

**JIHOČESKÁ UNIVERZITA  
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH**

Zemědělská fakulta

Katedra cestovního ruchu Tábor

Studijní program: 6208 T Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodně podnikatelský

---



DIPLOMOVÁ PRÁCE NA TÉMA

**PROVOZ SPORTOVNĚ - REKREAČNÍCH ZAŘÍZENÍ  
A INFORMAČNÍ SYSTÉM**

Vedoucí diplomové práce:

Mgr. Petr Havel

Zpracovala:

Martina Navrátilová

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno a příjmení: **Martina Navrátilová**

Studijní program: 6208 T Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodně podnikatelský obor

Název tématu: **Provoz sportovně – rekreačních zařízení a informační systém**

**Zásady pro vypracování:**  
(v zásadách pro vypracování uveďte cíl práce a metodický postup)

### **Cíl práce:**

Zpracovat podnikatelský plán vybraného zařízení. Zhodnotit význam sportovně-rekreačních zařízení pro rozvoj cestovního ruchu.

### **Metodika práce:**

1. Studium a rešerše odborné literatury
2. Výběr sportovně – rekreačního zařízení a jeho význam
3. Zpracování podnikatelského plánu
4. Návrh informačního systému vybraného zařízení

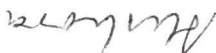
### **Rámcová osnova:**

1. Úvod, 2. Literární přehled, 3. Metodika práce, 4. Návrh podnikatelského plánu vybraného zařízení, 5. Zpracování informačního systému, 6. Závěr, 7. Použitá literatura, 8. Přílohy, 9. Resumé.

V Českých Budějovicích dne 10. března 2003

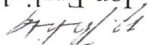
Vedoucí katedry

doc. Ing. Marie Hesková, CSc.



Děkan

prof. Ing. Jan Frelich, CSc.



JIHOČESKÁ UNIVERZITA  
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH  
úřadní oddělení  
VANČUROVA 2904 390 01 TÁBOR

Termín odevzdání diplomové práce: 30. dubna 2005

Datum zadání diplomové práce: 14. února 2003

Konzultant:

Ing. Milan Hasman, Ph.D.

Vedoucí diplomové práce:

Mgr. Petr Havel

Seznam odborné literatury:

Kotler, P.: Marketing management: Analýza, plánování, využití, kontrola. Praha, Publishing, 1998.  
Ortška, J.: Technika služeb cestovního ruchu. Praha, Idea servis, 1999  
Petru, Z.: Základy ekonomiky cestovního ruchu. Praha, Idea servis, 1999  
Novotný, J.: Ekonomika sportu, Praha, VŠE, 1995

Rozsah průvodní zprávy: 60 – 70 stran

Rozsah grafických prací: dle potřeby

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma „ Provoz sportovně – rekreačních zařízení a informační systém“ vypracovala samostatně na základě vlastních poznatků. Použitou literaturu a doplňkové zdroje uvádím v přehledu použité literatury.

/ Táboře dne ...*28. 4. 2006*...

.....*Martina Navrátilová*.....

Martina Navrátilová

## Poděkování

Tímto bych chtěla poděkovat panu Mgr. Petru Havlovi za veškerou pomoc a cenné odborné rady při zpracování této diplomové práce.

**OBSAH:**

<b>1. ÚVOD</b> .....	3
<b>2. CÍLE A METODIKA PRÁCE</b> .....	4
<b>2.1 HLAVNÍ CÍL PRÁCE</b> .....	4
<b>2.2 METODIKA PRO DOSAŽENÍ STANOVENÝCH CÍLŮ</b> .....	4
2.2.1 STRUKTURA PRÁCE .....	4
2.2.2 SBĚR DAT A INFORMACÍ .....	5
<b>3. LITERÁRNÍ ROZBOR</b> .....	7
<b>3.1 PŘEHLED LITERATURY</b> .....	7
<b>3.2 ZÁKLADNÍ POJMY A DEFINICE</b> .....	9
3.1.1 SPORTOVNĚ - REKREAČNÍ ZAŘÍZENÍ.....	9
3.1.2 SPORTOVNĚ - REKREAČNÍ SLUŽBY .....	9
3.1.3 SPORTOVNÍ CESTOVNÍ RUCH .....	9
3.1.4 REKREAČNÍ CESTOVNÍ RUCH .....	10
3.1.5 REKREACE.....	11
3.1.6 MARKETING.....	12
3.1.7 MARKETING V CESTOVNÍM RUCHU .....	12
3.1.8 MARKETING SLUŽEB .....	13
3.1.9 DESTINACE CESTOVNÍHO RUCHU .....	14
3.1.10 MARKETING DESTINACE.....	14
<b>4. SPORTOVNĚ - REKREAČNÍCH ZAŘÍZENÍ, VÝVOJ A VÝZNAM</b> .....	15
<b>4.1 HISTORICKÝ VÝVOJ SPORTOVNĚ - REKREAČNÍCH ZAŘÍZENÍ</b> .....	15
<b>4.2. TYPY A STRUKTURA SPORTOVNĚ - REKREAČNÍCH ZAŘÍZENÍ</b> .....	17
4.2.1 VEŘEJNĚ PŘÍSTUPNÁ ZAŘÍZENÍ .....	18
4.2.2 OMEZENĚ PŘÍSTUPNÁ ZAŘÍZENÍ.....	19
<b>4.3 VÝZNAM SPORTOVNĚ - REKREAČNÍCH ZAŘÍZENÍ PRO ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU</b> .....	19
4.3.1 ZHODNOCENÍ SOUČASNÉHO STAVU CESTOVNÍHO RUCHU .....	20
4.3.2 VLIV SPORTOVNĚ - REKREAČNÍCH ZAŘÍZENÍ NA ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU.	21
<b>5. VYMEZENÍ A CHARAKTERISTIKA OBLASTI</b> .....	22

5.1 STŘEDOČESKÝ KRAJ.....	23
5.2 MĚSTO PODĚBRADY .....	26
5.3 CESTOVNÍ RUCH V PODĚBRADECH.....	28
5.4 ZHODNOCENÍ SOUČASNÉHO STAVU SPORTOVNĚ - REKREAČNÍCH ZAŘÍZENÍ VE STŘEDOČESKÉM KRAJI.....	29
6. INFORMAČNÍ SYSTÉMY .....	32
7. TERÉNNÍ VÝZKUM.....	34
7.1 PŘÍPRAVA A PROVEDENÍ VÝZKUMU .....	34
7.2 VYHODNOCENÍ TERÉNNÍHO VÝZKUMU .....	35
7.3 ZÁVĚRY TERÉNNÍHO VÝZKUMU .....	45
8. PODNIKATELSKÝ PLÁN - PROJEKT ZKVALITNĚNÍ NABÍDKY ZAŘÍZENÍ.....	46
8.1 CHARAKTERISTIKA ZAŘÍZENÍ .....	47
8.1.1 SPORTOVNĚ - REKREAČNÍ ZÁZEMÍ KEMPU .....	48
8.2 ZDŮVODNĚNÍ A CÍLE PROJEKTU.....	50
8.3 NÁPLŇ PROJEKTU ZKVALITNĚNÍ NABÍDKY AUTOKEMPINKU GOLF .....	51
8.4 MÍSTO REALIZACE PROJEKTU .....	53
8.5 INFORMACE O POSKYTOVANÝCH SLUŽBÁCH .....	54
8.6 INFORMACE O TRHU .....	56
8.6.1 KONKURENCE .....	56
8.6.2 NÁVŠTĚVNÍCI AUTOKEMPU.....	57
8.7 ZABEZPEČENÍ PROJEKTU.....	58
8.8 ČASOVÝ HARMONOGRAM PROJEKTU .....	59
8.9 PROPAGACE A NAPOJENÍ ZAŘÍZENÍ NA INFORMAČNÍ SYSTÉMY .....	59
8.10 VLIV PROJEKTU NA ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ .....	61
8.11 SHRNUÍ PROJEKTU .....	61
9. ZÁVĚR .....	62
10. SUMMARY .....	64
11. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ .....	66
12. SEZNAM TABULEK A GRAFŮ.....	68
13. PŘÍLOHY .....	69

## 1. ÚVOD

Cestovní ruch se výrazně podílí na zvyšování národního důchodu České republiky. Přispívá k růstu hrubého domácího produktu i k povědomí o celkové ekonomické úrovni státu. Přestože v posledních patnácti letech došlo k výraznému rozvoji nejrůznějších zařízení cestovního ruchu, nebyl tento vývoj rovnoměrný a nevyužíval všech možností, které Česká republika může nabídnout.

Centrální orgány cestovního ruchu vidí hlavní rezervy ve využívání oblastí mimo hlavní město a využití nových i starších zařízení pro rozmanité typy aktivit včetně aktivit sportovních a kulturních.

