboženský
- vzdělávací
- společenský
- zdravotní (lázeňsko-léčebný)
- sportovní
- poznávání přírody
- dobrodružný
- profesní
- politický
- nákupní
- specifický

„*V praxi se druhy cestovního ruchu nevyskytují v čisté podobě, ale ve vzájemné kombinaci, přičemž jeden z nich bývá dominantní*“ (Hesková a kol., 2011, s. 20). Jelikož tématem práce je inovace rekreačního střediska, podrobněji zde bude rozepsán právě rekreační cestovní ruch.

Horner & Swarbrooke (2003, s. 335) uvádějí definici rekreace od Torkildsen (1994), který ji definuje jako „*činnosti a zážitky obvykle prováděné a získávané v rámci volného času a obvykle dobrovolně zvolené pro vlastní uspokojení, potěšení nebo tvůrčí obohacení. Může být též chápána jako proces aktivní spoluúčasti. Fyzická rekreace je těsně spojená se sportem.*“ „Rekreační cestovní ruch představuje nejširší účast obyvatelstva na cestovním ruchu. Je realizován obvykle ve vhodném rekreačním prostředí, jehož příznivé účinky jsou využívány v zájmu reprodukce fyzických a duševních sil člověka. Rekreační cestovní ruch neznamená jen pasivní odpočinek, ale obvykle je spojen s aktivním pobytem v přírodě a uplatněním celé řady sportovních aktivit, her, zájmů, zálib, koníčků“ (Indrová, Malá, Mlejnková, Netková, & Vaško, 2004, s. 18). „*Nabývá stále většího významu zejména v souvislosti se zhoršujícím se životním prostředím městských aglomerací*“ (Orieška, 2010, s. 165). Rekreační cestovní ruch má podobu individuální nebo rodinné rekreace, kterou si účastníci organizují sami ve vlastních nebo pronajatých zařízeních, nebo organizovanou formou ve veřejnosti přístupných zařízeních cestovního ruchu (Hesková a kol., 2011).

### 2.3.2 Formy cestovního ruchu

„Forma cestovního ruchu vyjadřuje rozličné příčiny a jejich důsledky, související s cestováním a pobytem návštěvníků na cizím místě“ (Gúčik a kol., 2004, s. 37). Výše jmenovaný autor potom rozlišuje formy cestovního ruchu dle následujících faktorů:

- **geografického hlediska:** vnitřní, národní, zahraniční, mezinárodní a regionální
- **podle počtu účastníků:** individuální, kolektivní, masový, ekologický
- **podle způsobu organizování:** individuální, organizovaný
- **podle věku účastníků:** dětský, mládežnický, rodinný, seniorský
- **podle délky účasti:** výletní, krátkodobý, víkendový, dlouhodobý
- **podle převažujícího místa pobytu:** městský, příměstský, venkovský, horský, přímořský
- **podle ročního období:** sezónní, mimosezónní, celoroční
- **podle použitého dopravního prostředku:** železniční, lodní, letecký, motorizovaný
- **z hlediska dynamiky:** pobytový, putovní
- **ze sociologického hlediska:** návštěvy příbuzných a přátel, sociální, etnický

### 2.3.3 Trh cestovního ruchu

„V obecné rovině je možno trh charakterizovat jako místo, kde dochází ke konfrontaci nabídky a poptávky a kde je realizována směna“ (Palatková & Zichová, 2011, s. 32). Skládá se z následujících částí:

- turistických atraktivit,
- nabídky a poptávky po službách cestovního ruchu,
- věcné struktury nabídky, tj. produktů a služeb cestovního ruchu a jejich kvality,
- reálných příjmů obyvatelstva a cen,
- suprastruktury cestovního ruchu,
- infrastruktury jako doplňku suprastruktury (Petrů, 1999).

Trh cestovního ruchu není jednotný a pro potřeby marketingu se provádí tzv. segmentace trhu (Petrů, 1999). „Segmentaci trhu je možné chápat jako rozdělení zdrojového trhu na skupiny, které jsou uvnitř relativně homogenní, ale mezi sebou navzájem zřetelně heterogenní“ (Palatková & Zichová, 2011, s. 51). „Segmentaci v oblasti cestovního ruchu lze provádět z celé řady hledisek, např. z hlediska:

- geografického (oblastí, států apod.),



- demografického (věku, pohlaví, příjmu, velikosti rodin apod.),
- psychologického (zájmů, životního stylu),
- účel cesty (zábavy, obchodu apod.),
- chování (např. frekvence využívání, stupeň používání, věrnost značce, výhody),
- vztahu k produktu (podle typů nabízených služeb, značky),
- distribuční cesty“ (Petru, 1999, s. 83).

## 2.4 Produkt cestovního ruchu

Horner & Swarbrooke (2003) říkají, že produkt je jádrem veškerého marketingu cestovního ruchu, služeb pro využití volného času, ubytovacích a stravovacích služeb. Poskytuje zákazníkům užitek, který hledají, a jeho vytvoření a dodání je hlavní činností všech organizací našich tří sektorů. Podle Kotlera (2003) je produktem cokoli, co lze nabídnout trhu k prozkoumání, získání, užívání nebo ke spotřebě a co může uspokojit nějakou potřebu nebo požadavek. Mohou to být hmotné předměty, služby, osoby, místa, organizace a myšlenky. „Produkt cestovního ruchu je všechno, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a má schopnost uspokojit potřeby návštěvníků a vytvořit tak komplexní soubor zážitků. Je to soubor služeb, které produkuje a nabízí cílové místo (primární nabídka) a podniky a instituce cestovního ruchu (sekundární nabídka)“ (Gúčik a kol., 2004, s. 103).

### 2.4.1 Struktura produktu

Z ekonomického hlediska je produkt cestovního ruchu tvořen souhrnem volných statků, služeb, zboží a veřejných statků.

- **Volný statek** nebyl vytvořen lidskou rukou. Je dostupný všem v relativně dostatečné míře. Jde o většinu přírodních statků (vzduch, sluneční svit, voda...) jejichž tržní cena je nulová, proto se jejich spotřeba nepromítá v ceně produktu.
- **Služba** je ekonomický statek, jehož podstatou je činnost a jeho hodnota je určena užitek, který přináší.
- **Zboží** je statek určený k realizaci na trhu. Každé zboží je výsledkem výrobního procesu. Každé zboží slouží k uspokojení určité potřeby a má svoji cenu, kterou určuje vztah nabídky a poptávky.

- **Veřejný statek** je určený pro kolektivní spotřebu. Není předmětem směny na trhu a lze jej využívat bezplatně. Na rozdíl od volného je veřejný statek vytvářen nebo přetvářen lidskou rukou (Orieška, 2010).

Při plánování produktu je o něm třeba přemýšlet ve třech úrovních.

- **Jádro produktu (základní produkt)** je to základní užitek, který nám produkt přináší. Obecně vyjadřuje to, proč si zákazník produkt kupuje.
- **Vlastní produkt (reálný produkt)** jde o skutečný produkt vzniklý ze základního, se kterým se zákazník doopravdy setkává. Zahrnuje těchto pět charakteristických znaků: kvalitu, provedení, styl a jemu nadřazený design, značku, případně i obal.
- **Rozšířený produkt** jde o širší produkt, který obsahuje různé dodatečné služby či výhody. Může se jednat například o delší záruční lhůtu, odbornou instruktáž, platbu na splátky, pojištění atd. Často jde o něco navíc, co zákazník ani neočekával. Slouží k jeho větší spokojenosti a zachování jeho přízně (Foret & Foretová, 2001).

*„Produkt je komplexní soubor zážitků, proto při jeho tvorbě musí producent nejprve rozpoznat jádro zákaznických potřeb, které má produkt uspokojit, a potom navrhnout očekávaná produkt a najít způsoby jeho dalšího rozšíření“ (Gúčik a kol., 2004, s. 103).*

#### **2.4.2 Užité hodnota produktu**

U zákazníků kupujících produkty cestovního ruchu, jako jsou služby pro využití volného času, ubytovací služby, či služby stravovací, se jedná o koupi užitku, nikoli výrobku (Horner & Swarbrooke, 2003). Stejní autoři dále poukazují na to, že je velmi důležité pochopit, co od produktu zákazník doopravdy očekává. To však není jednoduchý úkol. Jednotliví zákazníci, či různé skupiny zákazníků kupující tentýž produkt, od něj mohou očekávat různý užitek. Užitečným nástrojem pro vývoj výrobků a služeb se tak stává vytváření určitých skupin zákazníků, podle jejich charakteristik, kteří vyhledávají určité druhy hodnot. *„Úspěch v rozvoji cestovního ruchu, služeb pro volný čas a ubytovacích a stravovacích služeb závisí na schopnosti přizpůsobit produkt hodnotám vyhledávaným zákazníky. Toto přizpůsobování je náročný proces, který je výzvou pro poskytovatele služeb“ (Horner & Swarbrooke, 2003, s. 158-159).*

### 2.4.3 Inovace produktu

„Požadavky podnikatelského prostředí, zejména neustále rostoucí požadavky trhu, vyvolávají stále větší tlak na řízení inovací, hledání a co nejúčinnější využití příležitostí k inovacím“ (Petříková, 2012, s. 247). Pompurová & Cvancingerová (2012, s. 255) dodávají, že „inovace jsou hybnou silou rozvoje moderních ekonomik. Potřeba jejich realizace roste nejen v průmyslu, ale také v cestovním ruchu.“ Po určité době se veškeré nabízené produkty dostávají do fáze poklesu, a proto by měly být inovovány nebo nahrazeny novými, pokud možno stejně dobrými nebo lepšími nápady (Horner & Swarbrooke, 2003).

Inovaci můžeme definovat jako realizování změny, resp. nápadu, jak řešit určitý problém (Dyrt & Stříteská, 2009) a zároveň přinést hodnotu pro zákazníka (Hrašková, 2008). Při sestavování Národní inovační strategie ČR byla použita definice, tak jak ji chápe Evropská komise: „Inovace je obnova a rozšíření škály výrobků a služeb a s nimi spojených trhů, vytvoření nových metod výroby, dodávek a distribuce, zavedení změn řízení, organizace práce, pracovních podmínek a kvalifikace pracovní síly“ (Jasanský, 2006). Inovací bychom měli docílit zkvalitnění a zatraktivnění našich nabízených produktů, což by mělo vést k udržení si stálých zákazníků a lepšímu uspokojování jejich potřeb, ale i k přilákání a získání nových zákazníků (Horner & Swarbrooke, 2003).

Gúčik (2012, s. 70) uvádí, že „za hlavní cíle inovací můžeme označit růst kvality produktu, zvýšení jeho hodnoty pro zákazníka, tj. uspokojení rostoucích nároků poptávky, a také zvýšení konkurenceschopnosti podniku na trhu, růst jeho tržeb a zisku, zlepšení pracovních podmínek, racionalizace výrobních procesů, snížení negativního vlivu na životní prostředí, přizpůsobení se zpřísněným regulačním požadavkům apod.“

### 2.4.4 Zdroje nových nápadů

Nápady na nové produkty mohou vznikat ze zdrojů uvnitř i vně organizace. Hlavním iniciátorem nových nápadů uvnitř organizace by mělo být oddělení marketingu. To by se mělo přemýšlet o budoucích výrobcích a službách, které by měly být zavedeny na trh, a zároveň průběžně modernizovat ty dosavadní. Pokud je organizace součástí nějaké větší skupiny, je možné čerpat nové nápady i z jiných jejích částí. Dalším zdrojem nápadů však mohou být i členové personálu na všech pracovních úrovních. Zaměstnanci by měli být podněcováni a motivováni k tomu, aby přicházeli s novými nápady, které by jejich organizaci prospěly. Ta by naopak měla zařídit, aby se o těchto

nápadech otevřeně a čestně diskutovalo (Horner & Swarbrooke, 2003). K významu pracovníků při inovaci se vyjadřuje i Petříková (2012). Ta říká, že nejde pouze o inovační nápad, či dobrý podnikatelský záměr, co přináší společenský prospěch. Jsou to především tvořiví lidé, kteří dokážou tento nápad dobře uchopit a vnést jej do každodenního života. Je to tedy právě originalita a tvořivost, které jsou nutným předpokladem pro tvorbu inovací. K tomu však bezpodmínečně musí dostat každý člověk – pracovník příslušný prostor a musí být vhodně motivován.

Mnoho nových nápadů však přichází i z různých vnějších zdrojů mimo organizaci. Jedním z nejvýznamnějších vnějších zdrojů jsou bezpochyby zákazníci. Ti mohou být velice významným zdrojem nápadů, zejména tehdy provádí-li organizace pravidelné průzkumy trhu. Zákazník, jehož se někdo zeptá, často dokáže říci, co a jak by se mohlo zlepšit, nebo přijít s dobrými nápady na doplňkové produkty a služby, které by učinily organizaci přitažlivější. Nápady na nové produkty, které by přinesly organizaci konkurenční výhodu, mohou dodávat například i dodavatelé. Nesmíme však zapomenout ani na konkurenci. Konkurenti rovněž poskytují organizaci nápady pro budoucnost. Existují zde dvě možnosti. Jednou z nich je sledování a kopírování nových produktů konkurence, druhou variantou může být spolupráce s konkurencí za účelem vytvoření nových produktů. Dalšími vnějšími zdroji mohou být také marketingoví zprostředkovatelé, poradci pro oblast řízení, reklamní agentury, či soukromé výzkumné organizace (Horner & Swarbrooke, 2003).

## **2.5 Služby v cestovním ruchu**

### **2.5.1 Definice služeb**

V obecném slova smyslu můžeme službou rozumět ekonomický statek, jehož podstatou je činnost a jeho hodnota je určena užitekem, který přináší. V cestovním ruchu představují služby nejvýznamnější část produktu. Služby cestovního ruchu pak můžeme charakterizovat jako heterogenní soubor užitečných efektů, jejichž pomocí jsou uspokojovány potřeby návštěvníků. Tyto služby mají průřezový charakter. To znamená, že je produkují nejen podniky cestovního ruchu, ale i další subjekty soukromého a veřejného sektoru (Gúčík, 2004). „*Za službu považujeme každou užitečnou lidskou činnost, která uspokojuje lidské potřeby samotným svým průběhem*“ (Vlček, 2009, s. 32).

## 2.5.2 Znaky služeb

Poskytování služeb se od zboží liší určitými znaky. Tyto znaky můžeme rozdělit na dvě skupiny a to na obecné znaky a na speciální znaky (Orieška, 2010). Obecné znaky vyjadřují odlišnost veškerých služeb včetně služeb cestovního ruchu. V marketingové literatuře se tyto odlišné vlastnosti často uvádí pod názvem „4I“.

- **Intangibility (nehmotnost)** – služby nemají tvar, chuť, barvu ani obal. Často jsou spojovány s hmotnými prvky, přesto vlastní podstata zůstává nehmotná.
- **Inconsistency (nestálost)** – realizace a kvalita služeb jsou velice subjektivní, závisí na konkrétních lidech na jejich momentální situaci.
- **Inseparability (neoddělitelnost)** – služba je neoddělitelně spjata s místem, časem a osobou, která ji zajišťuje.
- **Inventory (neskladovatelnost)** – služby se nedají skladovat či odložit. Zákazník čeká na službu, nikoli služba na zákazníka (Foret & Foretová, 2001).