Ve většině evropských zemích roste se zkracováním pracovní doby a zvětšením fondu volného času zájem o oblasti v bezprostředním okolí velkých sídelních aglomerací. Oblast v okolí Prahy doposud nebyla systematicky využívána tolik, jak je to běžné u ostatních velkoměst. Příkladem mohou být sportovní centra v okolí Londýna (Wimbledon), Vídně (předhůří Alp) či Paříže (Versailles).

Sportovní aktivity, regenerace pracovních sil v době volna a rekreace přinášejí mnohostranný užitek. Nejde jen o zlepšení zdravotního stavu všech generací, ale také o prevenci nežádoucích činností, jako je zvýšená konzumace alkoholu či jiných návykových látek a vznik celé řady závislostí.

Sportovně – rekreační zařízení musí být k dispozici v dostupných a atraktivních místech. V Pražské aglomeraci se historicky rekreační centra koncentrovala především na jih a západ od Prahy. Se zvýšenou zátěží dopravních cest je nutné hledat nová centra pro využití volného času i v dalších oblastech Středočeského kraje. Velkými rezervami v tomto směru disponuje oblast města Poděbrady a Nymburk, kde jsou k dispozici zajímavé historické památky i nedostatečně využívaná sportovní zařízení. V oblasti západních Čech i v přilehlých oblastech Německa se osvědčilo spojení lázeňských center s nově vznikajícími sportovními zařízeními, jako jsou golfová hřiště, cyklostezky i jiná zařízení určená k provozování dalších druhů sportu. Pro tyto projekty se podařilo zajistit finanční zdroje mimo jiné také z mezinárodních fondů. Bylo by vhodné využít těchto zkušeností i pro zmíněné oblasti Středočeského kraje, které v tomto směru zaostávají.



## **2. CÍLE A METODIKA PRÁCE**

### **2.1 HLAVNÍ CÍL PRÁCE**

Hlavním cílem práce je provést analýzu možností pro rozvoj sportovně – rekreačních zařízení ve Středočeském kraji na základě demografických údajů, údajů o rozvoji průmyslové výroby a dopravní sítě a dostupnosti sportovně – rekreačních zařízení.

Dalším cílem diplomové práce je nalézt nové možnosti pro sportovně – rekreační zařízení v jiných oblastech Středočeského kraje, kde dosud plně nebyly využity komparativní výhody při získávání nových klientů.

Po provedení zhodnocení stavu sportovně - rekreačních zařízení ve stanovené oblasti se zaměříme na jedno konkrétní sportovně - rekreační zařízení a navrhne pro ně projekt zlepšení nabídky služeb. Zajistíme tak jeho atraktivní postavení v celkové nabídce služeb a konkurenceschopné postavení na trhu.

### **2.2 METODIKA PRO DOSAŽENÍ STANOVENÝCH CÍLŮ**

#### **2.2.1 Struktura práce**

Práce vychází ze zhodnocení situace sportovně – rekreačních zařízení ve Středočeském kraji a popisu geografické situace a rozmístění zařízení.

Nejprve jsou definovány základní pojmy související s problematikou sportovně – rekreačních služeb a cestovního ruchu obecně jak z historického tak současného hlediska. Hodnotíme kriticky rozvoj cestovního ruchu v České republice a stručně srovnáváme jeho stav v rámci jednotlivých typů cestovního ruchu. Obecně definujeme charakteristiku, historický vývoj a význam sportovně – rekreačních zařízení.

Dále charakterizujeme Středočeský kraj jako vybranou oblast naší studie a všímáme si nerovnoměrností ve využití jednotlivých regionů v rámci rozvoje cestovního ruchu.

Na základě této všeobecné analýzy jsme vybrali pro vlastní projekt oblast Poděbrad, konkrétně půjde o transformaci sportovně – rekreačního zařízení Autokemp Golf Poděbrady.

Hlavní částí práce je zhodnocení výsledků dotazníkového šetření a navržení projektu na rozšíření a zkvalitnění služeb poskytovaných autokempem Golf tak, aby byla zajištěna koordinace jeho aktivit s aktivitami města a lázní a byly využity komparativní výhody z jeho umístění v blízkosti významných dopravních tepen.

### 2.2.2 Sběr dat a informací

Metody, které použijeme pro zpracování diplomové práce budou vycházet z celkového šetření při zpracování jednotlivých etap.

V první řadě shromáždíme potřebné informace z odborné literatury. Dále využijeme dostupné propagační materiály, které vypracovala města a obce v regionu. Důležitým zdrojem informací budou internetové stránky ministerstev, které mají ve své náplni podporu a řízení cestovního ruchu, internetové stránky krajů, statistického úřadu a partnerských organizací pro cestovní ruch v zahraničí.

Velmi důležitou součástí fáze sběru dat a informací tvoří spolupráce s majiteli vybraného zařízení. Neopomenutelný význam má i komunikace s nejrůznějšími zařízeními a úřady. Ty nám poskytly řadu jinak nepublikovaných informací, které výrazně přispějí k přiblížení naší práce realitě.

Získané informace se pokusíme co nejefektivněji zpracovat. Zvláštní pozornost přitom věnujeme strategii sportovně – rekreačních zařízení středočeské oblasti na získávání nových klientů, kteří mají zájem o sport.

Poté, co charakterizujeme jednotlivé odborné termíny vztahující se k tématice, budeme se věnovat rozboru sportovně – rekreačních zařízení ve vybraném regionu a to od jejich charakteristiky, typů, historického vývoje až po současný stav. Neopomineme zhodnotit význam těchto zařízení pro cestovní ruch a jejich vliv na rozvoj cestovního ruchu v regionu.

Pokud bychom se chtěli tematice sportovně – rekreačních zařízení věnovat v rámci celé České republiky, byla by práce velmi rozsáhlá. Proto se zaměříme na jednu oblast, tu blíže charakterizujeme, zhodnotíme současnou situaci cestovního ruchu v oblasti a stav sportovně – rekreačních zařízení.

V následující kapitole se pokusíme osvětlit problematiku informačních systémů, jejich návaznosti na propagaci zařízení a způsoby jejich šíření.

Stěžejní součástí diplomové práce bude vlastní terénní průzkum týkající se zájmu obyvatel o poskytované služby sportovně – rekreačních zařízení. Za metodou sběru primárních údajů zvolíme metodu šetření, kdy získáme potřebné informace od zkoumaných subjektů dotazováním, tj. kladením záměrně cílených otázek. Technika šetření bude mít formu písemného dotazování, tj. vyplňování dotazníku, který bude respondentům distribuován. Této technice, při níž nejsou u dotazování přítomni tazatelé, se budeme snažit přizpůsobit i náš dotazník. Otázky v dotazníku formulujeme velmi jednoduše, aby respondenti neměli problémy s jejich pochopením. Vynasnažíme se, aby byl dotazník krátký, jednoduchý, atraktivní, aby jeho vyplňování bylo snadné a časově nenáročné.

V dotazníku, který uvádíme v Příloze 1, jsme použili jak otázky uzavřené (výčtové i výběrové) tak i otázky otevřené. U otázek výčtových mohl respondent vybrat jednu nebo více vyhovujících odpovědí, u otázek výběrových zatrhával respondent pouze jednu z několika možných odpovědí. Otevřené otázky zodpovídal respondent dle vlastního uvážení. Tento druh otázek jsme vybrali záměrně proto, abychom zjistili i takové názory, na které bychom jinak nepřišli, tzn. názory nepředpokládané, neobvyklé.

Strukturu dotazníku jsme se pokusili uspořádat tak, aby měla logickou posloupnost. Respondentům byla položena nejprve úvodní otázka pro navázání kontaktu, následovaly otázky zaměřené na zjištění potřebných informací pro výzkum a dotazník uzavíraly identifikační otázky.

Proto, abychom se přesvědčili, že je dotazník jasný, pochopitelný a úplný, jsme provedli pretest s malým vzorkem respondentů. Na základě pretestu jsme provedli drobné úpravy ve dvou otázkách a poté byl dotazník připraven pro výzkum.

Poté, co provedeme dotazování s určitým počtem respondentů, údaje vyhodnotíme a na základě vyhodnocení vyvodíme obecné závěry. Podle těchto závěrů i výsledků dalšího šetření navrhne vlastní projekt na zkvalitnění nabídky vybraného zařízení.

Projekt bude též návrhem pro vytvoření sportovně – rekreačního zařízení s širokou nabídkou sportovních aktivit.

### 3. LITERÁRNÍ ROZBOR

#### 3.1 PŘEHLED LITERATURY

Zpracování diplomové práce předcházelo sběr dat, poznatků a informací, a to z odborné literatury, periodik, propagačních materiálů měst a obcí, katalogů cestovních kanceláří, kulturních kalendářů, internetových stránek a v neposlední řadě z odpovědí respondentů dotazníkového šetření a osobních rozhovorů s odborníky působícími v oboru.

V následující části bychom chtěli uvést prameny, ze kterých jsme vycházeli při identifikaci a charakteristice sportovně – rekreačních zařízení. Dále shrneme zdroje, z nichž jsme čerpali při vymezení a charakteristice Středočeského kraje.

Terminologie cestovního ruchu byla čerpána z Malé encyklopedie cestovního ruchu od J. Čecha (2), z Výkladového slovníku cestovního ruchu od M. Páskové a J. Zelenky (13) a také z Krátkého slovníku cestovního ruchu od M. Gúčika a kol. (4). V těchto publikacích se čtenář seznámí nejen se základními definicemi cestovního ruchu, s jeho druhy a formami, ale také s výkladem jeho současných marketingových technik, s geografickým rozmístěním hlavních destinací a atraktivit cestovního ruchu a v neposlední řadě také s mezinárodní organizační strukturou cestovního ruchu.

Nápomocná nám byla také publikace F. Příkladů Rekrece v přírodním prostředí (15), která nastínila možnosti trávení volného času v souladu s přírodou.

Formulace dalších termínů úzce souvisejících s problematikou jsme hledali v dalších publikacích. Po všech stránkách jsme využili knihu Z. Petrů s názvem Základy ekonomiky cestovního ruchu (14). Ke specifikaci některých dalších pojmů nás inspiroval J. Novotný ve svém díle Ekonomika sportu (9).

S cestovním ruchem je neodmyslitelně spojen také marketing. Stěžejní literaturou pro tuto problematiku nám byla kniha P. Kotlera a G. Armstronga s názvem Marketing (6). Pro získání informací směřujících více k cestovnímu ruchu jsme se seznámili s publikací A. M. Morrisona Marketing pohostinství a cestovního ruchu (8). Vedle toho jsme prostudovali knihu Marketing služeb, jejíž autorem je A. Payne (12).

V otázkách sportovně – rekreačních zařízení a jejich členění jsme si vzali na pomoc knihu J. Matouška Zařízení pro pohybovou rekreaci (7), ze které jsme dále čerpali při zpracování historického vývoje těchto zařízení.

Pro zpracování historického vývoje sportovně – rekreačních zařízení jsme jako další prameny použili několik knih v závislosti na období vývoje. Pro nejstarší vývojovou fázi nám posloužila kniha V. Olivové Sport a hry ve starověkém světě (10), dále jsme použili publikaci Rekreační sport od O. Ondřeje (11) a výše zmiňovanou knihu Zařízení pro pohybovou rekreaci od J. Matouška (7).

Jádrem kapitoly charakterizující zvolenou oblast, tj. Středočeský kraj a následně město Poděbrady, jsou údaje a informace čerpané z internetových stránek Středočeského kraje [www.kr-stredocesky.cz](http://www.kr-stredocesky.cz), Poděbrad [www.ipodebrady.cz](http://www.ipodebrady.cz), [www.mesto-podebrady.cz](http://www.mesto-podebrady.cz), [www.podebradsko-region.cz](http://www.podebradsko-region.cz) a statistického úřadu [www.czso.cz](http://www.czso.cz). Mimo to jsme využili informace od města Poděbrady z práce Marketingová strategie města Poděbrady 2005 (24).

Při tvorbě dotazníku, potřebného pro terénní výzkum, jsme vycházeli z publikací V. Bárty a H. Bártové Marketingový výzkum trhu (1) z roku 1991, ale především pak z novějších skript K. Zbořila – Marketingový výzkum, metodologie a aplikace (17). Tato skripta poskytují základní poznatky o problematice marketingového výzkumu a orientují se rovněž na hlavní aplikační oblasti marketingového výzkumu jako výzkum trhu, výrobní výzkum, výzkum propagace, výzkum distribuce a cenový výzkum.

Stěžejní literaturou pro přípravu a sestavení projektu nám byly publikace od J. Fotra a I. Součka Podnikatelský záměr a investiční rozhodování (3) spolu s knihou od J. Vejdělka Jak založit nebo převzít podnik (16). Další údaje nutné pro sestavení projektu jsme získali přímo rozhovorem se zástupci Autokempinku Golf a také při návštěvě Kulturního a informačního centra Poděbrady. Další podrobné informace k této kapitole jsme získali z již zmiňovaných oficiálních stránek města Poděbrady a jejich Kulturního a informačního centra.

Pro vypracování diplomové práce jsme využili mnoho dalších zdrojů, jejichž výčet je součástí kapitoly Seznam použitých zdrojů.

## 3.2 ZÁKLADNÍ POJMY A DEFINICE

### 3.1.1 Sportovně - rekreační zařízení

Sportovně rekreační zařízení umožňují vykonávat sportovně - rekreační činnosti. Představují tak širokou škálu zařízení, z nichž jedna skupina má univerzální charakter a je nezávislá na přírodních předpokladech. Pro tato zařízení používáme termín indoorová zařízení. Do této skupiny zahrnujeme kryté stadiony, hřiště a kurty, kryté bazény, aquaparky, zařízení na sálové sporty, fitcentra, jízdárny a zimní stadiony.

Druhou skupinu tvoří zařízení vázaná na přírodní předpoklady. Mají obvykle sezónní charakter a vžil se pro ně název outdoorová zařízení. Do této skupiny zařazujeme otevřené atletické stadiony, hřiště a sportoviště, plovárny ve volné přírodě, různé typy koupališť na vodních tocích a plochách, zařízení pro vodní sporty, cyklostezky, turistické chodníky a cesty, lyžařské areály, lanovky a vleky, lyžařské sjezdové a běžecké trati a jiná podobná zařízení.

Outdoorová zařízení se též člení z hlediska kdy je jich možno využívat pro vlastní činnost. Vznikají tak kategorie zařízení pro zimní sporty, letní sporty, resp. zařízení na celoroční sportovně - rekreační aktivity.

### 3.1.2 Sportovně - rekreační služby

Sportovně - rekreační služby jsou jedním z hlavních předpokladů účasti široké veřejnosti na cestovním ruchu. Jde o širokou nabídku služeb pro aktivní odpočinek ve volném čase, které návštěvníkům poskytují sportovně - rekreační zařízení. Ačkoliv se tyto služby označují jako doplňkové, pro většinu návštěvníků jsou hlavním motivem účasti na cestovním ruchu.

### 3.1.3 Sportovní cestovní ruch

Sportovní cestovní ruch je druh cestovního ruchu spojený s pobytem ve vhodném přírodním prostředí a s vykonáváním rozličných sportovních aktivit. Předpokladem těchto aktivit je i určitý stupeň trénovanosti a fyzické zdatnosti.

Jako příklad uvádíme např. turistiku, pod kterou spadá pěší a horská turistika, vodní turistika a mnoho dalších.

Kromě turistiky jsou rozšířené i další letní sportovní aktivity, jako je plavání, koupání a vodní sporty, míčové a ostatní hry. Se zvyšováním životní úrovně obyvatelstva a rozvojem zahraničního cestovního ruchu v České republice dochází k širšímu využití a výstavbě golfových a tenisových hřišť a jiných méně klasických sportovišť, např. baseballových či kriketových hřišť.

V zimních měsících se upřednostňuje lyžování, sáňkování a bruslení.

Sportovní aktivity působí nejen na fyzickou zdatnost a odolnost organismu, ale pěstují a rozvíjejí i morální vlastnosti a vůli (vytrvalost, odvaha, houževnatost, kolektivnost, apod.).

Technicky náročným druhům sportu se návštěvníci věnují převážně pasivně jako sportovní diváci.

Pro sportovní cestovní ruch má zásadní význam i návštěvnost významných sportovních soutěží, např. olympiád, mistrovství světa, mezinárodních utkání či zápasů, kterých se účastní tisíce osob jako sportovní diváci. Tyto aktivity přivedou ke sportovnímu cestovnímu ruchu nejen velké kolektivy sportovců, ale i sportovních diváků, novinářů a organizátorů.

### **3.1.4 Rekreační cestovní ruch**

Rekreační cestovní ruch je druh cestovního ruchu zaměřený na rekreační aktivity spojené s obnovou fyzických a duševních sil člověka ve vhodném přírodním prostředí.

K základním aktivitám patří procházky, sportovní činnost, poznávání přírody a památek. Pobyť v příznivém přírodním prostředí (členitost terénu, klima, sluneční záření, čistota ovzduší, voda) má vliv na organismus a duševní pohodu člověka.

Rekreační cestovní ruch nabývá stále většího významu v souvislosti se zhoršujícím se životním prostředím v městských aglomeracích i na mnoha pracovištích.

Má podobu individuální nebo rodinné rekreace, kterou si účastníci organizují sami ve vlastních zařízeních (chata, rekreační chalupa),

resp. podobu organizované rekreace v rekreačních zařízeních podniků, odborů, charitativních organizací a různých spolků. Na nabídku rekreačních pobytů pro rodiny s dětmi se specializují i mnohé hotely. Součástí jejich produktu, přizpůsobeného potřebám dětí, je i nabídka různých sportovních a rekreačních aktivit a zařízení (herna pro děti, knihovna s dětskou literaturou, postarání se o děti v rámci pečovatelské služby, apod.).