Orieška (2010) doplňuje kategorii znaků obecných o další, tzv. speciální znaky služeb, které jsou charakteristické pouze pro služby cestovního ruchu, mezi které patří:

- **Komplexnost a komplementárnost služeb** – uspokojení jedné potřeby často podmiňuje uspokojení další potřeby jinou službou. Z tohoto důvodu má účastník cestovního ruchu obvykle zájem o rozličné kombinace poskytovaných služeb. Jde o tzv. soubory, balíčky či řetězce služeb.
- **Zastupitelnost služeb** – jde o možnost vzájemného nahrazení jedné služby druhou. Nejčastějšími příčinami jsou změna cen, změna nabídky, preference účastníka cestovního ruchu apod.
- **Mnohooborový charakter služeb**
- **Nezbytnost zprostředkování služeb** – zprostředkovateli především cestovní kanceláře a cestovní agentury.
- **Dynamika a sezónnost poptávky po službách** – poptávka závisí dynamice mnoha různých činitelů – ekonomických, demografických, sociálních, psychologických a dalších.
- **Nezbytnost poskytování informací o službách a jejich kvalitě** – vyplývá z požadavků zákazníků, jejichž rozhodnutí o účasti na cestovním ruchu jsou podmíněna práv dostatečným objemem věrohodných informací.
- **Neanonymita spotřebitele služby**

### 2.5.3 Členění služeb

Heterogenost služeb umožňuje jejich základní rozdělení na:

- **Služby cestovního ruchu** – produkují je podniky cestovního ruchu (producenti i zprostředkovatelé služeb) a převážně uspokojují potřeby účastníků cestovního ruchu.
- **Ostatní služby** – produkují je podniky s polyfunkčním charakterem. Částečně je spotřebovávají účastníci cestovního ruchu, ale převážně jsou určeny pro místní obyvatelstvo (Orieška, 2010).

Služby cestovního ruchu můžeme dále dělit podle různých kritérií a účelů. Jde o členění dle druhů, podle fází realizace cestovního ruchu, z časového hlediska, z hlediska uspokojování potřeb, podle charakteru spotřeby (osobní a věcné), z ekonomického hlediska (placené, neplacené) (Orieška, 2010). Mnoho autorů (např. Hladká, 1997; Čertík, Attl, Sysel, & Vitáková, 2000; Gúčik, 2004) se shoduje na tzv. druhovém členění, které člení služby na:

- informační,
- dopravní
- ubytovací
- stravovací
- sportovně-rekreační
- kulturně-společenské
- lázeňské
- kongresové
- zprostředkovatelské
- průvodcovské
- animátorské (Gúčik, 2004).

**Z hlediska uspokojovaných potřeb** lze služby členit na:

- základní – zabezpečují přemístění účastníků cestovního ruchu z místa trvalého bydliště do rekreačního prostoru a zpět a služby spojené s pobytem v rekreačním prostoru. Patří sem tyto tři druhy služeb:
  - o ubytovací,
  - o stravovací,
  - o dopravní,
- doplňkové – jsou spojeny s využíváním atraktivit, vlastností charakteristických pro konkrétní rekreační prostor (Hladká, 1997).

**Podle fází realizace cestovního ruchu** lze členit na služby:

- v místě trvalého bydliště,
- během cesty,
- během pobytu v cílovém místě.

**Z časového hlediska** lze služby členit na:

- sezónní (letní a zimní),
- mimosezónní (Orieška, 2010).

## **2.6 Rekreační prostor**

„Rekreační prostor je geograficky vymezené území s příznivými relativně rovnými podmínkami vytvořenými přírodou a člověkem, které nejsou ve významné míře narušené negativními vlivy průmyslové, zemědělské nebo jiné hospodářské činnosti. Jde o území s vhodnými přírodními, kulturními a estetickými předpoklady na vykonávání sportovně-rekreačních, lázeňských nebo kulturních aktivit, které je přitažlivé a vyvolává návštěvnost, je dopravně dostupné a vybavené zařízeními umožňujícími pobyt v území a využívání jeho atraktivit. Rekreační prostor je tím atraktivnější, čím více se odlišuje od jiných prostorů svou jedinečností“ (Gúčik a kol. 2004, s. 109). Petru (1999) upřesňuje, že pro rozvoj zdravotního a rekreačního cestovního ruchu jsou určujícím faktorem přírodní podmínky a prostředí. „Vhodné přírodní prostředí je hlavní podmínkou rekreačního prostoru“ (Petru, 1999, s. 32).

Dále také rozlišuje dvě funkce rekreačního prostoru podle postavení a možností využívání v cestovním ruchu; jsou jimi:

- základní funkce cestovního ruchu (sportovně-rekreační, léčebná, kulturně-společenská),
- společenský význam.

Základní funkce rekreačního prostoru jsou podmíněny vnitřními základními krajinnými faktory, které určují charakter rekreačního prostoru a umožňují rozlišovat rekreační prostor určitých typů. Dle společenského významu můžeme rozlišovat rekreační prostor místního, oblastního a celostátního významu. V ČR převažující počet s místním významem (Petrů, 1999). Pásková & Zelenka (2002, s. 249) vysvětlují pojem rekreační oblast takto: „*Rekreační oblast (angl.. resort) = území se službami CR nebo ucelený komplex zařízení nabízející větší počet rozmanitých zařízení, služeb a činností sloužících k ubytování návštěvníků, jejich zábavě, sportovním aktivitám, léčení a jiným potřebám.*“

### **2.6.1 Materiálně technické podmínky poskytování služeb**

V minulosti se pro vyjádření těchto podmínek používal pojem materiálně-technická základna. Například Petrů (1999) ji popisuje jako soubor věcných prostředků, které napomáhají funkčnímu využití potenciálu dané krajiny pro cestovní ruch a zároveň zabezpečují tvorbu a realizaci zboží a služeb uspokojujících potřeby účastníků cestovního ruchu. V současné době se však přešlo na používání pojmů infrastruktura a suprastruktura cestovního ruchu. Takto tyto pojmy definují např. Pásková & Zelenka (2002). Dle těchto autorů je: infrastruktura cestovního ruchu (angl. tourist infrastructure) „souhrn organizačně-technických předpokladů pro uspokojování potřeb účastníků CR v dané destinaci. Mezi tyto předpoklady můžeme zařadit například tyto: doprava, komunikace, zásobování elektřinou, pitnou vodou, kanalizace, maloobchodní síť, banky, směnárny atd. Kvalita této infrastruktury má výrazný dopad na prožitek návštěvníků, kteří jsou prvotně motivováni atraktivitami CR, ale potřebují též čerpat služby spojené s kultivovaným pobytem v blízkosti těchto atraktivit. Jádrem infrastruktury CR je suprastruktura“ (Pásková & Zelenka, 2002, s. 120). Suprastruktura (angl. suprastructure) je „specializovaná část infrastruktury využívané určitým sektorem podnikání. V cestovním ruchu ji tvoří ubytovací kapacity, stravovací zařízení, turistická informační centra, lyžařské vleky a sjezdovky, aj. Tvoří nejvýznamnější součást infrastruktury CR“ (Pásková & Zelenka, 2002, s. 282). Dále se lze setkat také s pojmem rekreační infrastruktura (angl. recreation infrastructure), která je charakterizována jako „*vybavenost*



*sídla pro volnočasové aktivity místních obyvatel i návštěvníků. Především sportovní, kulturní, zábavní a vzdělávací vybavenost“ (Pásková & Zelenka, 2002, s. 249). K rozšíření rekreační infrastruktury, zejména mimo sezónu, napomáhá vybudování výše zmíněné suprastruktury CR.*

### **2.6.2 Rekreační středisko**

Jedním z prvků, které slouží k využití potenciálu rekreačního prostoru, je mimo jiné také rekreační středisko. Podle Gúčika a kol. (2004) jde o typ cílového místa cestovního ruchu vybudovaného na bázi přírodních prvků. Soustřeďuje takovou infrastrukturní vybavenost, která umožňuje využívání všech nebo většin rekreačních funkcí a musí být dopravně dostupné. Rozlišují se např. střediska koupání a vodních sportů v nížině, turistiky a vodních sportů v podhorské krajině, turistiky a zimních sportů v horské krajině. Pásková & Zelenka (2002, s. 249) to shrnují takto: *„Rekreační středisko (angl.. holiday activities resort, leisure activities resort) = místo (území) vybavené pro rekreaci, často specializované na určitý typ rekreace (sportovní pobyty, rekreace u vody, zimní rekreace apod.).“*

### 3 METODIKA PRÁCE

V kapitole 4 bylo provedeno základní vymezení území, ve kterém se rekreační zařízení nachází, podobných zařízení v blízkém okolí a na nakonec samotného zkoumaného rekreačního zařízení. Toto vymezení probíhalo na základě analýzy sekundárních dat převážně z internetových pramenů. Poté následoval sběr primárních dat.

Prvním způsobem sběru primárních dat byl dotazníkový průzkum zaměřen přímo na zákazníky rekreačního zařízení. Účelem sestavení dotazníků bylo zjištění potřeb zákazníků a jejich spokojenosti se stávajícím stavem produktu rekreačního zařízení. Dotazníkový průzkum byl proveden v měsících červenci a srpnu roku 2013. Dotazníky byly návštěvníkům rozdávány osobně přímo v areálu rekreačního zařízení. Dotazník se skládal ze 13 otázek, kde jedna část sloužila k základní identifikaci návštěvníka a zjištění motivu jeho návštěvy, druhá pak byla zaměřena přímo na zjištění jejich spokojenosti s rozsahem a kvalitou poskytovaných služeb rekreačního zařízení. Dvanáct otázek bylo uzavřeného typu a jedna otázka typu polootevřeného, ve které mohli respondenti vypsát své konkrétní návrhy na inovaci, či rozšíření poskytovaných služeb. Dotazníky byly vyhodnoceny pomocí tabulkového programu Microsoft Excel 2010.

Druhým způsobem pak bylo provedení dvou nestrukturovaných rozhovorů. Jeden rozhovor proběhl s členem městské rady města Sedlčany. A to z toho důvodu, že provozovateli rekreačního zařízení jsou Sedlčanské technické služby, které svou působností spadají právě pod město Sedlčany. Na rozhodnutí městské rady je tedy závislé i samotné rekreační zařízení. Druhý rozhovor pak proběhl se zaměstnancem Sedlčanských technických služeb, který vykonává funkci vedoucího rekreačního zařízení. Cílem těchto rozhovorů bylo rozšíření informací o rekreačním středisku získaných ze sekundárních zdrojů, a informací o současné a budoucí situaci ohledně provozu rekreačního zařízení. Pro rozšíření pohledu pak byly dodány i poznatky z vlastního pozorování z pozice zaměstnance rekreačního zařízení. Veškeré získané data byla poté ústně shrnuta a na základě tohoto shrnutí byly vytvořené návrhy na inovaci či rozšíření stávajícího produktu rekreačního zařízení.

Hlavními metodami použitými v práci byly tyto: analýza, syntéza, dotazování pomocí dotazníků, rozhovor, pozorování.

Dotazníky představují formuláře se sérií otázek, na něž respondenti odpovídají, případně obsahují také varianty jejich odpovědí. Jeho významem je získání informací

od respondentů, poskytnutí struktury a usměrnění procesu rozhovoru, zajištění jednotné šablony pro zapisování dat a ulehčení zpracování dat (Kozel, Mynářová, & Svobodová, 2011). Další metodou bylo pozorování, o němž Kozel, Svobodová, Vilamová, Baránek, Velčovská, Ostrožná, ..., & Steinová (2006) říkají, že by mělo probíhat bez přímého kontaktu pozorovatele a pozorovaného, bez aktivní účasti pozorovaného. V této práci byly provedeny také dva rozhovory. Jednalo se o rozhovory nestrukturované, které Kozel, Mynářová, & Svobodová (2011) označují také jako volné rozhovory, které přirozeně vychází z komunikace tazatele a respondenta, resp. ze zadaného tématu rozhovoru. Výhodou je neomezenost respondenta v možnosti odpovědi. „*Analýza situace je neformální zjišťování, jaké informace jsou dostupné pro řešení našeho problému*“ (Kozel a kol., 2006, s. 76). Na analýzu poté navazuje syntéza, jejíž pomocí jsou všechna získaná data sloučena do jednoho celku (Hanzelková, Keřkovský, & Kostroň, 2013). Na základě syntézy zjištěných informací byly poté vytvořeny návrhy pro inovaci či rozšíření poskytovaných služeb.

## 4 ZÁKLADNÍ VYMEZENÍ ÚZEMÍ

### 4.1 Střední Čechy

Podle posledního členění České republiky do turistických regionů, které na svých stránkách uvádí CzechTourism, se rekreační zařízení Častobůř nachází v turistickém regionu Střední Čechy. Turistický region Střední Čechy se prakticky neliší od vymezení Středočeského kraje. Jedinou výjimkou je jeho nejsevernější část, která spadá pod sousední region Český ráj, jak můžete vidět na obrázku č. 1.

Obrázek 1: Turistické regiony České republiky

Turistické regiony České republiky



Zdroj: [www.czechtourism.cz](http://www.czechtourism.cz) (2013a)

Středočeský kraj leží v centrální části české kotliny a je velmi dobře dostupný z většiny regionů České republiky. Region vytváří přirozené bezprostřední i vzdálenější zázemí hlavnímu městu Praze, což lze v řadě směrů považovat za výhodu (Vystoupil, Holešinská, Kunc, & Šauer, 2007). „*Střední Čechy jsou nejvýznamnějším příměstským rekreačním zázemím obyvatel Prahy a zároveň i celé ČR*“ (Vystoupil, Holešinská, Kunc, Maryáš, Seidenglanz, Šauer, ..., & Kratochvíl, 2006, s. 116). Středočeský kraj má významný potenciál cestovního ruchu vycházející z přírodních a kulturně-historických předpokladů, zejména v jižní a jihozápadní a v nejsevernějších oblastech (Vystoupil a kol., 2006). „*Území kraje sice nedisponuje vysoce atraktivní horskou kra-*

*jinou, ani nejvyšším stupněm ochrany areálového krajinného rázu, přesto se zde nachází několik unikátních prostor“ (Vystoupil a kol, 2007, s. 55). Mezi nejznámější řadí právě tyto chráněné krajinné oblasti:*

- Křivoklátsko – biosférická rezervace UNESCO,
- Český kras – součástí jsou Koněpruské jeskyně (nejrozsáhlejší jeskynní systém v Čechách),
- Kokořínsko – pozoruhodné skalní útvary,
- Blaník.

Z kulturního a historického hlediska jsou Střední Čechy významným a pestrým regionem. Nachází se zde velký počet hradů, zámků, zřícenin, tvrzí a církevních objektů. K nejvýznamnějším patří následující:

- hrady: Karlštejn, Kokořín, Český Štemberk, Křivoklát,
- zámky: Konopiště, Dobříš, Hořice, Kačina,
- zříceniny: Okoř, Krakovec, Žebrák, Točnick,
- církevní objekty: Sázavský klášter, barokní klášterní komplex Svatá Hora v Příbrami, kostel Nanebevzetí Panny Marie ve Staré Boleslavi, Kutná Hora.

(CzechTourism, 2013b)

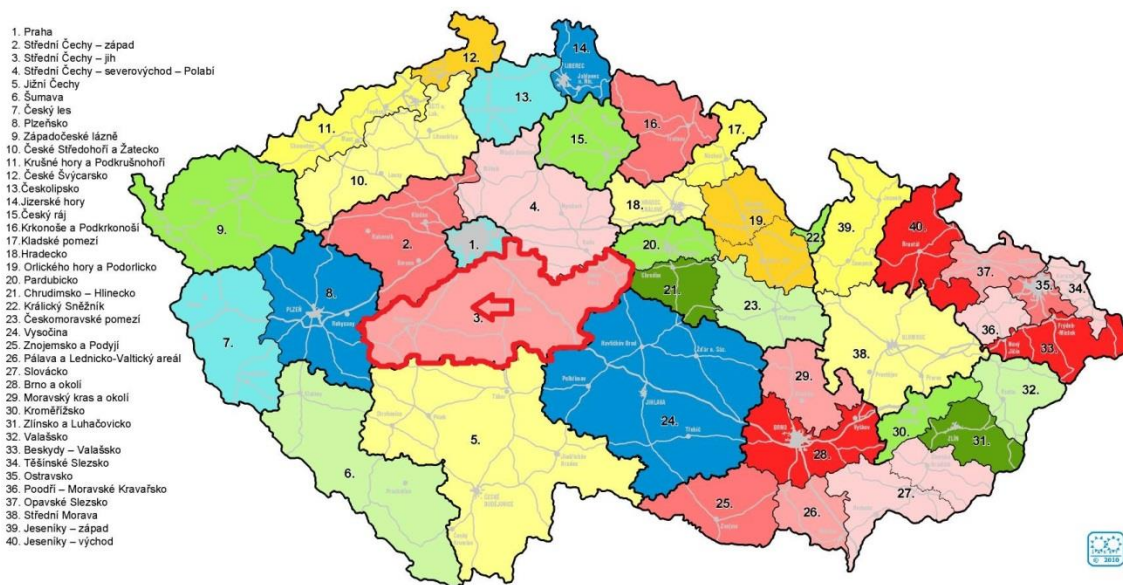
Výše uvedený seznam je pouze stručný výčet nejznámějších památek a přírodních atraktivit, které můžeme ve Středních Čechách najít. K některým z nich bude přiřazené stručné informace v další části práce, kde bude popisována turistická oblast Střední Čechy – jih a poté nejbližší okolí daného rekreačního střediska. „Krajina celého regionu je velmi různorodá, což umožňuje rozvoj všech druhů sportů a rekreačních aktivit. Vodní sporty mohou zájemci provozovat na vltavských přehradách i na Labi. Vodáci velmi dobře znají řeku Berounku a Sázavu. Na své si přijdou ve Středních Čechách i rybáři. Nalezneme zde řadu vynikajících golfových areálů, jízdáren, sítí značených turistických a cykloturistických tras, ale i dostatek nabídek nejrůznějších netradičních aktivit pro volný čas“ (T.I.S., 2007).

#### **4.1.1 Střední Čechy - jih**

Přejdeme-li na přesnější zařazení, spadá rekreační zařízení do turistické oblasti Střední Čechy – jih. Jedná se o oblast Středních Čech položenou jižně od Prahy a na západní straně ohraničenou pohořím Brdy. Oblast můžete vidět na obrázku č. 2.

Obrázek 2: Turistické oblasti České republiky

**Turistické oblasti České republiky**



zdroj: [www.czechtourism.cz](http://www.czechtourism.cz) (2013a)

V celé oblasti se nachází velké množství přírodních atraktivit. V tzv. kraji Blanických rytířů je dominantou legendami opředený Velký Blaník, dalšími velkými turistickými lákadly jsou pro vodáky, jachtaře, cyklisty i pěší turisty údolí a okolí dvou řek, Vltavy a Sázavy (CzechTourism, 2014). Jednoznačně za největší lákadlo této oblasti můžeme považovat Kutnou Horu. Toto město se řadí po bok historicky nejvýznamnějších měst České republiky. Jde o bývalé královské město spjaté s dolováním stříbra a ražbou mincí, díky čemuž je právem považována za pokladnici a klenot země. Další předností tohoto města je zapsání na Seznam světového kulturního dědictví UNESCO. V roce 1995 byly na seznam zapsány historické jádro Kutné Hory, pozdně gotický chrám svaté Barbory a kostelem Nanebevzetí Panny Marie v Sedlci (Štroblová, 2014).

Mezi dalšími památkami a turistickými atraktivitami stojí za stručný popis tyto:

- hrad Český Štemberk – středověké, barokně upravené sídlo rodu Štemberků stojí na skalním ostrohu nad řekou Sázavou (CzechTourism, 2013c),
- Velký Blaník – památná hora, opředená několika legendami (Pohounek, 2011),
- Průhonický zámek – známý především díky přilehlému parku, který patří mezi největší přírodně krajinářské parky v Evropě (Hamberger, 2009a),
- zámek Konopiště – romantický zámek nedaleko Benešova, známý jako poslední sídlo následovníka trůnu rakouského arcivévody Františka Ferdinanda d'Este (CzechTourism, 2013d),

- klášter Sázava - klášter slovanských benediktů založen v 11. století, v současnosti z části přestavěn na novorenesanční zámek (Hamberger, 2009b),
- Velké Popovice – známé především díky výrobě piva ve zdejším pivovaru založeném v roce 1874 (CzechTourism, 2013e),
- zámek Kačina – rozlehlé empírové sídlo, expozice Národního zemědělského muzea (CzechTourism, 2013f),
- zámek Žleby – překrásná ukázka novogotické architektury francouzského typu (Hamberger, 2009c).

Jak již bylo výše naznačeno, velmi významnou roli pro cestovní ruch v této oblasti hrají dvě známé české řeky Vltava a Sázava a jejich okolí. Kolem obou řek nalezneme velikou koncentraci kempů, tábořišť, rekreačních zařízení, či chatových osad, které jsou společně se samotnými vodními plochami nezbytnou podmínkou pro realizaci letní rekreace u vody a vodní turistiky, které se bezesporu řadí do rekreačního cestovního ruchu. Jejich lokalizace je logicky vázána na vodní plochy toky, avšak na stupni využití území se značně podílí také klimatické faktory. Rekreace u vody a vodní turistika jsou tím pádem orientovány především na letní sezónu. Značný význam, zejména pro domácí cestovní ruch, mají uměle vybudované vodní plochy, které z hlediska jejich funkčnosti můžeme rozdělit na rybníky a přehradní nádrže. Převážná většina rybníků a vodních nádrží má v současnosti polyfunkční využití. Slouží tedy krom svých základních hospodářských a vodohospodářských funkcí také k rekreačním účelům (Vystoupil a kol., 2006).

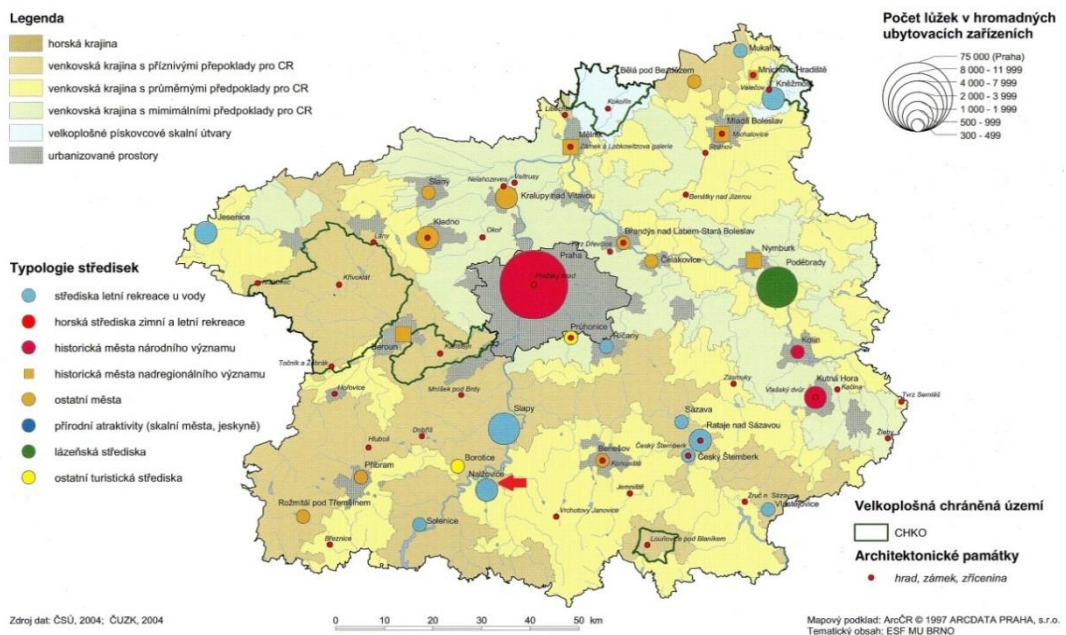
#### **4.1.2 Slapy**

V turistické oblasti Střední Čechy – jich se rozprostírá přehradní nádrž Slapy. Tato vodní nádrž je bezesporu nejvýznamnější rekreačně využívanou vodní plochou v celé oblasti. Dle Vystoupila a kol. (2006) se Slapská přehrada řadí mezi 15 vodních ploch v České republice s nadregionálním významem. Kritérii pro určení významnosti vodní plochy byly zvoleny počet středisek lední rekreace, jejich vybavenost a kapacita ubytovacích zařízení. Přehrada je součástí tzv. Vltavské kaskády. Nachází se zhruba 40 km od Prahy proti proudu Vltavy v místech, kde kdysi začínaly i dnes velmi známe Svatojánské proudy. Konkrétně začíná vodní nádrž v obci Třebenice nedaleko obci Slapy, kde byla roku 1951 zahájena stavba vodní hráze. Délka přehradního jezera dosahuje cca. 42 km a jeho rozloha činí téměř 14 km<sup>2</sup>. Jak již bylo výše zmíněno, kromě primár-

ních funkcí, jimiž jsou regulace toku řeky a výroba elektrické energie, je přehrada také často vyhledávaným cílem rekreační turistiky. V jejím okolí je k dispozici řada kempů, hotelů a penzionů, ale i krásné přírody a zajímavostí, které vybízí k pěším i cyklistickým výletům (www.slapy.cz, 2007). Jak můžeme vidět na obrázku č. 3, co se vybavenosti ubytovacími kapacitami týče, je hlavní lokalitou na Slapské přehradě právě obec Slapy a její okolí jižně až po Novou Živohošť. Druhou, o trochu menší, lokalitou je okolí obce Nalžovice, v jejíž blízkosti se nachází hned několik autokempů či rekreačních zařízení, z nichž jedním je právě rekreační zařízení Častoboř.

Obrázek 3 Turistický region Střední Čechy

### PRAHA A STŘEDOČESKÝ KRAJ



Zdroj: Vystoupil a kol. (2006, s. 116)

### 4.1.3 Častoboř

Častoboř představuje místní název pro lokalitu vhodnou pro letní rekreaci u vody na Slapské přehradě. Nachází se na pravém břehu Vltavy v místech, kde tvoří zaklesnutý vodní meandr. Konkrétně jde o 110 kilometr řeky Vltavy od jejího vyústění do Labe. Územně spadá Častoboř pod obec Nalžovice vzdálenou asi 6 km. Nejbližším městem jsou potom Sedlčany ve vzdálenosti cca. 12 km (Google, 2014). V širším, ale i v nejtěsnějším okolí Častoboře se nachází řada turistických atraktivit a památek. V tom nejtěsnějším okolí můžeme za velmi významnou přírodní atraktivitu považovat



národní přírodní rezervaci Drbákov – Albertovy skály. Na celém vrchu Drbákov se nachází rezervace vzácných tisů. Albertovy skály je stezka po skalách nad hluboce zaklesnutým meandrem Vltavy, na níž se nachází 11 krásných vyhlídek na řeku. Tato stezka prakticky končí v sousedství Častoboře. V okruhu zhruba 7 km se dále nachází spíše památky lokálního významu, jako zříceniny dvou hradů (Kozí Hřbet ze 13. st. a Ostromeč ze 14. st.) (www.vysokychlumec.eu, 2012a). Mezi další atraktivity patří pozůstatky větrného mlýna holandského typu zhruba z 1. pol. 18. století u obce Příčovi a renesanční vodní tvrz v Křepevicích, kterou zde nechal postavit slavný rybníkář Jakub Krčín (www.vysokychlumec.eu, 2012b).

V širším okolí se nachází několik turistických atraktivit regionálního někdy i nad-regionálního významu např.:

- Vysoký Chlumec – zde se nachází raně gotický hrad patřící rodu Lobkowiczů, dále známý regionální Lobkowiczský pivovar a v neposlední řadě skanzen venkovských staveb (www.vysokychlumec.eu, 2011),
- Příbram – bývalé hornické město, kde je dnes možnost navštívit známé Hornické muzeum, dále se nad tímto městem tyčí slavné poutní místo Svatá Hora, a nedaleko Příbrami se nachází Památník Vojna (prostory bývalého zajateckého tábora) (Město Příbram, 2013),
- zámek Dobříš – malebný rokokový zámek, k němuž přiléhá nádherný francouzský a rozsáhlý anglický park (CzechTourism, 2013g),
- Vrchotovy Janovice – novogotický zámek přestavěn z původní vodní tvrze, obklopen anglickým parkem (CzechTourism, 2013h),
- TEPfaktor Chotilsko – dobrodružná hra inspirována pevností Boyard (CzechTourism, 2013i).

## **4.2 Rekreační podniky v okolí zkoumaného zařízení**

V blízkém okolí rekreačního zařízení Častoboř se nachází hned několik kempů, chatových osad, či středisek podobného charakteru. Zde budou vypsány a stručně charakterizovány služby, které jednotlivé podniky nabízejí.

### 4.2.1 Chatová osada Sejce

Rekreační a rybářské chatová osada Sejce se nacházejí v těsné blízkosti Častoboře cca 1km po proudu řeky. Vhodné především pro rybáře, houbaře, či rodinnou dovolenou.

Ubytování:

- možnost ubytování: 8 čtyřlůžkových chatek,
- vybavení chatek: vlastní sociální zařízení, vybavený kuchyňský a jídelní kout, televize, kamna na tuhá paliva, základní nábytek.

Stravování:

- v blízkosti chatek se nachází stánek se základním občerstvením.

Sportovní zázemí:

- možnost zapůjčení loďky u stánku s občerstvením,
- jedno travnaté hřiště se sítí (Rekreační chatky Sejce, 2014).

### 4.2.2 Rekreační středisko „U Candáta“ – Slapy Oboz

Rekreační středisko „U Candáta“ se nachází na pravém břehu Vltavy cca 3 km od Častoboře proti proudu řeky.

Ubytování:

- možnost ubytování: 20 čtyřlůžkových chatek, dále možnost ubytování v plně vybavených karavanech (2-3 osoby),
- vybavení chatek: základní nábytek, možnost vytápění přímotopnými tělesy.

Stravování:

- pro ubytované návštěvníky je k dispozici společná jídelna s možností celodenního stravování, dále se v areálu nachází občůdek se základními potravinami a občerstvením.

Sportovní zázemí:

- univerzální písčité hřiště (volejbal, nohejbal, basketbal), stolní tenis, kuželky,
- možnost zapůjčení loděk a šlapadel, sportovních potřeb (rakety, pálky, míče).

Ostatní:

v průběhu sezóny se zde každoročně koná řada sportovních a společenských akcí např.:

- sportovní: šipkové, volejbalové, nohejbalové, ping-pongové turnaje, či závody v rybolovu a veslování,
- společenské: karaoke, závěrečný karneval (Staňkovi, 2014).

### 4.2.3 Kemp pro stany a karavany Cholín

Kemp pro stany a karavany Cholín se nachází na levém břehu Vltavy cca 5 km od Častoboře proti proudu řeky.

Ubytování:

- možnost ubytování: 100 míst pro stany a karavany, z toho 70 s elektrickou přípojkou.

Stravování:

- přímo v reálu se nachází hospoda se základní nabídkou jídel,
- v červenci a srpnu zde funguje obchod se základními potravinami a drogerií.

Sportovní zázemí:

- volejbalové/nohejbalové hřiště, stolní tenis,
- možnost zapůjčení: kola, lodičky, šlapadlo, sportovní potřeby (míče, pátky, rakety, krocket).

Ostatní:

- prodej plynu, pračka k dispozici,
- zapůjčení lehátek a slunečníků (Kemp Cholín, 2014).

### 4.3 Rekreační zařízení Častoboř

Rekreační zařízení Častoboř bylo založeno roku 1962 panem Václavem Hellerem, jako dětský tábor při podniku Sedlčanské strojírny (STROS). Tábory zde probíhaly do roku 1991. V roce 1995 bylo zařízení novým majitelem STROSu převedeno do vlastnictví městského úřadu Sedlčany. Od roku 1996 provozují rekreační zařízení Sedlčanské technické služby. V současnosti je rekreační zařízení v provozu každoročně od května do konce září, z čehož hlavní sezónu představují měsíce červenec a srpen. Rekreační zařízení je vhodné především pro rodinnou rekreaci, školní výlety, dětské tábory, sportovní oddíly a další milovníky přírody. Jsou zde ideální podmínky pro houbaře, rybáře, turisty a sportovce.