### 3.1.5 Rekreace

Rekreaci v nejširším slova smyslu chápeme jako zotavující odpočinek, v užším slova smyslu rozumíme tu část volného času, kterou člověk věnuje k obnově svých tělesných a duševních sil. Ještě úžeji můžeme pod tímto pojmem rozumět tu část volného času, kterou člověk tráví mimo své trvalé bydliště, za účelem obnovy svých tělesných a duševních sil, obecně a nejčastěji se spojuje s pobytem v přírodním prostředí (15).

S rozvojem urbanizace dochází k neustálému růstu podílu městského obyvatelstva. Člověk vytváří umělé prostředí, které mu sice poskytuje vysoký technický standard života, vysokou kulturu bydlení, ale zároveň působí negativně na jeho psychický stav. Paradoxem je, že čím umělejší prostředí si člověk vytváří, tím silnější je jeho psychický podnět opustit umělou krajinu a zotavit se v přírodním prostředí. Rekreace se tedy mnohdy stává nutností.

Vliv na nebývalý rozvoj rekreace má kromě zvětšení potřeby pobytu v přírodním prostředí také nárůst volného času. Volný čas roste zvyšováním počtu dní dovolené (to se projevuje hlavně v účasti na dlouhodobé rekreaci) a zkracováním pracovního času během týdne (toto se promítá hlavně v účasti na krátkodobé rekreaci).

Podstatný vliv na rekreaci má i prudký rozvoj dopravy, především individuálního automobilismu. Jeho využitelností se rozšířila rozloha rekreačního zázemí velkých měst, rozšířila se území a spádovost pro realizaci krátkodobých forem rekreace, především víkendové – chalupaření a chataření v objektech individuální rekreace. Pro Českou republiku je právě tato forma krátkodobé rekreace typická a v porovnání s většinou evropských států nemáme ve využití objektů individuální rekreace konkurenty.



### 3.1.6 Marketing

Marketing je podnikatelskou filozofií, která se prolíná všemi činnostmi podnikatelského subjektu. V uvedeném smyslu znamená zjištění, poznání, stimulování a uspokojení poptávky. Znamená, že podnikatelský subjekt pochopil, co komu, kdy, kde a v jakém množství je třeba na trhu nabízet. Vychází z podmínek na trhu a je na trh orientován.

Marketing jako komplex aktivit slouží k zabezpečení marketingové koncepce podnikání. Podnikatelské koncepce obvykle vyjadřují určitý přístup, určitou filozofii nebo směr podnikatelského myšlení. Vyjadřují, jak podnik může nejefektivněji dosahovat na trhu cílů, které si stanovil. Marketingová koncepce se zakládá na principu trvalé orientace podniku na aktivní a efektivní uspokojování potřeb spotřebitelů, kterému podnik přizpůsobuje zaměření procesů vývoje, výroby a prodeje zboží a služeb. Přijetím marketingové koncepce podnik zdůrazňuje snahu o řešení problémů spotřebitele, nikoli vlastních problémů.

### 3.1.7 Marketing v cestovním ruchu

Cestovní ruch vytváří pracovní a podnikatelské příležitosti, přináší potřebné, zejména zahraniční investice, zvyšuje životní úroveň. Na druhé straně ale také vyžaduje určitou úroveň služeb, zejména pro volný čas. Neobejde se bez kvalitních ubytovacích a stravovacích zařízení, bez potřebné infrastruktury. Představuje i určité sociální a ekologické hrozby. A právě v koordinaci místních aktivit, v iniciování podpůrných projektů i v preventivní ochraně životního prostředí je spatřován základní přínos a úloha veřejné správy a samosprávy.

A. M. Morrison definuje marketing cestovního ruchu jako plynulý proces plánování, zkoumání, naplňování, kontroly a vyhodnocování činností potřebných k zajištění jak zákaznickových potřeb a požadavků, tak i cílů organizace. K dosažení největší účinnosti vyžaduje marketing úsilí každého jednotlivce (8).

Při aplikaci marketingu v cestovním ruchu je nutné vycházet především z následujících vybraných specifik cestovního ruchu:

- cestovní ruch je výrazně závislý na geografickém prostředí,
- podstatou cestovního ruchu je uspokojování specifických potřeb člověka,
- potřeby se v cestovním ruchu uspokojují zbožím a službami různých odvětví činnosti, které na sebe navazují, často na sobě závisí a jsou tudíž vnímány jako komplex služeb,
- poznání uvedených potřeb umožňuje co nejvíc přizpůsobit produkt potřebám a požadavkům vybrané cílové skupiny,
- produkt cestovního ruchu nelze vyrábět na sklad,
- v cestovním ruchu se zejména v důsledku sezónnosti projevuje zvýšená kolísavost mezi poptávkou a nabídkou,
- poptávka je v cestovním ruchu výrazně ovlivňována fondem volného času, disponibilními příjmy potencionálních návštěvníků cestovního ruchu, cenovou hladinou nabízených služeb, životním stylem, technologickým rozvojem, apod.,
- pro cestovní ruch je charakteristický vysoký podíl živé práce,
- v cestovním ruchu vystupují jako subjekty trhu kromě podniků cestovního ruchu i destinace cestovního ruchu – světadíl, stát, region, obec.

### 3.1.8 Marketing služeb

Marketing cestovního ruchu je marketing služeb. Služby hrají v cestovním ruchu velmi důležitou roli. A. Payne definuje službu jako činnost, která má v sobě určitý prvek nehmaterelnosti a vyžaduje určitou interakci se zákazníkem nebo jeho majetkem. Výsledkem služby není převod vlastnictví. Služba může vést ke změně podmínek a její produkce může či nemusí být úzce spojena s fyzickým produktem (12).

Základními charakteristickými vlastnostmi služeb jsou nehmaterelnost, proměnlivost, nedělitelnost a pomíjivost.

Služby cestovního ruchu jsou specifické ještě dalšími charakteristikami:

- krátkodobost a přechodnost působení produktu na zákazníka,
- zvýšená míra emocionálních faktorů při koupi, rostoucí nároky na jedinečnost a sílu prožitku,
- důraz na ústní reklamu,
- prvořadá úloha image daného místa,
- zvýšená potřeba kvalitních podpůrných materiálů,
- prudký nárůst využívání informačních technologií při porovnávání konkurenčních nabídek a následném rozhodování o koupi a snadná napodobitelnost osvědčených postupů mezi konkurenty,
- zvláštní důraz je kladen na komunikační dovednosti poskytovatelů služeb.

### 3.1.9 Destinace cestovního ruchu

Destinace cestovního ruchu představuje podle Světové organizace cestovního ruchu WTO (26) místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina vybírá pro svou návštěvu a které poskytovatelé přinášejí na trh.

Výkladový slovník cestovního ruchu pod pojmem destinace cestovního ruchu rozumí v užším smyslu cílovou oblast v daném regionu, pro kterou je typická významná nabídka atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu a v širším smyslu zemi, region, lidské sídlo a další oblasti, které jsou typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami a další infrastrukturou cestovního ruchu, jejichž výsledkem je velká dlouhodobá koncentrace návštěvníků. Pro mezinárodní návštěvníky je podle uvedeného slovníku destinací celá navštívená země nebo její některý region, či město.

#### 3.1.10 Marketing destinace

Podstata marketingu destinace tkví v orientaci všech zainteresovaných subjektů na uspokojení potřeb a požadavků návštěvníků destinace za účelem dosažení zisku. Úspěch destinace na trhu cestovního ruchu závisí

na schopnosti identifikovat vlastní nabídku - produkt, potenciální návštěvníky, cílový trh, ohrožení a příležitosti na trhu a způsob, jak potenciální návštěvníky aktivizovat k návštěvě destinace. Různorodost podnikatelských subjektů působících v destinaci na jedné straně a existence konkurence s komplementární nabídkou na straně druhé vyvolává potřebu koordinovaného postupu na trhu cestovního ruchu. Takovýmto postupem je marketingová koncepce destinace cestovního ruchu. Zpracování takovéto marketingové koncepce je základním předpokladem úspěšnosti destinace na trhu.