Rekreační zařízení se nachází na pravém břehu řeky Vltavy, kde od písčitého břehu, přes travnatou pláž, postupně přechází do příkřejší stráně, ve které je situována převážná většina celého zařízení. Nejblíže vodě je umístěn stánek s občerstvením, dále od vody se ve stoupajícím svahu rozprostírají ubytovací chatky a nejvýše položenými jsou provozní budovy s kuchyní a jídelnou, a budovy se sociálním zařízením.

Následující část bude zaměřena na vybavení a rozsah služeb, které rekreační zařízení poskytuje:

### **Ubytování**

Rekreační zařízení nabízí svým návštěvníkům ubytování ve dvou typech chatek:

- velké chatky – čtyřlůžkové, s el. proudem,
- malé chatky – dvou, tří a čtyřlůžkové, bez el. proudu.

Chatky jsou vybaveny pouze základním nábytkem. Ani jeden z typů chatek neobsahuje vlastní sociální zařízení, či kuchyňské vybavení. Celková kapacita obou typů chatek je 200 lůžek. Další možností pro návštěvníky je ubytování ve vlastním stanu. Na vymezenou plochu pro tyto účely se vejde cca 10 až 15 stanů.

### **Stravovací služby**

- Přímo v areálu je ubytovaným návštěvníkům zařízení k dispozici společná jídelna s možností celodenního stravování. Návštěvníci mají možnost si zde objednat snídani, oběd a večeři. V případě dětských táborů, či školních výletů je po předchozí domluvě možné zajistit i odpolední svačinu. Forma stravování je velmi podobná školní jídelně. Jednotlivé denní chody jsou zde podávány všem návštěvníkům v určitém časovém rozmezí. Jídlo je zde vařeno na přesný počet, proto je nutné si je objednat vždy dopředu.
- Dalšími možnostmi stravování a občerstvení jsou jak pro ubytované, tak i pro ostatní návštěvníky výčep v hlavní budově s venkovní terasou a občerstvení "U Bobříka" přímo na pláži.

### **Sociální vybavení**

Návštěvníkům jsou k dispozici:

- oddělené pánské a dámské sprchy,
- oddělené WC,
- společná venkovní umývárna s pitnou vodou.

## **Sportovní zázemí**

V areálu se nacházejí hned tři sportovní hřiště:

- jedním z nich je fotbalové hřiště umístěné v horní části areálu,
- v blízkosti řeky jsou dále 2 víceúčelová hřiště: volejbal, nohejbal, líný tenis či badminton.

Dalším vybavením pro sportovní vyžití jsou 2 stoly na stolní tenis. Návštěvníci mají dále možnost zapůjčit si v areálu různé sportovní potřeby: míče, rakety, pátky, pétanque. Pro účely rekreace u vody se po celé šíři areálu rozléhá prostorná travnatá pláž s písčitým břehem. Přístup na pláž a koupání zde nejsou zpoplatněny. Za menší poplatek jsou zde návštěvníkům k zapůjčení nabízeny:

- 2 kánoe,
- 5 plechových pramic,
- 1 šlapadlo.

## **Ostatní**

Do této skupiny budou zařazena další vybavení areálu, která se nedala začlenit do výše uvedených skupin, ale jsou velmi důležitá pro spokojenost návštěvníků rekreačního zařízení:

- bezplatně přístupné centrální parkoviště,
- ohniště, po celém areálu je jich rozmístěno hned několik,
- dětské hřiště s houpačkami a pískovištěm (Sedlčanské technické služby, 2014a).

## **Ceník ubytování a stravování**

<b>celodenní strava</b>	181 Kč/den	- nad 10 let
	<i>(snídaně 39,- oběd včetně polévky 80,- večeře 62,-)</i>	
	148 Kč/den	- do 10 let
	<i>(snídaně 28,- oběd včetně polévky 69,- večeře 51,-)</i>	
<b>malá chatka</b>	195 Kč za chatku na den + 35 Kč/osoba/den (např. 4 osoby v chatce celkem 335 Kč / den) V ceně jsou zahrnuty lůžkoviny	
<b>velká chatka</b>	350 Kč za chatku na den + 35 Kč/osoba/den	

(např. 4 osoby v chatce celkem 490 Kč / den)  
V ceně jsou zahrnuty lůžkoviny

**školy, oddíly**                      70 Kč/lůžko/noc - bez lůžkovin

**Pobyt dětí do 4 let zdarma!** (Sedlčanské technické služby, 2014b)

## 5 TERÉNNÍ ŠETŘENÍ

Terénní šetření probíhalo formou dotazníkového průzkumu a nestrukturovaných rozhovorů. Dotazníkový průzkum byl zaměřen na základní charakteristiku návštěvníka, zjištění motivu jeho návštěvy a především na spokojenost s kvalitou a rozsahem poskytovaných služeb. Cílem rozhovorů pak bylo rozšíření informací o rekreačním středisku získaných ze sekundárních zdrojů, a informací o současné a budoucí situaci ohledně provozu rekreačního zařízení. Dále jsou přidány i vlastní poznatky z pohledu zaměstnance rekreačního zařízení.

### 5.1 Dotazníkový průzkum

#### Otázka č. 1 Z jaké vzdálenosti jste na Častoboř dorazili?

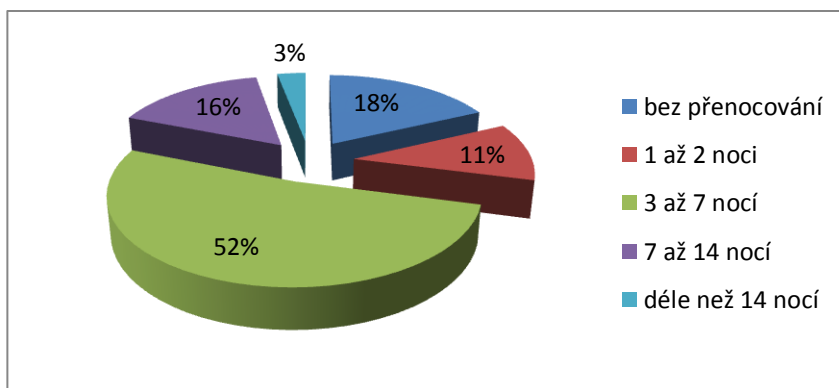
Nejvíce (35 %) z dotazovaných lidí uvedlo, že přijeli ze vzdálenosti 30-60 km. Druhou nejčastější odpovědí bylo 60-100 km, tuto vzdálenost uvedlo 29 % dotazovaných. V těsném závěsu byli návštěvníci z okolí 30 km rovných 26 %. A nejméně (10 %) dorazilo ze vzdálenosti přes 100 km. Výsledky z této otázky nám jasně ukazují, že rekreační zařízení je především regionálního významu.

#### Otázka č. 2 Jste na Častoboři prvním rokem?

Poprvé zkoumané zařízení navštívilo 14 % respondentů. Těch, kteří měli zkušenost již z loňského roku, bylo 11 %. A absolutní většina, rovných 75 % dotazovaných, uvedla, že na Častoboř jezdí již déle než 2 roky. Zde se ukázalo, že zákazníci se na dané místo velmi rádi vrací.

#### Otázka č. 3 Jaká je délka Vašeho pobytu?

Graf 1: Délka pobytu v zařízení

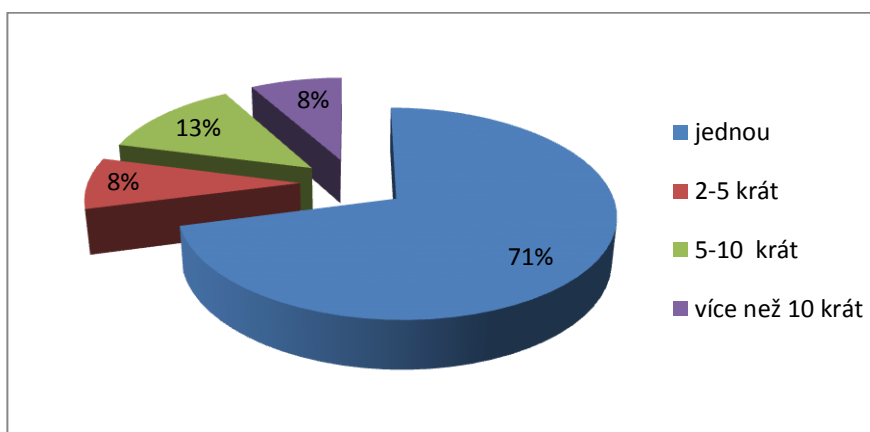


zdroj: vlastní šetření

Z grafu č. 1 je patrné, že nejvíce, více jak polovina, dotazovaných (52 %) trávilo v rekreačním zařízení 3 až 7 nocí. Podobných hodnot dosáhla odpověď bez přenocování (18 %) a 7 až 14 dní (16 %). Na 1 až 2 noci pak přijelo 11 % dotazovaných návštěvníků a nejméně, pouhá 3 % dotazovaných, zde pobývalo déle než 14 nocí. Můžeme tedy vidět, že rekreační zařízení je pro návštěvníky nejlákavější na týdenní pobyty.

**Otázka č. 4 Pokud jste již v minulosti na Častoboři byl/a, kolikrát za léto zařízení navštívujete?**

Graf 2: Častost návštěv za sezónu

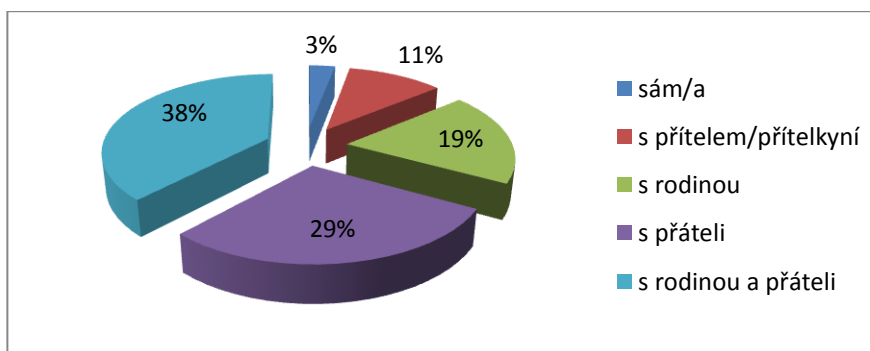


zdroj: vlastní šetření

Jak můžeme vidět na grafu č. 2, nejvíce návštěvníků (71 %), kteří již v minulosti rekreační zařízení navštívili, uvedlo, že jej navštívují pouze 1 za sezónu. Zbylá procenta se rozdělila mezi ostatní možnosti následovně: 2-5 krát (8 %); 5-10 krát (13 %); více než 10 krát (8 %). Opakované návštěvy můžeme přiřadit kratším pobytům, především návštěvám bez přenocování.

**Otázka č. 5 S kým jste přijel/a?**

Graf 3: Společnost při pobytu



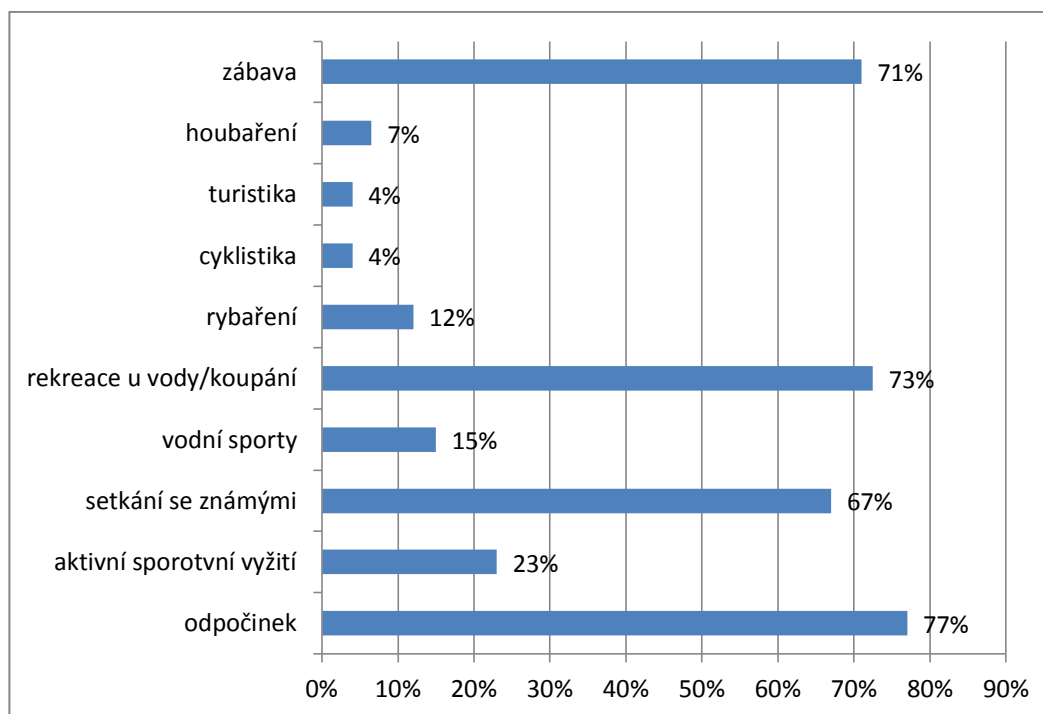
zdroj: vlastní šetření



U této otázky bylo možno zaškrtnout více odpovědí. Jak nám ukazuje graf č. 3, nejčastější kombinací se stala odpověď s rodinou a přáteli (38 %). Pouze s přáteli přijelo 29 % a pouze s rodinou pak 19 % dotazovaných. S přítelem či přítelkyní přijelo 11 % respondentů a odpověď sám/a zaškrtnla pouhá 3 % tázaných.

### Otázka č. 6 Za jakým účelem jste přijel/a?

Graf 4: Motiv návštěvy

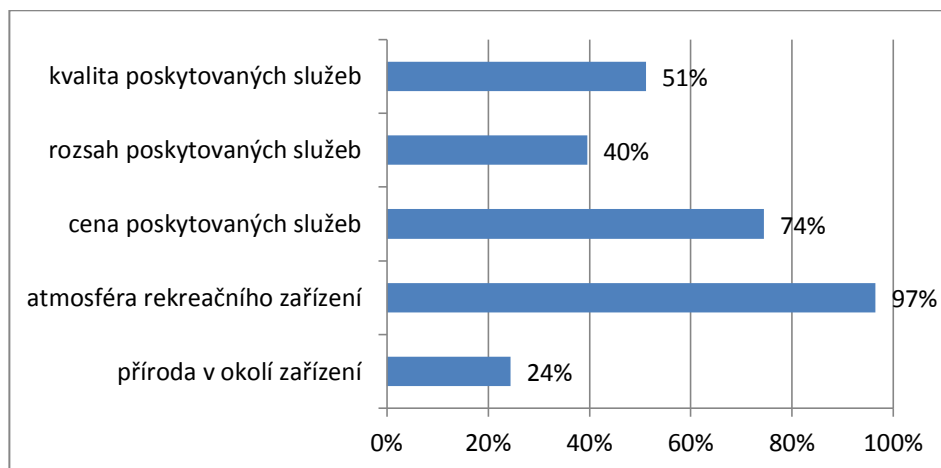


zdroj: vlastní šetření

U této otázky mohli dotazovaní zvolit více než jednu odpověď. Jak můžeme vidět na grafu č. 4, nejčastějšími zvolenými motivy pro pobyt v rekreačním zařízení byly odpočinek (77 %), rekreace u vody/koupání (73 %), zábava (71 %) a setkání se se známými (67 %). S velkým odstupem za těmito motivy bylo aktivní sportovní vyžití (23 %), z čehož většina připadla na vodní sporty (15 %) a totožně pouhá 4 % na turistiku a cyklistiku. Za rybařením přijelo 12 % dotazovaných a odpověď houbaření zvolilo 7 % respondentů.

**Otázka č. 7 Pokud jste již v minulosti na Častoboři byl/a, co pro Vás bylo rozhodující pro opakování návštěvy?**

Graf 5: Důvod opětovné návštěvy

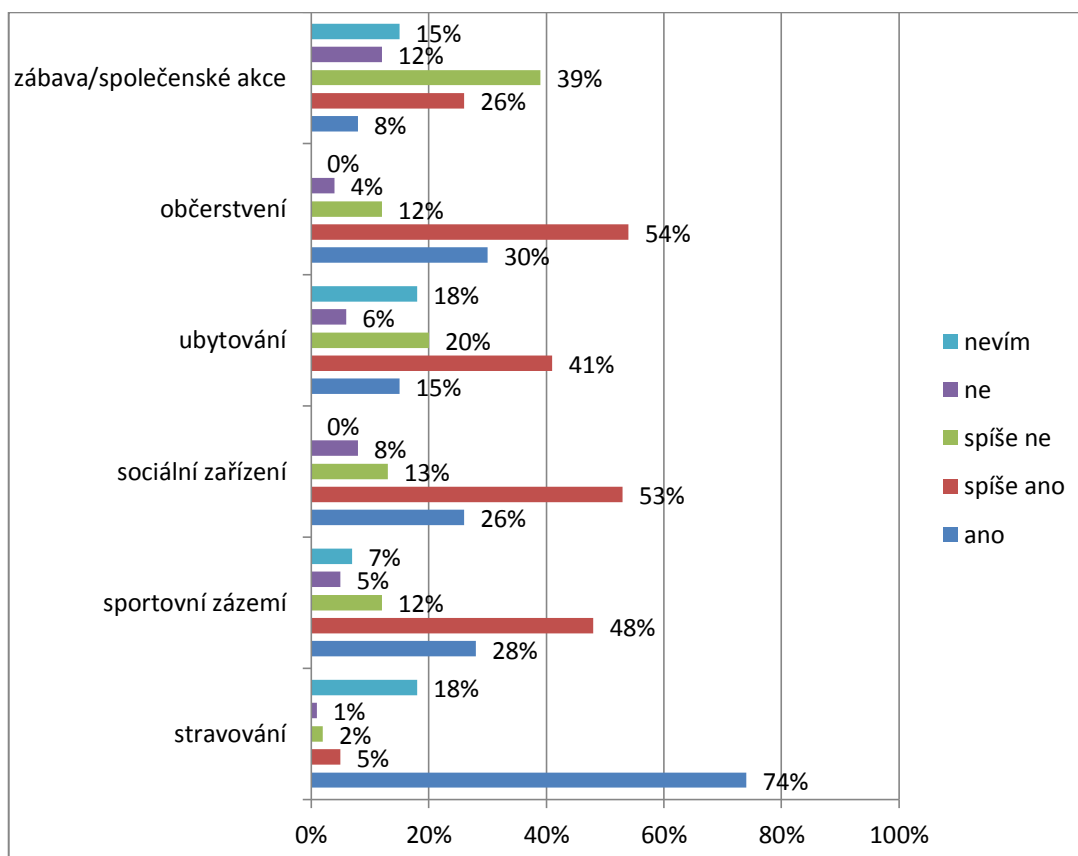


zdroj: vlastní šetření

V této otázce mohli respondenti také zaškrtnout více odpovědí. Jak je patrné z grafu č. 5, téměř všichni respondenti (97 %), kteří již někdy rekreační zařízení navštívili, se sem vrací kvůli celkové atmosféře rekreačního zařízení. Dále 74 % z nich zaškrtnulo odpověď cena poskytovaných služeb. S kvalitou poskytovaných služeb bylo v minulosti spokojeno 51 % a s rozsahem poskytovaných služeb 40 %. Nejméně volenou odpovědí byla příroda v okolí zařízení. Tu zvolilo pouze 24 %.

## Otázka č. 8 Jste spokojen s kvalitou a rozsahem současných služeb poskytovaných zařízením?

Graf 6: Hodnocení služeb



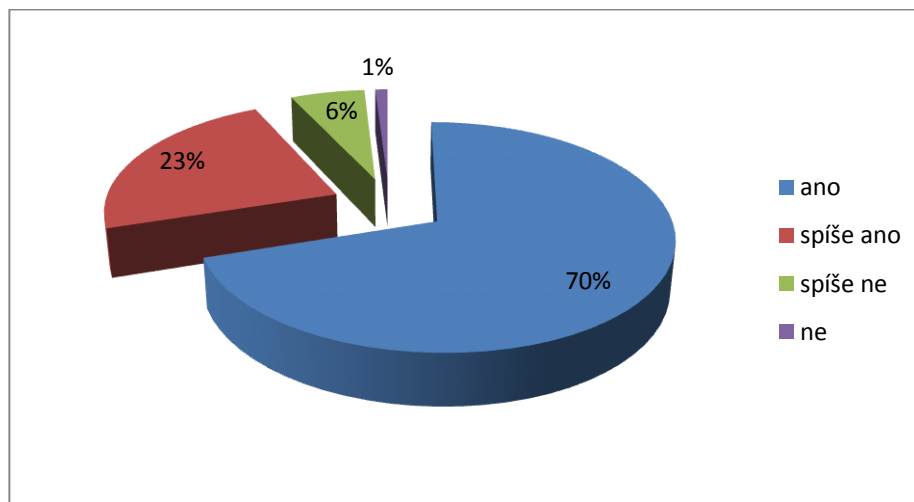
zdroj: vlastní šetření

U této otázky mohli dotazovaní zvolit mezi pěti odpověďmi. Čtyřmi z nich mohli vyjádřit svou spokojenost s jednotlivými službami, pátou, odpověď nevím, volili, pokud danou službu vůbec nevyužívali. Jak plyne z grafu č. 6, nejlépe si v hodnocení vedlo stravování. Možnost ano zde zaškrtno 74 % dotazovaných, dalších 18 % se stravováním nemělo zkušenost. Dalšími hodně pozitivně hodnocenými službami bylo sportovní zázemí, občerstvení a sociální zařízení. U všech těchto kategorií byly dominantní kladné odpovědi spíše ano a ano. I ubytování bylo hodnoceno z větší části kladně, přesto zde již můžeme vidět mnohem více různorodé odpovědi. Stejně jako u stravování 18 % uvedlo, že nemá s ubytováním zkušenost, což můžeme přisoudit návštěvníkům, kteří u otázky č. 3 uvedli pobyt bez přenocování. Více než čtvrtina respondentů však uvedla spíše záporné a záporné hodnocení. Nejhůře v hodnocení dopadla zábava/společenské akce. Dohromady více než polovina dotazovaných (51 %) zvolila záporné hodnocení. Bezesporu tento výsledek můžeme přiřadit tomu, že v rekreačním zařízení nejsou pořá-

dány žádné společenské akce. Kladné hodnocení u této otázky můžeme chápat tak, že si respondenti otázku vyložili jako celkový dojem z pobytu.

### Otázka č. 9 Přejde Vám kvalita a rozsah služeb odpovídající jejich ceně?

Graf 7: Adekvátnost ceny

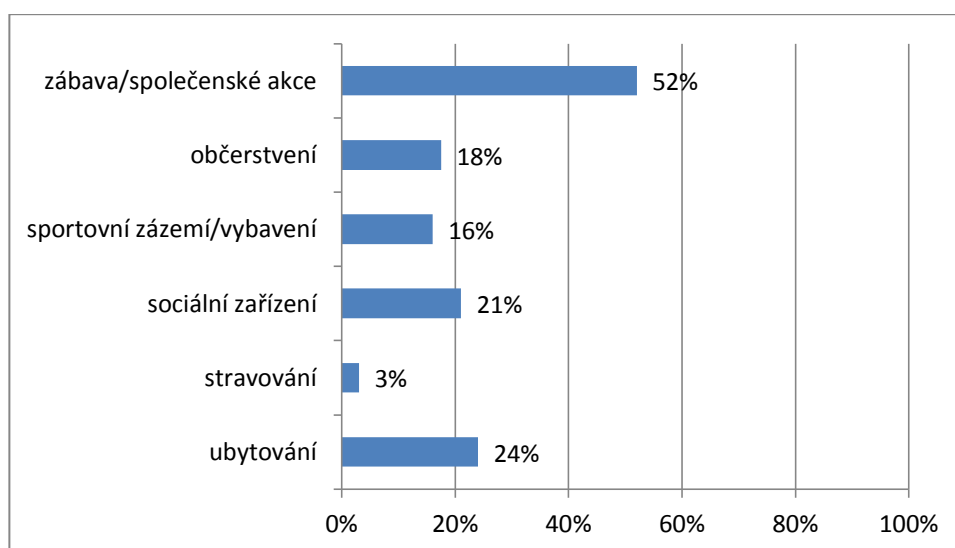


zdroj: vlastní šetření

Z grafu č. 7 můžeme jasně vidět, že téměř všichni respondenti, ať v předcházející otázce hodnotili kladně, či záporně, shledávají ceny poskytovaných služeb za adekvátní jejich kvalitě a rozsahu. Konkrétně mělo kladnou odpověď 93 % všech dotazovaných.

### Otázka č. 10 Které služby by podle Vás měly být inovovány, či rozšířeny?

Graf 8: Doporučení k inovaci, či rozšíření



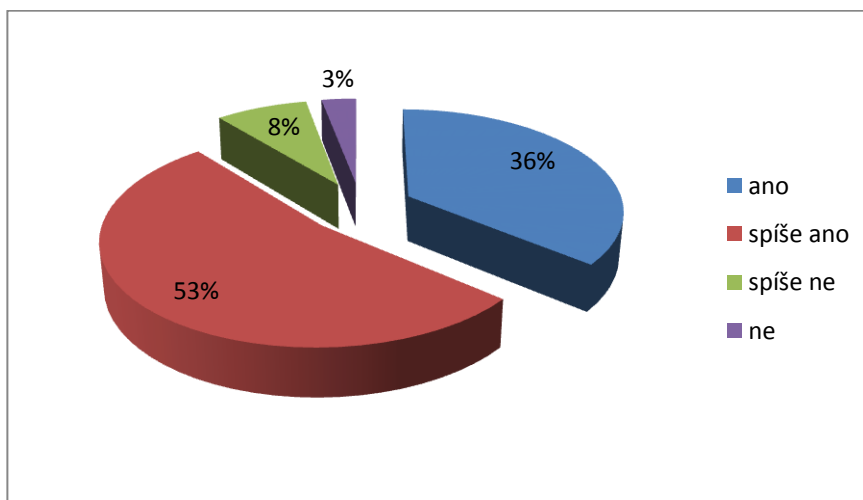
zdroj: vlastní šetření

Z grafu č. 8 je zřetelné, že výsledky u této otázky se vesměs, až na drobné odchylky, odrážely od spokojenosti zákazníků s jednotlivými službami, tak jak uváděli

v otázce č. 8. Nejraději by návštěvníci uvítali rozšíření možností zábavy a společenských akcí (52 %). Ostatní služby dosahovaly podobných hodnot okolo 20 %. Výjimkou bylo stravování, které by ráda zlepšila pouhá 3 % dotazovaných. V této otázce dále bylo vymezeno pole, do kterého mohli respondenti napsat své konkrétní návrhy na inovaci, či rozšíření služeb, pokud nějaké měli. Této možnosti příliš lidí nevyužilo, přesto zde bylo vypsáno několik návrhů na zlepšení. Zde jsou ty, které se vyskytovaly vícekrát. Častou odpovědí bylo právě zavedení nějakých společenských akcí v rekreačním zařízení. Další z věcí, která byla uváděna častěji, bylo zřízení WC a sprchy na opláchnutí v blízkosti pláže. Několik dotazovaných uvedlo i vybudování nových chatek. Někteří, zejména mladším návštěvníkům chybělo v rekreačním zařízení připojení k internetu. Vícekrát, ovšem už ne tak často, se vyskytovali například návrhy jako rozšíření dětského hřiště, pořízení více šlapadel, či půjčování kol. Nejednou se také objevila odpověď, že by na Častoboři neměnili nic.

#### **Otázka č. 11 Plánujete Častoboř opět navštívit?**

Graf 9: Potenciální opětovná návštěva



zdroj: vlastní šetření

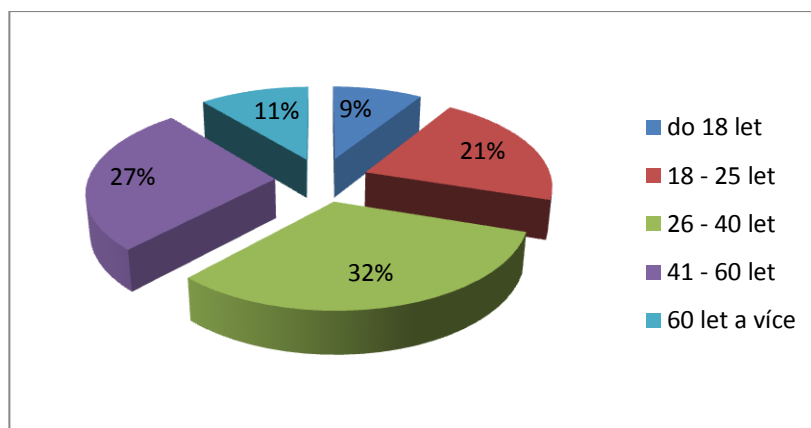
Z grafu č. 9 plynou pro rekreační zařízení vesměs pozitivní výsledky. Téměř 90 % všech dotazovaných se hodlá do rekreačního zařízení vrátit, nebo o tom alespoň uvažuje.

#### **Otázka č. 12 Vaše pohlaví?**

Dle pohlaví se podíl respondentů příliš nelišil. Lehkou převahu měli muži (56 %), dotazovaných žen pak bylo 44 %.

### Otázka č. 13 Jaký je Váš věk?

Graf 10: Věk respondentů



zdroj: vlastní šetření

V grafu č. 10 máme znázorněno věkové rozřazení respondentů. Nejpočetnější skupiny tvořili návštěvníci ve věku od 26 do 40 let a od 41 do 60 let. V závěsu za nimi byli návštěvníci mezi 18 a 25 lety. A nejmenšími skupinami byli návštěvníci nad 60 let a návštěvníci do 18 let. Tyto údaje vypovídají o tom, že velkým podílem návštěvníků byli právě rodiny s dětmi.

## 5.2 Rozhovory

### Rozhovor s členem městské rady města Sedlčany.

*Doneslo se mi, že městská rada byla projednávat otázku týkající se provozu zařízení přímo v areálu rekreačního zařízení. Co konkrétně se řešilo?*

Ano, opravdu tomu tak bylo. V září loňského roku jsme měli zasedání přímo v areálu rekreačního zařízení. Na zasedání byly projednávány záměry se zařízením do dalších let. Zasedání probíhalo přímo v areálu především z důvodu osobního seznámení se s aktuálním stavem zařízení.

*Jak si na tom tedy Častoboř stojí?*

Co se týče stavu samotného zařízení, neshledali jsme zde žádný zásadní problém, který by bránil jeho dalšímu provozu. Přesto je prozatím jeho provoz jistý pouze na nadcházející léto.

*V čem je tedy problém, když areál je v dobrém a provozuschopném stavu?*

Problémem je především to, že celý areál nemá jednotného majitele. Ve skutečnosti jsou zde celkem tři vlastníci. Samotné město Sedlčany je majitelem pouze chatky, sociálního zařízení a veškerého inventáře. Provozní budova, kuchyně a jídelna jsou majetkem odborového svazu Kovo a pozemek patří Obecnímu úřadu Nalžovice. V současnosti jsou právě na pozemek a provozní budovy podepsány nájemní smlouvy do konce tohoto roku.