## **4. SPORTOVNĚ - REKREAČNÍCH ZAŘÍZENÍ, VÝVOJ A VÝZNAM**

### **4.1 HISTORICKÝ VÝVOJ SPORTOVNĚ - REKREAČNÍCH ZAŘÍZENÍ**

Snaha vytvářet co nejlepší podmínky pro budování tělesné kultury není v žádném případě novou záležitostí. Sportovní soutěže sloužily k budování loveckých, ale zejména bojových návyků už v primitivních lidských tlupách. Již ve starých civilizacích si její význam uvědomovali, zejména v antice. Ve starém Řecku vznikaly pozoruhodné stavby, ve kterých se úzce spojovala tělesná kultura se vzděláním, filozofií a uměním. Gymnasion byla původně nekrytá plocha pro cvičení, později byla doplňována polokrytou sloupovou chodbou pro běh za nepříznivého počasí. Obdélníkové dvorce obklopené kolonádami s hygienickými zařízeními a prostory pro výuku a kulturní účely se nazývaly palestry. Dobře známé jsou řecké stadióny určené pro soutěže ve sportu i v umění, se zdůrazněním pokrokové myšlenky mírového poslání (např. stadión v Olympii).

Již ve starém Římě se kromě rozsáhlých staveb pro atraktivní podívanou velkého počtu diváků s profesionálním zaměřením budovala zařízení pro pohybovou rekreaci a využití volného času obyvatelstva, pochopitelně podmíněná třídním složením tehdejší společnosti. Největším takovým zařízením, jehož pozůstatky se dodnes zachovaly, byly Caracallové lázně z roku 211 před naším letopočtem. Nacházely se zde bazény se studenou i teplou vodou, prostory pro cvičení, hygienická zařízení, ale také knihovny,

čítárny a jídelny. V nekryté části byl stadión s hledištěm a velké plochy pro rekreaci s parkovou úpravou.

Tyto antické stavby nám dokazují, jakou důležitost mělo již v tak daleké historii vytváření možností pro všestranné harmonické využití volného času, pro formování těla i ducha ve vzájemném souladu.

V době středověku se sport a tělesná průprava stala výsadou šlechty a jejich dvorů. Kromě známých středověkých rytířských turnajů byl oblíbenou zábavou šlechty lov, jízda na koni, tanec, lukostřelba a různé míčové hry. To vše sloužilo k průpravě středověkého rytíře pro boj, ale i k vytvoření zábavy a získání společenských kontaktů mezi jednotlivými rody.

Zvrat v nazírání na tělesnou výchovu a sport nastal až se vznikem nové silné střední vrstvy městského obyvatelstva v období průmyslové revoluce. Sport se nejprve prosazoval v Anglii, která je považovaná za kolébkou moderního sportu. Rozšířili se nejen tradiční lovecké sporty, hony na lišku, ale i další herní soutěže, z nichž se později vyvinul fotbal, kriket, golf a další outdoorové aktivity.

Souběžně vznikaly na evropském kontinentě dva odlišné systémy. Švédský systém zdravotní gymnastiky (Peter H. Ling) a německý turnerský systém (Bedřich Ludvík Jahn). Na zdravotní gymnastiku postupně navazují i nové typy aktivit, z nichž nejznámější a nejoblíbenější je v posledních letech aerobik, sportovní tanec i další formy cvičení, které využívají čím dál tím více moderní technologie přenosu zvuku a obrazu. Turnerský systém vytvořil v druhé polovině devatenáctého a v prvních letech dvacátého století významný podnět pro rozvoj ekonomiky sportu.

Jeden z významných následovníků turnerského vzoru byl i náš Miroslav Tyrš, který spoluzaložil naši první tělovýchovnou organizaci Sokol. Po jeho smrti se sokolské hnutí rozšířilo v česky mluvících oblastech Rakouska-Uherska a přispělo k zvýšení národního sebevědomí i tělesné zdatnosti širokých vrstev obyvatelstva.

Tato organizace v průběhu posledních desetiletí devatenáctého století a prvních desetiletí dvacátého století vytvořila široké zázemí tělocvičen a sportovních center, které byly využívány po řadu dalších desetiletí.

Do této doby se sportem zabývalo poměrně málo lidí, nebylo třeba specializovaného sportovního vybavení. Za hřiště sloužila pokosená louka, gymnastické cvičení se provádělo na živém koni, apod.

Větší rozvoj sportu se začíná ve světovém měřítku projevovat až v poslední čtvrtině 19. stol., což vrcholí založením novodobých olympijských her v r. 1896. Od tohoto roku lze datovat i skutečnost, že sport postupně přestává být soukromou záležitostí a stává se předmětem zájmu celé společnosti. Po II. světové válce a zvláště v posledních dvaceti letech se jednoznačně začíná prosazovat makroekonomický význam sportu ovlivňující tvorbu hrubého národního produktu. Postupně se opouští idea čistého amatérismu. Olympijské hry jsou stále více spojovány s výstavbou nových sportovišť, reklamou, televizními společnostmi i novými technologiemi pro zajištění nových sportovních odvětví. Mnozí sportovci, jejich oblečení a sportovní vybavení se stávají vzorem pro početné skupiny mladých lidí i všech dalších skupin sportovních fanoušků.

Olympijské hry a mezinárodní sportovní soutěže se stávají důležitým podnětem i pro výstavbu nových kapacit pro ubytování nejen sportovců, ale také velké skupiny sportovních příznivců, novinářů, filmařů a dalších přímých či nepřímých účastníků sportovních soutěží.

## 4.2. TYPY A STRUKTURA SPORTOVNĚ - REKREAČNÍCH ZAŘÍZENÍ

Zařízení pro tělesnou výchovu a pohybovou rekreaci patří mezi občanské vybavení měst a obcí. Podobně jako jiné druhy vybavení mají vytvářet přiměřeně hustou síť, která vyhovuje všem potřebám obyvatelstva hlavně po stránce dostupnosti z místa bydliště.

Z hlediska využití pro pohybovou rekreaci je důležité rozčlenění podle přístupu na zařízení veřejně přístupná a omezeně přístupná. V některých případech se obě formy mohou u jednoho zařízení kombinovat: buď se jeho vymezená část vyhradí pro veřejný přístup, nebo se vymezí určitá doba provozu pro činnosti organizované a zbytek doby se ponechá pro volný přístup. Takové řešení je časté například u krytých plaveckých bazénů, u umělých ledových ploch a podobně.

Zařízení pro tělesnou výchovu a pohybovou rekreaci jsou buď samostatná, nebo jsou přičleněna k jiným zařízením, např. k tělovýchovným zařízením škol, nebo jsou sdružena s jinými zařízenými do větších komplexů, např. střediska volného času se zařízenými pro kulturu, zábavu i pohybovou rekreaci.

Z hlediska vlastnictví a správy zařízení pro tělesnou výchovu a pohybovou rekreaci je situace složitá. Do vlastnictví a správy je často zapojeno mnoho organizací.

Zařízení pro dobrovolnou organizovanou tělovýchovu jsou převážně majetkem tělovýchovných jednot nebo jsou spravována městskými úřady.

Školní tělovýchovná zařízení jsou součástí školských objektů a spadají pod správu školy: mateřské školy, všeobecně vzdělávací školy, gymnázia, odborné školy atd.

Veřejně přístupná drobná hřiště se budují z velké části formou iniciativy obecních či městských úřadů, tyto orgány o ně rovněž pečují.

Z toho je zřejmé, že není snadné výstavbu a provoz těchto zařízení plánovat a koordinovat a často je i obtížné získat celkový přehled, kolik takových zařízení a s jakými kapacitami a vybavením na daném území existuje.

#### **4.2.1 Veřejně přístupná zařízení**

Volně přístupná zařízení, na která mají návštěvníci přístup kdykoliv podle záliby. Provoz takových zařízení je buď bez dozoru, nebo jen s celkovým dozorem pro bezpečnost a pořádek, tedy činnost je volná bez odborného vedení a organizace. Přitom nerozhoduje, zda je vstup volný nebo za úhradu vstupného.

Takováto zařízení jsou určena hlavně pro spontánní pohybovou rekreaci. Aktivity jsou většinou méně náročné, vyhovující nejširšímu okruhu návštěvníků bez odborných znalostí nebo zvláštní přípravy. Zvlášť vhodné jsou takové činnosti, u nichž se může měnit počet účastníků v širokých mezích a které dovolují odstupňovat fyzickou náročnost podle potřeby. Příkladem jsou hřiště, koupaliště, ledové plochy pro bruslení, svahy pro sáňkování a podobně.

Veřejně přístupná zařízení mají značnou důležitost pro cestovní ruch a jeho rozvoj.

#### 4.2.2 Omezeně přístupná zařízení

Omezeně přístupná zařízení jsou určena pro evidovaný okruh stálých návštěvníků, jejichž činnost je organizována podle pevného časového rozvrhu a odborně vedena. Tato forma je charakteristická pro zařízení tělovýchovných klubů, pro tělovýchovná zařízení škol a jiných organizací. Výhodou organizované činnosti je možnost intenzivnějšího využití celého zařízení i možnost kombinace různých činností v jednom zařízení: pohybové rekreace, výkonnostního a popřípadě i vrcholového sportu bez vzájemné interrupce. V takovém zařízení se dají provádět nejnáročnější činnosti.