*Má město v plánu tyto smlouvy prodloužovat?*

Ze strany města určitě bude snaha nájemní smlouvy prodloužit. Důležité však bude, jaké budou nastaveny podmínky těchto smluv. Zda nedojde k nějakému razantnímu navýšení nájmu. Tuto situaci jsme řešili zhruba před šesti lety, kdy se nájem zvedl téměř na dvojnásobek. Ve prospěch nám hraje to, že v této lokalitě nejsou povoleny stavby hotelů, či nějakých větších komplexů, proto doufáme, že se nám podaří smlouvy prodloužit.

*Žádné velké investice tedy v plánu město nemá?*

Jak již bylo řečeno, problémem jsou tři majitelé celého areálu, což nějaké dlouhodobé plány a větší investice znemožňuje. Město navíc nemůže zařízení dotovat z vlastních prostředků. Rekreační zařízení si musí vydělat samo na sebe. Což se stále daří, avšak po již zmíněném navýšení nájmu zbývají peníze pouze na základní opravy a údržbu, případně na rozšíření o nějaký drobný inventář.

### **Rozhovor s vedoucím rekreačního zařízení.**

*Jak probíhá sezóna na Častoboři a kdo rekreační zařízení navštěvuje?*

Rekreační zařízení je v provozu od května do září, z čeho hlavní sezónou jsou měsíce červenec a srpen. V květnu a září si zde ubytování v chatkách pronajímají především na víkendové pobyty různé party na pořádání oslav či firemních akcí, nebo rybáři s tím, že občerstvení u vody ani kuchyně nejsou v provozu. V červnu se zde konají školní výlety, či školy v přírodě, pro něž už je strava zařízena. Občerstvení „U Bobříka“ se otvírá až na přelomu června a července, kdy zde začíná hlavní sezóna. Během července a srpna se zde vystřídají rodiny na rodinnou rekreaci, sportovní oddíly, rybáři, či dětské tábory.

*Jaká je návštěvnost rekreačního zařízení a mění se nějak v průběhu let?*

Za celou sezónu se zde vystřídá cca 2000 hostů, z čehož zhruba polovina jsou děti (tábory, školy). Celkově zde stráví přibližně 8000 nocí. Návštěvnost v uplynulých letech měla kolísavý charakter. Záleží především na počasí. Dá se však říct, že se stále drží přibližně kolem stejných hodnot.

*Mění se nějak v průběhu let sorta návštěvníků rekreačního zařízení?*

Nějaké změny se určitě dají pozorovat. V posledních letech trochu ubývají lidé na rodinnou rekreaci, naopak přibývají děti v dětských táborech. I u samotných rodin dochází k lehkým změnám. Kromě tradičních part, které sem jezdí pravidelně, začínají jezdit prarodiče s vnoučaty a rodiče s malými dětmi.

*Proběhly v minulosti, nebo v současné době nějaké větší investice a inovace?*

Před několika lety proběhlo pár větších investic. Postavilo se 14 nových velkých chatek, udělaly se nové záchody a sprchy, inovovalo se vybavení kuchyně. Dále se zre-novovalo občerstvení na pláži a udělalo se kolem něj větší sezení. V současné době, z důvodu zvýšení nájmu, již k takto velkým investicím nedochází. Zisk pokryje pouze základní údržbu a obnovu současného vybavení, případně jeho lehké rozšíření.

### **Kontaktování orgánu místní samosprávy**

Proběhla také snaha kontaktovat orgán místní samosprávy, konkrétně obecní úřad Nalžovice, který je majitelem pozemku, zda mají s Častoboří nějaké plány do budoucna a jestli by měli zájem na nějaké větší investici do rekreačního zařízení. Bylo mi však pouze odpovězeno, že v současnosti žádné velké plány neprobíhají a veškeré záležitosti, že jsou či budou projednávány s městem Sedlčany.

## **5.3 Vlastní poznatky**

Rád bych zde uvedl i vlastní poznatky o chodu rekreačního zařízení, jelikož jsem toto zařízení navštěvoval od dětských let se svými rodiči a poslední 4 roky zde působím, vždy v hlavní sezóně, jako brigádník v občerstvení na pláži.

Podle mého názoru funguje zařízení na dobré úrovni a drží si celkem stálou návštěvnost, jako tomu bývalo zhruba před 10-15 lety, kdy si myslím, že bylo zařízení v hlavním rozkvětu, a to i v současných podmínkách, kdy je trh cestovního ruchu mnohem větší a možností na trávení volného času je nespočetně více. Pravdou však je,



že tradičních rodinných skupin a skupin přátel, které v minulých letech tvořily hlavní klientelu zařízení, pozvolna ubývá a především v měsíci srpnu je nahrazují dětské tábory. Myslím si, že v dnešní době se také změnila požadavky i celkové chování návštěvníků. Myslím si, že lidé už nejsou tak aktivní, jako tomu bývávalo. Dříve přijela skupina návštěvníků a dokázala si sama vytvořit program na celý týden. V dnešní době mi přijde, že tomu tak již není. Další změnou mi přijde, že čím dál tím více ubývá v řadách ubytovaných návštěvníků těch, kteří umí hrát na nějaký hudební nástroj, a zpěv a zvuk kytary zde již není takovou samozřejmostí, jako tomu bývávalo. Proto si myslím, že by se do toho mělo snažit z určité části zasáhnout právě samotné zařízení pořádáním společenských či sportovních akcí. Nemělo by se jednat o přípravu celotýdenního programu pro ubytované návštěvníky, jelikož každý sem přijel trochu za jiným účelem, ale myslím si, že by se návštěvníkovi zařízení mělo dostat v průběhu pobytu nějakého zpestření, či zpříjemnění pobytu, aniž by s tím měl sám nějaké starosti.

#### **5.4 Syntéza dat**

Z dotazníkového šetření se ukázalo, že rekreační zařízení Častobor je, zařízení spíše regionálního významu, s často se opakující klientelou, která sem přijíždí převážně na týdenní rekreační pobyty a důvodem jejich opakované návštěvy je především celková atmosféra zařízení. Z rozhovoru s vedoucím zařízení vyplývá, že zhruba polovinu všech návštěvníků tvoří děti. Ty sem jezdí jak na školy v přírodě, tak na dětské tábory. Tento údaj se příliš neshoduje s dotazníkovým šetřením, a to z toho důvodu, že dotazníkový průzkum probíhal pouze ve vybraných týdnech měsíce července a srpna. Právě v těchto týdnech zde žádný dětský tábor neprobíhal, a školy v přírodě se konají v měsíci červnu. O druhou půlku se převážně dělí rodiny, skupiny rodin či přátel, které sem jezdí především za odpočinkem, rekreací u vody a setkání se s přáteli. Doplněny jsou pak sportovními oddíly a rybáři. Nejlépe hodnocenou službou bylo jednoznačně stravování. Naopak nejhůře respondenti hodnotili možnost zábavy/společenských akcí, a proto by zde očekávali nějakou inovaci. Ostatní služby byly hodnoceny vesměs kladně, přesto by zde návštěvníci uvítali drobné inovace, či rozšíření. Dále se z rozhovorů dozvídáme, že v průběhu posledních cca. 10 let proběhlo několik větších investic na rozšíření ubytovacích jednotek, modernizace kuchyně, sociálních zařízení a občerstvení na pláži, a také, že v současnosti již nejsou na podobné větší investice prostředky z důvodu nejednotnosti vlastnictví areálu rekreačního zařízení.

## **6 NÁVRHY NA INOVACI STÁVAJÍCÍHO PRODUKTU**

Při vytváření návrhů na inovaci či rozšíření stávajících služeb bylo vycházeno ze syntézy výsledků dotazníkového řízení, informací zjištěných z obou rozhovorů a také z vlastního pozorování z pohledu zaměstnance v daném rekreačním zařízení. Aby tyto návrhy měly reálnou možnost využití, bylo zapotřebí zjistit potenciální sumu peněz, kterou by bylo možné investovat. Po provedených rozhovorech s vedoucím zařízení a radním města, kde byla objasněna současnou situaci ohledně vlastnictví a finanční situace rekreačního zařízení, byl stanoven finanční strop 50 000 Kč. Tato částka není samozřejmě nijak závratná, proto bude v následující části navrženo několik menších návrhů, které by měly vést ke zpříjemnění pobytu návštěvníků rekreačního zařízení a napomout tak k jejich opětovnému příjezdu, nebo k přilákání nových návštěvníků.

### **6.1 Společenské akce**

Z dotazníkového šetření a z vlastních poznatků se ukazuje jako největší nedostatek nečinnost rekreačního zařízení v organizaci zábavního programu v podobě pořádání společenských či sportovních akcí. Z toho důvodu zde bude navrženo několik nápadů, které by mohlo rekreační zařízení realizovat. Tyto akce by měly sloužit jak pro zpestření pobytu ubytovaných hostů, ale také k jednorázovým zvýšením návštěvnosti zařízení v dnech pořádání akcí. Což by tím pádem vedlo ke zvýšení tržeb za občerstvení, popřípadě ke krátkodobému zaplnění nevyužitých ubytovacích jednotek.

#### **Venkovní promítání**

Jedním z návrhů je venkovní promítání filmů v rekreačním zařízení. Jednalo by se o pravidelné promítání filmů v hlavní sezóně, tedy měsíci červenci a srpnu, na pláži rekreačního zařízení. Pro tuto akci by byla přínosná spolupráce s občanským sdružením Sedlčanský filmový klub, které ve městě působí. Filmový klub by měl díky svým zkušenostem na starosti obstarávání autorských práv na veřejné promítání, dodání projekční techniky a samotný průběh projekce. Rekreační zařízení by pak poskytlo prostory a promítací plochu, a k dispozici by bylo zdejší občerstvení v blízkosti pláže. Promítání by probíhalo jednou týdně, vždy ve středu, po celou dobu hlavní sezóny. Případné změny promítacího dne, či zrušení promítání by se odvíjelo od předpovědi počasí. Za promítání by se vybíral poplatek cca 50 Kč za osobu, který by se odváděl filmovému klubu na pokrytí nákladů s pořizováním autorských práv a na samotné promítání.

Pozvánka na promítací večery by byla umístěna na oficiálních internetových stránkách a facebookových profilech rekreačního zařízení, filmového klubu, samotného města Sedlčany, či na internetové noviny Sedlčanský kraj. Dále by se vytvořily jednoduché plakáty, které by se vylepily v obcích v nejbližším okolí města Sedlčany, a jejichž účelem by bylo seznámení s celkovou myšlenkou akce a dále by odkazovaly na jednu z výše uvedených internetových stránek, kde by se lidé dozvěděli přesnější informace o promítaném filmu, datu a času jeho promítání, ceně, či případných změnách z důvodu nepříznivého počasí.

Pro rekreační zařízení by pořádání těchto akcí znamenalo pouze drobnou počáteční investici. Vytištění a vylepení cca. 20 černobílých plakátů formátu A3 by stálo zhruba 350 Kč. Dalším nákladem by bylo pořízení bílého plátna 4\*2,4 metrů 600 Kč a sestavení jednoduché dřevěné konstrukce na upevnění plátna cca. 1 000 Kč. Počáteční investice by tak představovala zhruba 2 000 Kč. V průběhu každého promítání by poté vznikaly náklady na spotřebu energie, což jsou ovšem zanedbatelné částky.

### **Koncerty na Častoboři**

Dalším návrhem je pořádání koncertů v rekreačním zařízení. Mohlo by se jednat o pravidelné menší koncerty v hlavní sezóně, nebo o jednu až dvě akce většího typu. Popřípadě kombinaci obou těchto možností.

První variantou by byly pravidelné menší akustické koncerty, na které by byla zvána menší akustická uskupení, která působí, nebo začínají působit na sedlčanské hudební scéně. Koncerty by se konaly v přímé blízkosti venkovního sezení u stánku s občerstvením. Konaly by se každou sobotu, hlavně v měsíci červenci, jako uvítací večer pro nově příjezdící hosty, zároveň by na ně však byli zváni obyvatelé nejbližšího okolí a příznivci účinkujících kapel. Ubytování hosté by o této akci byli informováni předem z internetových stránek rekreačního zařízení. Ostatní veřejnost pak především prostřednictvím facebookových stránek vystupujících kapel, či samotného rekreačního zařízení. Jelikož by se jednalo o malé, často začínající hudební celky, náklady na pořádání těchto akcí by byly minimální. Tyto kapely koncertují většinou za dobrovolné vstupné, které by se vybralo v průběhu koncertu. Rekreační zařízení by pak kapele poskytlo základní občerstvení a přísun elektrické energie. Mohli bychom tedy mluvit o nákladech v řádech stokorun maximálně do 1 000 Kč podle počtu členů dané kapely.

Druhou variantou by pak byla jednorázová akce většího typu. Mohlo by jít například o rozlučku s létem na konci srpna, kdy zde již končí hlavní sezóna. Ta by proběhla formou menšího hudebně-divadelního festivalu. Akce by byla pořádána ve spolupráci s lidmi ze Sedlčanska, kteří mají s pořádáním podobných akcí zkušenosti a disponují potřebným vybavením a technikou pro takovéto akce. Rekreační zařízení by pak poskytlo prostory, energii, spolupodílelo by se na občerstvení celé akce a nabídlo možnost ubytování. Akce by byla rozdělena na dvě stage. Jedna by byla umístěna na pláži u řeky, kde by koncertovaly zhruba 4 kapely, druhá malá stage by byla na venkovním sezení u zdejšího stánku s občerstvením, kde by při pauzách mezi kapelami vystupovaly amatérské divadelní spolky či menší akustické hudební projekty. Všechny hudební a umělecké spolky by byly přímo ze Sedlčan, či jejich širšího okolí. O akci by se informovalo opět prostřednictvím webových a facebookových stránek rekreačního zařízení, města Sedlčany a jednotlivých účinkujících. Dále by byly rozvěšeny plakáty po širším okolí města Sedlčany a přímo v rekreačním zařízení, čímž by o tom byli informováni návštěvníci již od začátku léta.

Na akci by bylo vybíráno vstupné, odvíjející se podle účinkujících kapel, cca 150 Kč. To by šlo na úhradu účinkujících a nákladů spojených s pořádáním akce. V případě nesplacení by se náklady doplácely ze zisku na občerstvení. Popřípadě od sponzorů, pokud by se podařilo nějaké sehnat. V ceně by měli návštěvníci možnost přespání ve vlastním stanu v areálu zařízení. Dále by zde byla možnost pronajetí chatičky, i na celý víkend, za sníženou cenu. Akce by tak pomohla ke krátkodobému zaplnění areálu již na konci hlavní sezóny.

### **Sportovní turnaje**

Další možností, jak přilákat více jednodenních, či víkendových návštěvníků, případně zpestřit pobyt již ubytovaným hostům, by mohlo být pořádání sportovních turnajů např.: nohejbalové, volejbalové, malá kopaná. S tímto by rekreační zařízení nemělo téměř žádné výdaje, jelikož hřišti a potřebným sportovním vybavením disponuje. Jediným nákladem by bylo obstarání cen, na což by se ovšem vybralo ze zápisného do turnaje. Naopak by to opět vedlo ke zvýšení tržeb za občerstvení a možnému zaplnění nevyužitých ubytovacích jednotek soutěžícími a jejich blízkými.

## 6.2 Rozšíření inventáře rekreačního zařízení

Jak již bylo výše uváděno, nejednotnost vlastnictví areálu znemožňuje v současné době větší investice a na případné rozšíření inventáře byla stanovena částka 50 000 Kč.