Organizovaná forma převažuje u investičně i provozně nákladnějších krytých zařízení.

#### 4.3 VÝZNAM SPORTOVNĚ - REKREAČNÍCH ZAŘÍZENÍ PRO ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU

Sportovně - rekreační zařízení vybudovaná v průběhu 20. století ve většině evropských států mají zásadní význam pro rozvoj cestovního ruchu. Přitahují statisíce návštěvníků nabídkou aktivní dovolené, využívají nabídky vzdělávání a zdokonalení techniky v nejrůznějších druzích sportu a jsou významným stimulem pro pasivní konzumaci sportovních zážitků.

Typickým příkladem mohou být desetitisícové návštěvy domácích i zahraničních turistů při mezinárodních fotbalových zápasech, tenisových turnajích, motocyklových a automobilových závodech i dalších soutěžích.

Mnoho zemí si uvědomuje rostoucí význam sportovně - rekreačního cestovního ruchu a proto klade patřičný důraz na výstavbu nejrůznějších typů sportovně - rekreačních zařízení. Výstavba těchto zařízení tak navazuje na změnu celkového ekonomického klimatu ve vyspělých zemích, kde se objevuje problém využití rostoucí kapacity volného času. Postupné zkracování pracovní doby otvírá prostor pro větší využití dosavadních i nově budovaných rekreačních zařízení pro rozvoj cestovního ruchu. V oblasti Evropské unie se věnují rozvoji rekreačních zařízení mnohé organizace, které upozorňují na negativní dopad nečinnosti ve volném čase a to jak v oblasti



fyzické zdatnosti tak i oblasti psychologické s nebezpečím vzniku různých závislostí na drogách a jiných návykových látkách.

#### **4.3.1 Zhodnocení současného stavu cestovního ruchu**

Cestovní ruch, přes veškeré dosažené výsledky v posledních 10 letech, se stále vyvíjí víceméně spontánně. Ve většině regionů chybí dostatečně pestrá a kvalitní nabídka produktů a služeb cestovního ruchu. Také chybí, nebo je nedostatečná, meziregionální koordinace aktivit, které svým rozsahem překračují hranice regionů, a není vytvářena systematická podpora svazů a spolků cestovního ruchu. Zejména chybí opatření pro vytváření vztahů mezi veřejnou a soukromou sférou na principu partnerství. Naléhavá je také potřeba vybudování celostátního informačního systému cestovního ruchu a funkčního propojení regionálních turistických informačních center.

Dále absentují aktivity a činnosti, které mají zajistit standardní úroveň některých služeb nebo produktů a vybrané infrastruktury cestovního ruchu požadované zejména zahraničními turisty. Jedná se zvláště o dodržování mezinárodně obvyklých standardů služeb, které je třeba považovat za jednu z nezbytných podmínek konkurenceschopnosti nabídky služeb cestovního ruchu. Nedostatečný je rovněž marketing zaměřený na prosazování České republiky jako evropské turistické a lázeňské destinace.

Objektivní podmínky, tj. přírodní prostředí, kulturní a historické dědictví, pro určité druhy cestovního ruchu existují prakticky ve všech krajích. Subjektivní podmínky rozvoje cestovního ruchu jsou však velmi diferencované a ekonomický potenciál cestovního ruchu v České republice je velmi nevyvážený. Avšak ani již existující potenciál cestovního ruchu není dostatečně využíván.

Zázemí cestovního ruchu v regionech prošlo v 90. letech významnými změnami. Počet ubytovacích zařízení se zvýšil více než čtyřikrát a lůžková kapacita se zvýšila o více než třetinu. Nová výstavba byla koncentrována zejména v Praze a v atraktivních střediscích cestovního ruchu. Dochází k rozšiřování ubytovací kapacity do ostatních regionů, což je pozitivní tendence. Kvalita a úroveň ubytovacích služeb však dosud není na evropské úrovni.

Zájem o regiony mimo Prahu snižuje mnohde nízká kapacita nebo nevyhovující struktura a kvalita ubytovacích zařízení. Dosud rovněž nefunguje kooperace mezi hlavními turistickými cíli a jejich zázemím.

Vedle tradičních kategorií cestovního ruchu (lázeňský, městský a kulturně poznávací a sportovně - rekreační cestovní ruch apod.) má Česká republika dobré podmínky pro rozvoj i dalších kategorií, v rámci kterých lze vytvářet mnoho moderních produktů cestovního ruchu, zejména ve venkovském cestovním ruchu.

Venkovský cestovní ruch a zejména jeho šetrné součásti (jako např. agroturistika, ekoturistika atd.) lze aplikovat víceméně plošně i do chráněných krajinných oblastí a do národních parků.

Dobré podmínky pro rozvoj má i cykloturistika (zejména rozvoj mezinárodních cyklotras), kongresový cestovní ruch, církevní cestovní ruch a nové produkty kulturního cestovního ruchu (Stezky dědictví, průmyslové skanzeny a památky apod.).

#### **4.3.2 Vliv sportovně - rekreačních zařízení na rozvoj cestovního ruchu**

Jak již bylo výše uvedeno, sportovně - rekreační cestovní ruch má v České republice příznivé podmínky pro přirozený vývoj.

K rozvoji sportovně - rekreačních zařízení a na ně úzce napojeného sportovně - rekreačního cestovního ruchu dochází hlavně v souvislosti s novými trendy životního stylu. V posledních letech je velmi podporován zdravý životní styl a vše, co s ním souvisí. Vládní i nevládní organizace podporují prosazování zdravého životního stylu v souvislosti s nutností snížení rizika vzniku civilizačních chorob, jakými jsou obezita, duševní choroby, stres, různé druhy závislostí, vznik vysokého krevního tlaku a srdečních chorob.

Z evropského průzkum prováděného v rámci programu Světové zdravotnické organizace „Zdraví 21“ (25) vyplývá, že některé nepříznivé determinanty budou ovlivňovat zdraví mladé generace v příštích desetiletích více, než tomu bylo dosud. Týká se to především nepříznivých změn v životním stylu – zahájení kouření v dětském a adolescentním věku, nevyvážené výživy, nárůstu dětské obezity, nadměrné spotřeby alkoholu, nedostatku pohybu, stresu, zneužívání drog, podceňování rizika úrazů

a nepříznivých účinků pracovního prostředí. Tyto změny, které byly statisticky prokázány v USA již v posledních 20 letech a vedly i k závažným ekonomickým důsledkům, stále více ohrožují také evropskou populaci. Z podnětu britských nevládních organizací byly vypracovány projekty na zvýšení fyzické aktivity, které byly postupně přijaty dalšími západoevropskými zeměmi. Osvědčil se zvláště televizní programy vedené mladými moderátory, kteří přesvědčovali své spoluvrstevníky o nutnosti pohybu, včetně moderních forem zábavy. Úspěch byl docílen především tím, že tyto programy byly financovány z nestátních zdrojů. Ve střeoevropských zemích se negativně projevuje především nárůst nezdravého životního stylu některých sociálních skupin s nízkým vzděláním.

Nicméně existují i důkazy pozitivních změn v chování lidí, které přinesly dílčí výsledky ve zlepšení skladby výživy některých populačních skupin, v zastavení vzestupu kuřáctví u dospělých mužů a v potlačování některých nebezpečných infekcí.

Pokud nevzniknou nová nebo dosud neznámá rizika, bude životní prostředí, kromě hluku, mít menší škodlivé dopady na zdraví než v minulosti.

Jedním z nejvýraznějších faktorů určujících zdraví je ve vyspělých státech s tržní ekonomikou socioekonomická úroveň lidí spojená s vysokou úrovní vzdělání. Vzestup hospodářské prosperity České republiky bude stálý zájem společnosti o zdraví podporovat.

## 5. VYMEZENÍ A CHARAKTERISTIKA OBLASTI

Pro svou další práci jsme si vybrali oblast Středočeského kraje. Poté, co jsme oblast charakterizovali, provedli jsme zhodnocení současného stavu sportovně – rekreačních zařízení v kraji.

Dále jsme vyhledali sportovně – rekreační zařízení, které použijeme jako ukázkový příklad pro využití sportovně – rekreačních zařízení pro ztraktivnění destinace cestovního ruchu. Toto zařízení se nachází v městě Poděbrady, proto jsme k charakteristice oblasti připojili také charakteristiku města Poděbrady.

## 5.1 STŘEDOČESKÝ KRAJ



Středočeský kraj leží uprostřed Čech. Svou velikostí, počtem obcí i obyvatel patří mezi největší kraje České republiky. Je vyspělou průmyslově zemědělskou oblastí. Jeho bohatý historický vývoj je úzce spjat s vývojem hlavního města Prahy, se kterým fakticky tvoří jeden nedílný geografický i ekonomický celek.



Středočeský kraj jako vyšší územně samosprávný celek vznikl v roce 2000 na základě ústavního zákona č. 347/97 Sb., ze dne 3. prosince 1997, o vytvoření vyšších územně samosprávných celků. Jde nejen o územně samosprávnou jednotku, ale zároveň o region soudržnosti EU, statistickou jednotku nazývanou NUTS 2. Administrativně se Středočeský kraj člení na 26 územně samosprávných celků - obcí s rozšířenou působností.

Středočeský kraj je svou rozlohou 11 tis. km<sup>2</sup> největším krajem České republiky, zaujímá 14 % plochy republiky a žije zde asi 11 % populace. Kraj sousedí se všemi českými kraji kromě Karlovarského, ale s žádným z „nových“ krajů moravských.

Středočeský kraj leží v centrální části České kotliny. Jeho reliéf je poměrně málo členitý. Sever a východ je rovinatý, na jihu a jihozápadě převládají vrchoviny. Nejvyšším bodem území je jihozápadně od Prahy vrchol brdských hřebenů Tok (864 m/n.m.). Nejnižším bodem je řečiště Labe (153 m/n.m.).

Obrázek 1: Územní členění Středočeského kraje



Zdroj: [www.kr-stredocesky.cz](http://www.kr-stredocesky.cz)

Kraj lze charakterizovat jako průmyslově – zemědělský. Zemědělská půda zaujímá téměř 61 % celkové rozlohy kraje, což je o něco více než je republikový průměr. Nosnou zemědělskou oblastí kraje je Polabí, kde výroba těží z vynikajících přírodních podmínek. Kraj vyniká hlavně rostlinnou výrobou, pěstováním pšenice, ječmene, cukrovky, v příměstských částech pěstováním ovoce, zeleniny a květin. Intenzita živočišné produkce není v mezikrajském porovnání tak výrazná.

V průmyslu má dominantní postavení automobilka celorepublikového významu Škoda Mladá Boleslav, na kterou je napojena celá řada dalších subdodavatelů. V roce 2005 zahájila výrobu v okrese Kolín neméně významná továrna na výrobu osobních automobilů TPCA, s.r.o. V kraji je větší počet strojírenských závodů, významné jsou firmy působící v průmyslu chemickém, potravinářském, polygrafickém, keramickém a sklářském. Výrazný útlum proběhl v oblasti ocelářství, kožedělného průmyslu, těžby nerostných surovin, hlavně černého uhlí na Kladensku.

Středočeský kraj má kromě Prahy nejhustší, ale také nejpřetíženější, dopravní síť v republice. Přes území kraje vedou do hlavního města historicky radiálně uspořádané hlavní silniční a železniční tranzitní sítě. Svě zastoupení

v kraji má i vodní doprava. Labsko – vltavská vodní cesta je jedinou vodní cestou v České republice pro mezinárodní přepravu.

Středočeský kraj má jen o málo nižší průměrnou mzdovou hladinu než je celorepublikový průměr. Vyšší mzdy než ve Středočeském kraji jsou pouze v hlavním městě Praze, ve všech ostatních krajích jsou průměrné mzdy nižší než ve Středočeském kraji. Vyšší průměrná mzda v porovnání s průměrem kraje i republiky je dlouhodobě v okrese Mladá Boleslav a s určitým odstupem i v okresech Praha-západ, Praha-východ a nově i Beroun.

Míra nezaměstnanosti je dlouhodobě nižší proti republikovému průměru. Existují výrazné rozdíly v nezaměstnanosti uvnitř kraje, opět ovlivněné blízkostí Prahy. K 31. 12. 2005 byla registrovaná míra nezaměstnanosti v kraji 6,85 %. Nejvyšší hodnoty v rámci kraje dosáhla v okrese Kutná Hora 10,20 %, nejnižší v okrese Praha-západ 2,94 %.

Na území Středočeského kraje se nachází množství významných historicky cenných památek a několik chráněných krajinných oblastí.

Největší koncentrací historicky cenných památek se vyznačuje město Kutná Hora (chrám sv. Barbory, Vlašský dvůr, Hrádek se stříbrnými doly, Kostnice), která je zapsána do Seznamu světového přírodního a kulturního dědictví UNESCO. V českém seznamu městských památkových rezervací středních Čech kromě Kutné Hory figuruje jen Kolín. Nejproslulejšími hrady jsou Karlštejn a Točnick na Berounsku, Křivoklát na Rakovnicku, Český Šternberk na Benešovsku, Kost na Mladoboleslavsku a Kokořín na Mělnicku. Nejvýznamnějšími zámky jsou Konopiště na Benešovsku, Žleby a Kačina na Kutnohorsku, Lány na Rakovnicku, Nelahozeves nebo mělnický zámek. Nejzajímavějšími zříceninami jsou Žebrák na Berounsku a Okoř v okrese Praha-západ.

Nejcennější přírodní oblast kraje představuje CHKO Křivoklátsko, která figuruje na seznamu biosférických rezervací, mezi další významné oblasti patří CHKO Kokořínsko, Český kras, Český ráj a Blaník.

Pro milovníky sportovního klání je připraveno 11 golfových hřišť, několik desítek koňských jízdáren a mnoho jiných sportovišť. Kromě toho se ve Středočeském kraji koná mnoho sportovních akcí, které je možno navštívit jako divák a nebo si přímo zasoutěžit.

Celá střeđočeká oblast má řadu míst vhodných k rekreaci. Zejména oba pražské okresy jsou doslova rekreačním zázemím Prahy, charakteristickým tzv. víkendovou turistikou. Vedle pěší turistiky a cyklistiky, pro něž najdeme dobré podmínky v celém Střeđočekém kraji, je možné provozovat zde i celou řadu dalších letních sportů. Řeky Vltava, Sázava a Berounka jsou oblíbeným cílem vodáků, zatímco Slapskou Štěchovickou a Orlickou přehradu navštěvují vyznavači dalších vodních sportů. Horolezce můžeme spatřit na skalách u Srbska a Svatého Jana pod Skalou v Českém krasu či v okolí Mužského a Příhrazských skal v jihozápadní části Českého ráje. Golf si můžeme zahrát nedaleko Karlštejna, milovníci jezdeckví najdou na území Střeđočekého kraje řadu jezdeckých klubů nabízejících rekreační vyjížďky do přírody.

Podmínky pro lyžování jsou na území Střeđočekého kraje díky nízké nadmořské výšce omezené, při dostatečné výšce sněhové pokrývky se pro běh na lyži hodí nejvíce oblast Brd. Vedle běžných druhů sportů jako tenis, fotbal, lední hokej, volejbal či košíková, se ve Střeđočekém kraji provozují sporty méně obvyklé. V Rakovníku a Mnichovicích u Prahy se můžete setkat s pozemním hokejem, v Bakově nad Jizerou, Podlázkách, Březně, Řevnicích a Staré Huti u Dobříše s národní házenou. Za ryzí specialitu lze považovat karetní hru Lóra, která se na světě hraje pouze ve Střeđočekém kraji na Kladně a ve Slaném.

## 5.2 MĚSTO PODĚBRADY



Lázeňské město Poděbrady leží v Polabské nížině 50 km od hlavního města Prahy při dálnici D 11. Nadmořská výška 190 metrů nad mořem řadí Poděbrady mezi nejteplejší místa v České republice s nejstabilnějším počasím. Půvabné lázeňské město proslavila především léčba srdečních onemocnění a příznačný slogan „Na srdce jsou Poděbrady“, který je platný dodnes. S Poděbrady je neodmyslitelně spjata i jedna z nevýznamnějších osobností české historie - český král a vynikající diplomat Jiří z Poděbrad. Poděbrady svým návštěvníkům nabízejí stále živou lázeňskou tradici s bohatým společenským a kulturním životem,



ale také i bohatou historií, řadu pamětihodností, sportovní vyžití a relaxaci na pozadí malebné polabské krajiny.

Město Poděbrady dostalo své jméno podle názvu prastaré osady „pode brody“, nacházející se zde při Labi na obchodní cestě vedoucí z Prahy do Kladska. V písemných materiálech se název Poděbrady objevuje zhruba od poloviny 12. století. Za vlády krále Přemysla Otakara II. se na strategickém místě nad řekou vystavěl hrad, který po četných úpravách stojí dodnes.

Největšího rozkvětu doznalo panství za pánů z Kunštátu. Významnou postavou tohoto rodu se stal Jiří z Poděbrad, který byl roku 1458 zvolen českým králem. Tento vynikající diplomat, se jako první evropský politik pokusil založit mírovou unii evropských panovníků. Roku 1472 byly Poděbrady povýšeny na město a obdržely četná práva včetně městského znaku. Mezníkem v historii se stal rok 1905, kdy byl v hloubce 96,7 metrů navrtán pramen minerální uhličitě vody. Roku 1908 byla zahájena první úspěšná lázeňská sezóna.