### Venkovní sprcha u vody

V dotazníkovém šetření vícekrát zazněl návrh na vybudování venkovní sprchy v blízkosti pláže, na možnost opláchnutí se po koupání v řece. Prvním návrhem na rozšíření inventáře by tak bylo právě koupení a instalace venkovní sprchy. Jednalo by se o zahradní solární sprchu s objemem zásobníku 18 l. Sprcha by tak poskytovala možnost i teplé vody. Sprcha se dá snadno ukotvit pomocí 4 šroubů do pevného podkladu a napájena je jednoduše zahradní hadicí, která by se dala navést již z existujícího vodovodu. Bylo by však potřeba vydláždít prostor pod sprchou a příchodový chodníček

Náklady na pořízení:

- solární sprcha: 1 990 Kč,
- zahradní hadice 20 m.: 300 Kč,
- nákup dlaždic a vydláždění (cca. 8 m<sup>2</sup>): cca. 3 000 Kč,
- celkové náklady by tak činily: 5 290 Kč.

### Koupě šlapadla

Jelikož jako jeden z hlavních motivů návštěvy rekreačního zařízení byla uváděna rekreaci u vody, je dalším návrhem pořízení druhého vodního šlapadla, které by sloužilo právě ke zkvalitnění rekreace u vody. Z důvodu finančního omezení by se nepořizovalo úplně nové, ale šlapadlo z bazaru. Takovéto šlapadlo by se dalo pořídit za 16 500 Kč. V hlavní sezóně by se šlapadlo pronajímalo za 50 Kč/h, v červnu a v září by se pak mohlo školám v přírodě, či víkendovým skupinám po domluvě pronajímat za hromadnou sníženou cenu na celý pobyt. Náklady na šlapadlo by se tak zhruba mohly pokrýt za jednu sezónu.

### Rozšíření dětského hřiště

Jak jsme se dozvěděli z rozhovoru s vedoucím rekreačního zařízení, téměř polovinu všech ubytovaných návštěvníků tvoří za celou sezónu děti z dětských táborů, či škol v přírodě, a v posledních letech začíná jezdit také více rodin s malými dětmi. Z tohoto důvodu vznikl další návrh, jímž je rozšíření dětského hřiště. V současné době se zde nachází dětské pískoviště, řetězová dvojhoupačka a jedno houpadlo na pružině. Ze zby-

lých peněz by bylo možné rozšíření o další dva herní prvky. Těmi by mohly být balanční lanový prvek a hrazda.

Náklady:

- cena hrazdy včetně odborné montáže: 6 000 Kč,
- cena balanční lanové překážky včetně odborné montáže: 14 300 Kč,
- celkem 20 300 Kč.

### **Vybavení společenské místnosti**

Momentálně je zde zákazníkům k dispozici stolní fotbálek, různé společenské hry a televize. Dalším rozšířením by mohla být např. koupě nástěnných elektronických šipek. Cena pořízení cca. 2000 Kč. A ačkoliv většina hostů, kteří sem jezdí opakovaně, sem jezdí právě kvůli atmosféře zařízení, a tzv. si zde chtějí odpočinout od civilizace, je posledním návrhem zavedení wifi připojení do rekreačního zařízení. V dnešní moderní době je to již prakticky nezbytností. To by bylo zavedeno právě do společenské místnosti, kde by jej mohli hosté využívat. Vyčíslení ceny zde není momentálně možno uvést, jelikož vše by se odvíjelo od toho, zda je v daném místě pokrytí nějakou sítí, jaká zařízení by se musela použít a jak náročná by byla instalace.

## 7 ZÁVĚR

Cílem práce byla specifikace nabídky zkoumané turistické oblasti a analýza stávajícího produktu rekreačního zařízení Častoboř, komparace se službami podobných zařízení. Na základě výsledků provedených analýz pak doporučení pro další rozvoj služeb zkoumaného rekreačního zařízení. Na počátku byl, po důkladném prostudování odborné literatury, sepsán literární přehled řešené problematiky. Poté proběhlo základní vymezení území, ve kterém se rekreační zařízení nachází, podobných zařízení v blízkém okolí a na nakonec samotného zkoumaného rekreačního zařízení. Toto vymezení probíhalo na základě analýzy sekundárních dat převážně z internetových pramenů. V rekreačním zařízení proběhlo terénní šetření v podobě dotazníkového průzkumu a vlastního pozorování z pohledu zaměstnance rekreačního zařízení. Tímto šetřením byla zjištěna spokojenost či nespokojenost návštěvníků se současným stavem poskytovaných služeb a případné požadavky na jejich rozšíření. Z dotazníkového průzkumu se nám ukázalo, že rekreační zařízení je spíše regionálního významu s poměrně dost opakující se klientelou. Ta se sem vrací především kvůli celkově atmosféře zařízení. Nejčastějšími motivy návštěvy jsou odpočinek, rekreace u vody a setkání se s přáteli. Současné poskytované služby byly hodnoceny převážně pozitivně. Nejraději by návštěvníci uvítali pořádání nějakých zábavních či společenských akcí a drobné rozšíření inventáře zařízení. Pro doplnění informací a zjištění případných omezení pro naplnění cílů bakalářské práce proběhly dva nestrukturované rozhovory. V nich byla vysvětlena současná situace ohledně nejednotnosti vlastnictví areálu rekreačního zařízení a byl stanoven finanční strop 50 000 Kč pro případnou investici do inovace či rozšíření služeb zařízení. Na základě syntézy veškerých zjištěných dat byly sepsány návrhy, které by bylo možné do limitující částky 50 000 Kč realizovat. Většina návrhů by nesloužila k přímému finančnímu zisku, ale ke zkvalitnění pobytu ubytovaných hostů a napomoci tak k případné opětovné návštěvě buď to v té samé sezóně, či v letech dalších. Některé návrhy by však měly i okamžitý ekonomický přínos a to především zvýšením tržeb zdejšího občerstvení. Pokud by v budoucnosti došlo k nějakým změnám ve vlastnických poměrech, či ke společné snaze investovat do inovace rekreačního zařízení větší sumu peněz, byla by na místě především investice do přestavby a modernizace části dosavadních ubytovacích jednotek. V současné době to však není realizovatelné a zajisté by tomu musel předcházet hlubší průzkum a finanční plánování než bylo použito v této práci. Tímto problé-

mem by se bylo možné případně zabývat v diplomové práci v navazujícím studiu. Stanovené návrhy a opatření pro inovaci stávajícího produktu byly postaveny na specifikaci nabídky zkoumané turistické oblasti, analýze stávajícího produktu rekreačního zařízení Častobůř a komparaci se službami podobných zařízení. Díky provedeným analýzám byly stanoveny možnosti dalších inovací a rozvoje produktu a tím byly splněny vytyčené cíle práce.



## 8 SUMMARY

The purpose of this work was to specify services offered in an examined tourist area and an analysis of recent product of leisure facility of Častoboř. Then a comparison with similar facilities took place. Subsequently, a few suggestions about further development of the services offered were made, based on results of the analysis mentioned above. At the beginning, there is a summary of relevant, thoroughly examined literature listed. After that, a basic demarcation of the examined leisure facility as well as similar neighbouring facilities was done. This demarcation was determined pursuant to secondary data from internet resources analysis. In leisure facility itself, a field survey in the form of a questionnaire survey and observation from point of view of an employee took place. This survey revealed clients' satisfaction or dissatisfaction with recent state of services offered as well as demands for its improvement. To complete the information and find possible limitations for the purpose fulfillment of the thesis two unstructured interviews took place. Firstly, a recent situation regarding unclear ownership of the Častoboř facility was clarified in those. Secondly, a financial limit for considered investment to innovation or service was set to 50,000 CZK. Suggestions which are supposed to be feasible with limiting 50,000 CZK, based on a synthesis of all the data gathered, are listed. Most of the suggestions would not serve to enhance the profit directly but to improve the quality of guests' stay and thus enhance a chance of revisit either in the current season or another one. Some of the suggestions, however, are supposed to have an immediate economical impact, as the income of local refreshment stand would. If there is a change in the situation concerning ownership (or a combined effort to invest a reasonable amount) an investment on reconstruction and renovation of accommodation should take place. However, this does not seem feasible at the moment. A more thorough research and financial planning than the ones in this thesis would be necessary. This issue might be dealt with in a master's degree thesis. The defined suggestions and precautions for innovation of current product were based on a specification of the services offered in the examined tourist area as well as the analysis of current product of leisure facility of Častoboř and comparison with similar facilities. A few possibilities of other innovations and development of the product were set according to the analysis. That means the purpose of the thesis was met.

Keywords: innovation, product, leisure facilities, tourist area.

## 9 SEZNAM PRAMENŮ A POUŽITÉ LITERATURY

Clemente, M. N. (2004). *Slovník marketingu*. Brno: Computer Press.

CzechTourism. (2013a). Mapa tur. regionů a oblastí, ke dni 9. 3. 2014. Dostupné z <http://www.czechtourism.cz/marketingove-aktivity/spoluprace-s-regiony/mapa-tur-regionu-a-oblasti/>.

CzechTourism. (2013b). Památky v regionu Střední Čechy, ke dni 10.3. 2014. Dostupné z <http://www.kudyznudy.cz/Kam-pojedete/Stredni-Cechy/Pamatky.aspx>.

CzechTourism. (2013c). Hrad Český Šternberk, ke dni 10. 3. 2014. Dostupné z <http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Hrad-Cesky-Sternberk.aspx>.

CzechTourism. (2013d). Zámek Konopiště – za Františkem Ferdinandem na zámek, ke dni 10. 3. 2014. Dostupné z <http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Na-Konopiste-za-Frantiskem-Ferdinandem.aspx>.

CzechTourism. (2013e). Den Kozla, ke dni 10. 3. 2014. Dostupné z <http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Akce/Den-Kozla.aspx>.

CzechTourism. (2013f). Zámek Kačina u Kutné Hory a Muzeum českého venkova NZM Kačina, ke dni 10. 3. 2014. Dostupné z <http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Zamek-Kacina-u-Kutne-Hory-a-Muzeum-ceskeho-venkova.aspx>.

CzechTourism. (2013g). Zámek Dobříš – na výlet po celý rok, ke dni 11. 3. 2014. Dostupné z <http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Na-vylet-na-zamek-v-Dobrisi-muzete-po-cely-rok.aspx>.

CzechTourism. (2013h). Zámek Vrchotovy Janovice – expozice Národního muzea, ke dni 11. 3. 2014. Dostupné z <http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Expozice-Narodniho-muzea-na-zamku-Vrchotovy-Janovi.aspx>.

CzechTourism. (2013i). Dobrodružná hra TEPfaktor, ke dni 11. 3. 2014. Dostupné z <http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Sportovne-zabavni-centrum-TEPfaktor.aspx>.

CzechTourism. (2014). Turistický region Střední Čechy, ke dni 9. 3. 2014. Dostupné z <http://old.czechtourism.cz/didakticke-podklady/2-turisticky-potencial-regionu/turisticky-region-stredni-cechy/>.

- Čertík, M., Attl, P., Sysel, J., & Vitáková, M. (2000). *Cestovní ruch: Vývoj, organizace a řízení*. Praha: OFF.
- Dyrt, Z., & Stříteská, M. (2009). *Efektivní inovace: odpovědnost v management*. Brno: Computer Press.
- Foret, M., & Foretová, V. (2001). *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing.
- Google. (2014). Častoboř, ke dni 11. 3. 2014. Dostupné z <http://mapy.vyletnik.cz/castobor-3651/#x=49.74062305764079@y=14.370589256286621@z=12>.
- Gúčík, M., Kmeco, L., Kučerová, J., Malachovský, A., Maráková, V., Oriška, J., Patůš, P., Raši Š., Tomášová, A., & Vetráková, M. (2004). *Krátký slovník cestovního ruchu*. Banská Bystrica: Slovensko-švajčiarske združenie pre rozvoj cestovního ruchu.
- Gúčík, M. (2010). *Cestovní ruch: Úvod do štúdia*. Banská Bystrica: Dali-BB.
- Gúčík, M. (2012). Inovácie v cestovnom ruchu ako súčasť stratégie Európa 2020. *Ekonomická revue cestovního ruchu*, 45(2), 68-78.
- Hamberger, K. (2009a). Průhonice v krásném parku, ke dni 10. 3. 2014. Dostupné z <http://www.krasnecechy.cz/krasna-mista/stredni-cechy-jih/pruhonice-v-krasnem-parku>.
- Hamberger, K. (2009b). Sázava, ke dni 10. 3. 2014. Dostupné z <http://www.krasnecechy.cz/krasna-mista/stredni-cechy-jih/sazava>.
- Hamberger, K. (2009c). Žleby – stojí za návštěvu, ke dni 10. 3. 2014. Dostupné z <http://www.krasnecechy.cz/krasna-mista/stredni-cechy-jih/zleby-stoji-za-navstevu>.
- Hanzalková, A., Keřkovský, M., & Kostroň, L. (2013). *Personální strategie: krok za krokem*. Praha: C. H. Beck.
- Hesková, M., Beránek, J., Dvořák, V., Novacká, L., & Oriška, J. (2011). *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna.
- Hladká, J. (1997). *Technika cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing.
- Horner, S., & Swarbrooke, J. (2003). *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: Aplikovaný marketing služeb*. Praha: Grada Publishing.
- Hrašková, D. (2008). *Úloha inovácií v rozvoji organizácie*, ke dni 13. 3. 2014. Dostupné z <http://www.logistickymonitor.sk/en/images/prispevky/uloha-inovacii.pdf>.

- Indrová, J., Malá, V., Mlejnková, L., Netková, J., & Vaško, M. (2004). *Cestovní ruch I*. Praha: Oeconomica.
- Jasanský, J. (2006). *Národní inovační strategie ČR*, ke dni 6. 3. 2014. Dostupné z <http://www.mpo.cz/dokument11662.html>.
- Kemp Cholín. (2014). *Kemp pro karavany a stany*, ke dni 11. 3. 2014. Dostupné z [http://www.kemp-cholin.cz/Kemp\\_pro\\_stany\\_a\\_karavany\\_aamp;\\_sluzby-1.html](http://www.kemp-cholin.cz/Kemp_pro_stany_a_karavany_aamp;_sluzby-1.html).
- Kozel, R., Svobodová, H., Vilamová, Š., Baránek, P., Velčovská, Š., Ostrožná, J., Hlučnicková, M., & Steinová, M. (2006). *Moderní marketingový výzkum*. Praha: Grada Publishing.
- Kozel, R., Mynářová, L., & Svobodová, H. (2011). *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada Publishing.
- Kotler, P. (2003). *Marketing od A do Z: osmdesát pojmů, které by měl znát každý manažer*. Praha: Management Press.
- Kučerová, I. (1997). *Ekonomika se zaměřením na cestovní ruch*. Praha: Idea Servis.
- Kučerová, J., Strašík, A., & Šebová, L. (2010). *Ekonomika podniku cestovního ruchu*. Banská Bystrica: Slovak-Swiss Tourism.
- Linderová, I. (2013). *Cestovní ruch: Základy a právní úprava*. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava.
- Malá, V. (1999). *Cestovní ruch: (vybrané kapitoly)*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze.
- Město Příbram. (2013). *Kulturní památky*, ke dni 11. 3. 2014. Dostupné z <http://www.pribram.eu/mesto-pribram/o-meste/kulturni-pamatky.html>.
- Orieška, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis.
- Palatková, M. & Zichová, J. (2011). *Ekonomika turismu: turismus České republiky: vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky*. Praha: Grada Publishing.
- Pásková, M. & Zelenka, J. (2002). *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj.
- Petrů, Z. (1999). *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha: Idea servis.

- Petříková, R. (2012). *Zdroje jsou omezené – inovace, kreativita a kvalita nikoliv*. In J. Kalabisová (Ed.), *Mezinárodní vědecká konference hotelnictví, turismus a vzdělávání* (s. 246-254). Praha: Vysoká škola hotelová.
- Pohounek, J. (2011). *Blaník a okolí, ke dni 10. 3. 2014*. Dostupné z <http://www.krasnecechy.cz/krasna-mista/stredni-cechy-jih/blanik-a-okoli>.
- Pompurová, K., & Cvancigerová, E. (2012). *Inovácie produktu na príklade slovenských cestovných kancelárií zameraných na domáci cestovný ruch*. In J. Kalabisová (Ed.), *Mezinárodní vědecká konference hotelnictví, turismus a vzdělávání* (s. 255-263). Praha: Vysoká škola hotelová.
- Rekreační chatky Sejce. (2014). *O objektu, ke dni 11. 3. 2014*. Dostupné z <http://www.sejce.cz/vybaveni>.
- Sedlčanské technické služby. (2014a). *Častobor – letní rekreace u Slapského jezera, ke dni 11. 3. 2014*. Dostupné z [http://www.ts.sedlcany.cz/castobor\\_info.html](http://www.ts.sedlcany.cz/castobor_info.html).
- Sedlčanské technické služby. (2014b). *Častobor – Ceník 2014, ke dni 11. 3. 2014*. Dostupné z [http://www.ts.sedlcany.cz/castobor\\_cenik.html](http://www.ts.sedlcany.cz/castobor_cenik.html).
- Seznam.cz. (2011). *Lokalita Častobor, Nalžovice, ke dni 23. 4. 2014*. Dostupné z [http://www.mapy.cz/#!q=%25C4%25Dastobo%25C5%2599&t=s&x=14.475255&y=49.885642&z=8&d=area\\_12760\\_1](http://www.mapy.cz/#!q=%25C4%25Dastobo%25C5%2599&t=s&x=14.475255&y=49.885642&z=8&d=area_12760_1).
- Staňkovi. (2014). *Rekreační středisko „U Candáta“ – Slapy Oboz, ke dni 11. 3. 2014*. Dostupné z <http://www.slapyoboz.cz/>.
- Škodová-Parmová, D. (2003). *Provoz služeb v cestovním ruchu*. České Budějovice: Jihočeská univerzita.
- Štroblová, H. (2014). *Historie města, ke dni 10. 3. 2014*. Dostupné z <http://www.kutnahora.cz/index.php?sec=2&cid=89>.
- T.I.S. (2007). *Střední čechy, ke dni 10. 3. 2014*. Dostupné z <http://www.mavlast.cz/turisticka-oblast.stredni-cechy>.
- Vlček, J. (2009). *Ekonomie a ekonomika*. Praha: Wolters Kluwer.
- Vystoupil, J., Holešinská, A., Kunc, J., Maryáš, J., Seidenglanz, D., Šauer, M., Tonev, P., Viturka, M., Franěk, P., Tittelbachová, Š., Petříčková, L., Chaloupka, R., Žáčková,

P., & Kratochvíl, P. (2006). *Atlas cestovního ruchu České republiky*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.

Vystoupil, J., Holešinská, A., Kunc, J., & Šauer, M. (2007). *Návrh nova rajonizace cestovního ruchu ČR*. Brno: Masarykova univerzita.

Vystoupil, J., Kunc, J., Šauer, M., & Tonev, P. (2010). Vývoj cestovního ruchu v České republice a jeho prostorové organizace v letech 1990 – 2009. *Urbanismus a územní rozvoj*, 13(5), 93-108.

www.Slapy.cz. (2007). Informace o přehradě, ke dni 11. 3. 2014. Dostupné z <http://www.slapy.cz/informace.html>.

www.vysokychlumeck.eu. (2011). Městys Vysoký Chlumeck, ke dni 11. 3. 2014. Dostupné z <http://www.vysokychlumeck.eu/vysoky-chlumeck/>.

www.vysokychlumeck.eu. (2012a). Vltavské břehy, ke dni 11. 3. 2014. Dostupné z <http://www.sedlcansko.cz/vltavske-brehy/>.

www.vysokychlumeck.eu. (2012b). Představujeme Sedlčansko, ke dni 11. 3. 2014. Dostupné z <http://www.sedlcansko.cz/predstavujeme-sedlcansko/>.

## 10 SEZNAM OBRÁZKŮ A GRAFŮ

### 10.1 Obrázky

Obrázek č. 1: Turistické regiony České republiky

Obrázek č. 2: Turistické oblasti České republiky

Obrázek č. 3: Turistický region Střední Čechy

Obrázek č. 4: Hrubý náčrt polohy

Obrázek č. 5: Přesnější určení polohy

Obrázek č. 6: Logo rekreačního zařízení

Obrázek č. 7: Malé chatky

Obrázek č. 8: Velké chatky světlé

Obrázek č. 9: Velké chatky tmavé

Obrázek č. 10: Občerstvení na pláži

Obrázek č. 11: Dětské hřiště

Obrázek č. 12: Víceúčelové hřiště u vody

Obrázek č. 13: Hlavní budova s jídelnou

### 10.2 Grafy

Graf č. 1: Délka pobytu v zařízení

Graf č. 2: Častost návštěv za sezónu

Graf č. 3: Společnost při pobytu

Graf č. 4: Motiv návštěvy

Graf č. 5: Důvod opětovné návštěvy

Graf č. 6: Hodnocení služeb

Graf č. 7: Adekvátnost ceny

Graf č. 8: Doporučení k inovaci, či rozšíření

Graf č. 9: Potenciální opětovná návštěva

Graf č. 10: Věk respondentů



## **11 SEZNAM PŘÍLOH**

Příloha č. 1: Poloha Častoboře

Příloha č. 2: Logo rekreačního zařízení

Příloha č. 3: Fotografie rekreačního zařízení

Příloha č. 4: Dotazník

## 12 PŘÍLOHY

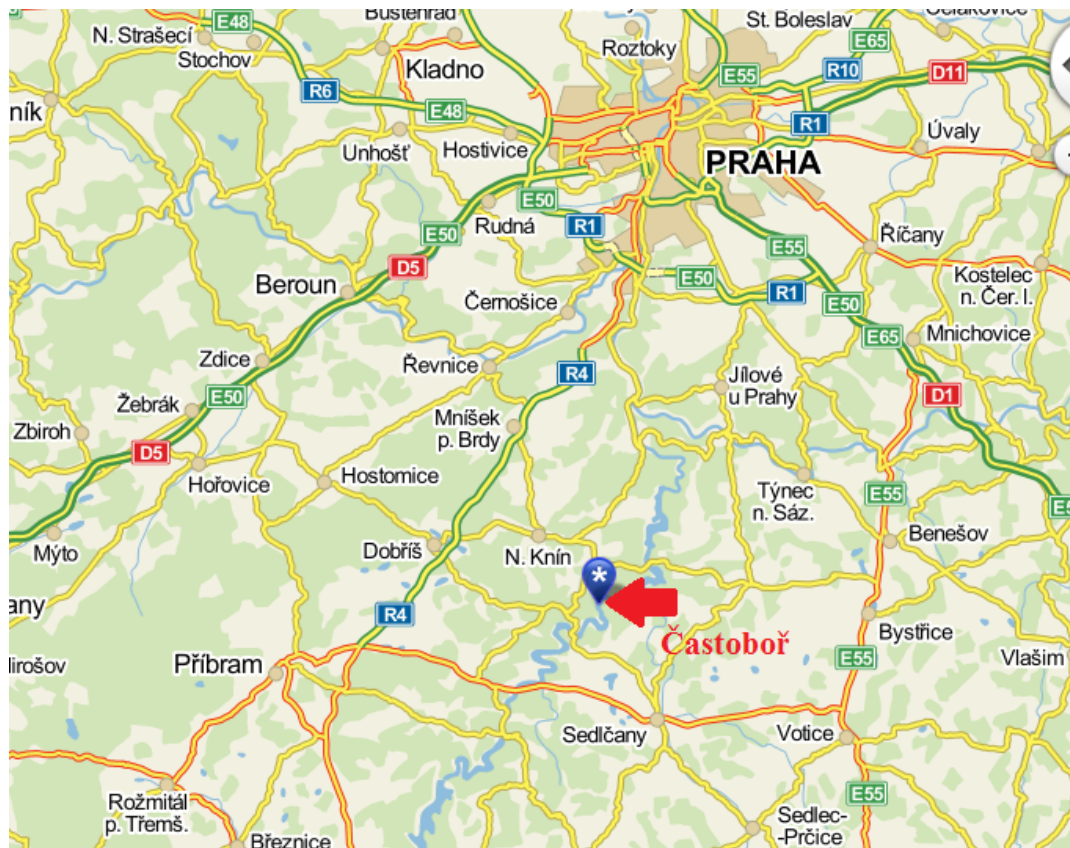
### Příloha č. 1: Poloha Častoboře

Obrázek 4: Hrubý náčrt polohy



Zdroj: [http://www.ts.sedlcany.cz/castobor\\_info.html](http://www.ts.sedlcany.cz/castobor_info.html)

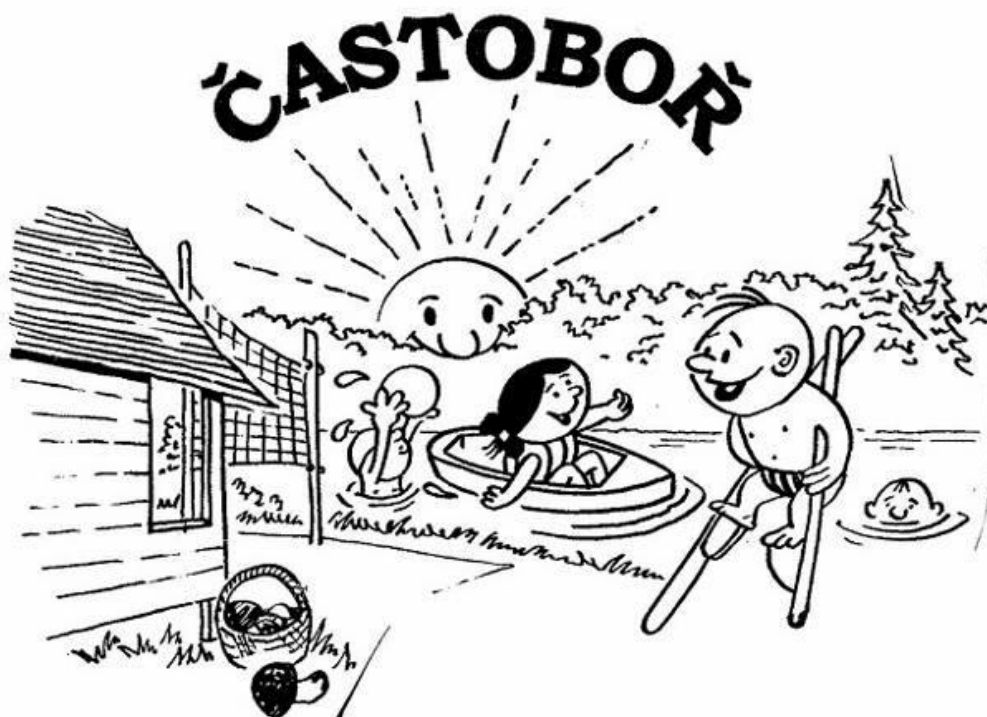
Obrázek 5: Přesnější určení polohy



Zdroj: [http://www.mapy.cz/#!q=%25C4%258Dastobo%25C5%2599&t=s&x=14.475255&y=49.885642&z=8&d=area\\_12760\\_1](http://www.mapy.cz/#!q=%25C4%258Dastobo%25C5%2599&t=s&x=14.475255&y=49.885642&z=8&d=area_12760_1)

## Příloha č. 2: Logo rekreačního zařízení

Obrázek 6: Logo rekreačního zařízení



Zdroj: [http://www.ts.sedlcany.cz/castobor\\_info.html](http://www.ts.sedlcany.cz/castobor_info.html)

## Příloha č. 3: Fotografie rekreačního zařízení

Obrázek 7: Malé chatky



Zdroj: vlastní

Obrázek 8: Velké chatky světlé



Zdroj: vlastní

Obrázek 9: Velké chatky tmavé



Zdroj: vlastní

Obrázek 10: Občerstvení na pláži



Zdroj: vlastní

Obrázek 11: Dětské hřiště



Zdroj: vlastní

Obrázek 12: Víceúčelové hřiště u vody



Zdroj: vlastní

Obrázek 13: Hlavní budova s jídelnou



Zdroj: vlastní

## Příloha č. 4: Dotazník

### Dotazník k bakalářské práci

Dobrý den, jmenuji se Vojtěch Vokrouhlík a jsem studentem Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Můj studijní obor je zaměřen na cestovní ruch. Tématem mé bakalářské práce je *Inovace produktu rekreačního střediska Častoboř v turistické oblasti Střední Čechy – jihovýchod*. Tímto bych Vás chtěl poprosit o vyplnění tohoto dotazníku, který mi poslouží jako podklad pro zpracování mé bakalářské práce.

#### 1. Z jaké vzdálenosti jste na Častoboř dorazili?

- a. 0 – 30 km
- b. 30 – 60 km
- c. 60 – 100 km
- d. 100 km a více

#### 2. Jste na Častoboři prvním rokem?

- a. ano, letos jsem zde poprvé
- b. byl/a jsem zde již loni
- c. jezdím sem déle než 2 roky

#### 3. Jaká je délka Vašeho pobytu?

- a. bez přenocování
- b. 1 až 2 noci
- c. 3 až 7 nocí
- d. 7 až 14 nocí
- e. déle než 14 nocí

#### 4. Pokud jste již v minulosti na Častoboři byl/a, kolikrát za léto zařízení navštívujete?

- a. jednou
- b. 2-5 krát
- c. 5-10 krát
- d. více než 10 krát

**5. S kým jste přijel/a?**

*(možnost zaškrtnout více odpovědí)*

- a. sám/a
- b. s přítelem/přítelkyní
- c. s rodinou
- d. s přáteli

**6. Za jakým účelem jste přijel/a?**

*(možno zaškrtnout více odpovědí)*

- a. odpočinek
- b. aktivní sportovní vyžití
- c. setkání se známými
- d. vodní sporty
- e. rekreace u vody/koupání
- f. rybaření
- g. cyklistika
- h. turistika
- i. houbaření
- j. zábava

**7. Pokud jste již v minulosti na Častoboři byl/a, co pro Vás bylo rozhodující pro opakování návštěvy?**

*(možno zaškrtnout více odpovědí)*

- a. příroda v okolí zařízení
- b. atmosféra rekreačního zařízení
- c. cena poskytovaných služeb
- d. rozsah poskytovaných služeb
- e. kvalita poskytovaných služeb

**8. Jste spokojen s kvalitou a rozsahem současných služeb poskytovaných zařízením?**

*(pokud jste některou z uvedených služeb nevyužil/a, zaškrtněte „nevím“)*

- a. stravování **ano spíše ano spíše ne ne nevím**
- b. sportovní zázemí **ano spíše ano spíše ne ne nevím**
- c. sociální zařízení **ano spíše ano spíše ne ne nevím**
- d. ubytování **ano spíše ano spíše ne ne nevím**
- e. občerstvení **ano spíše ano spíše ne ne nevím**
- f. zábava/ společenské akce **ano spíše ano spíše ne ne nevím**



**9. Přijde Vám kvalita a rozsah služeb odpovídající ceně?**

- a. ano
- b. spíše ano
- c. spíše ne
- d. ne

**10. Které služby by podle Vás měly být inovovány, či rozšířeny?**

*(možno zaškrtnout více odpovědí; v případě konkrétních návrhů je napište do vyznačeného pole)*

- a. ubytování
- b. stravování
- c. sociální zařízení
- d. sportovní zázemí/vybavení
- e. občerstvení
- f. zábava/společenské akce
- g. konkrétní návrhy

--

**11. Plánujete Častobor opět navštívit?**

- a. ano
- b. spíše ano
- c. spíše ne
- d. ne

**12. Vaše pohlaví?**

- a. Muž
- b. Žena

**13. Jaký je Váš věk?**

- a. do 18 let
- b. 18 – 25 let
- c. 26 – 40 let
- d. 41 – 60 let
- e. 60 let a více