Lázeňské město Poděbrady má bohatý kulturní život s širokou nabídkou již tradičních festivalových, kulturních a sportovních akcí. Kulturní vyžití nabízí i divadlo Na Kovárně a Zámecký biograf s pestrou škálou divadelních, filmových a hudebních představení, Městská knihovna nebo Polabské muzeum. Kulturní a společenský život města obohacují v průběhu roku i Lázně Poděbrady, a.s. Město Poděbrady srdečně zve na následující periodické kulturní akce: Poděbradské dny poezie - duben, FEMAD – národní přehlídka - květen, Den dětí - květen, Křišťálové srdce - červen, Slavnosti krále Jiřího - červen, Poděbradské léto - červenec až září, Prix Bohemia Radio Poděbrady – září.

Převážně rovinatá krajina láká k příjemným procházkám a cyklistickým výletům. Labská trasa vedoucí z nedaleké Libice nad Cidlinou přes Poděbrady a Nymburk je hojně využívána cyklisty a vyznavači jízdy na kolečkových bruslích. Trasa je rovinatá, nenáročná a je vhodná i pro rodiče s dětmi.

Ke sportu a rekreaci dále slouží areál přírodního koupaliště Jezero, golfové hřiště, jízdárna, skate park, tenisové kurty, squash a další zařízení. Malebné břehy řeky Labe lákají k rybaření nejednoho rybáře. Pro zpříjemnění dne mohou občané a návštěvníci Poděbrad využít možnosti vyhlídkové plavby výletní lodí Král Jiří. Město Poděbrady srdečně zve na následující periodické sportovní akce: Turistický pochod Praha – Poděbrady v dubnu, Mezinárodní setkání v závodní rychlochůzi také v dubnu, Triatlon



a Národní šampionát mažoretkových skupin v červnu, Mezinárodní jezdecké závody CSIO\*\*\*\* v září.

Mezi největší zajímavosti, které v Poděbradech a okolí nalezneme, patří především Poděbradský zámek – Památník krále Jiřího (ostatní prostory veřejnosti běžně uzavřené), socha krále Jiřího, Stará radnice, mariánský sloup Kostel Povýšení sv. Kříže, Havířský kostelík Nanebevzetí Panny Marie, Obereignerova vila a vila Kouřimka od J. Fanty, lázeňský park s fontánou, plastikami a květinovými hodinami, kolonáda, hydroelektrárna, vodárna, areál bývalé radiostanice, inundační most.

### 5.3 CESTOVNÍ RUCH V PODĚBRADECH

Cestovní ruch města Poděbrady je neodmyslitelně spojen s objevením a následným využitím minerálních pramenů.

V prvních letech lázeňství využívalo i rovinaté polohy města a jeho okolí, protože vládlo přesvědčení, že nemocní se srdečními chorobami potřebují především klid. Tomu odpovídala klasická kolonáda s možností procházek v parku, budova pro otevřené hudební produkce i využívání vodoléčby.

V posledních letech se zásadně změnil názor na léčení kardiaků a lázeňská organizace se začala více věnovat i nabídce sportovních aktivit pro své pacienty. K tomu slouží vybudování různých stezek pro vycházky mimo oblast lázeňského centra, nabídka sportovních potřeb i práce s rodinnými příslušníky léčených pacientů, kteří často do Poděbrad dojíždějí.

Stále též stoupá význam zahraničního turistického ruchu v Poděbradech, kdy zvláště v letních měsících tvoří podstatnou část klientely návštěvníci z Německa, Ruska a některých arabských zemí. Tato klientela samozřejmě očekává i zlepšení nabídky služeb ve volném čase, možnost zájezdů do hlavního města i do dalších kulturně a historicky zajímavých oblastí.

Poděbrady jsou nuceny opouštět tradiční koncepci lázní, kde kapacity byly využívány především v letních měsících. Hledá se vhodná náplň pro podzimní a jarní období, pořádají se pravidelné kongresové akce, rozvíjí se i spolupráce se svazy zdravotně postižených občanů, kterým jsou nabízené i různé sportovní služby. Město vybudovalo pro své občany i hosty krytý

plavecký stadion, rozšířily se půjčovny sportovních potřeb a je k dispozici systém zdravotního sledování fyziologických parametrů při sportu.

Město Poděbrady se dostává pod konkurenční tlak západočeských lázní. Uvědomuje si význam cestovního ruchu pro ekonomický rozvoj města a hledá možnosti, jak nejlépe využít specifika destinace pro přilákání nových klientů a turistů.

#### **5.4 ZHODNOCENÍ SOUČASNÉHO STAVU SPORTOVNĚ - REKREAČNÍCH ZAŘÍZENÍ VE STŘEDOČESKÉM KRAJI**

Středočeský kraj má několik zásadních předpokladů pro rozvoj sportovně - rekreačních zařízení. Jedním z nich je jeho geografická poloha vůči Praze. Vzhledem k tomu, že Středočeský kraj Prahu zcela obklopuje, je s ní v bezprostředním kontaktu a v porovnání s ostatními kraji s ní má nejsilnější vazby. Vzájemné vztahy těchto dvou krajů zasahují do všech oblastí – demografie, ekonomika, životní prostředí i sociální oblast. Pokud se zaměříme na problematiku sportovně - rekreačních zařízení, vztah Prahy a Středočeského kraje nelze jednoznačně definovat. Rozhodující hledisko v tomto případě je poloha.

Bezprostřední okolí hlavního města je pro Pražany, vzhledem k docházkové vzdálenosti, ideálním místem pro odpočinek, relaxaci a sportovní vyžití. Má vhodné předpoklady pro rozvoj sportovně - rekreačních zařízení s využitím klientely přicházející z hlavního města. Tato zařízení většinou nabízejí stejné možnosti sportovního vyžití, jako jejich konkurence v Praze. I přesto, že se jejich nabídka nikterak neliší, jsou svým pražským protějškům rovnocenným konkurentem. Na druhou stranu nelze očekávat, že Pražané budou využívat tato zařízení pro vícedenní pobyty či pro svou rekreaci.

Důležité je neopomenout současný trend stěhování se z centra měst na jejich periferie či na venkov. Nově přistěhovaní často vyžadují stejnou infrastrukturu služeb, na kterou byli zvyklí v centru města. I proto má bezprostřední okolí Prahy výborné podmínky pro rozvoj služeb spojených se sportovně - rekreačními aktivitami.

I přesto, že nelze očekávat takový zájem o rekreační zařízení v bezprostřední blízkosti Prahy ze strany jejích obyvatel, nelze význam těchto zařízení podceňovat. Tato zařízení tvoří významnou část kapacit uspokojujících zahraniční klientelu, která dává přednost aktivní rekreaci v klidném prostředí, nicméně chce zůstat v těsné blízkosti Prahy.

Oblasti Středočeského kraje, které jsou Praze vzdálenější, jsou častěji využívány pro samotnou rekreaci. Jako příklad takovýchto středisek jmenujme např. přehrady Slapy, Máchovo jezero, oblasti řeky Berounky či Sázavy.

V obecném měřítku platí, že Středočeský kraj je pro obyvatele Prahy spíše centrem víkendových aktivit. Mnoho Pražanů zde tráví víkendy a volné dny na svých chatách a chalupách.

Dalším impulsem pro rozvoj sportovně - rekreačních zařízení v kraji je to, že do Středočeského kraje patří některé regiony, které samy o sobě nemají přírodní krásy a bohatství takové, aby v nich docházelo k samovolnému rozvoji cestovního ruchu. Pro rozvoj cestovního ruchu je nutné vytvořit atraktivní nabídku služeb a aktivit.

Z přehledů o stavu sportovních zařízení ve Středočeském kraji zpracovaných Statistickým úřadem (Tabulka č.1) je patrné, že takovýchto zařízení ve většině případech ubývá. Hlavním důvodem je to, že tato zařízení často vznikla před řadou let. Jsou tedy značně opotřebovaná a jejich fungování vyžaduje vysoké provozní náklady. Provozovatelé těchto zařízení, mnohdy obce či města, se potýkají s nedostatkem finančních prostředků a nízkou poptávkou.

Tabulka č.1 : Sportovní zařízení ve Středočeském kraji

Sportovní zařízení	2002	2003	2004
Koupaliště a bazény	105	94	81
z toho kryté bazény	26	26	21
Hřiště	1 491	1 412	1 078
Tělocvičny	566	552	529
Stadiony včetně krytých	121	123	163
Zimní stadiony včetně krytých	29	30	25

Zdroj: Statistická ročenka Středočeského kraje 2005

Současný nepříznivý stav je také způsoben diferenciací zájmů jednotlivých sociálních vrstev a nedostupností některých sportů pro většinu obyvatel.

Z tabulek č. 2 a 3 vidíme zhodnocení stavu sportovních zařízení ve Středočeském kraji a jeho okresech za rok 2004. Můžeme tak porovnat množství sledovaných zařízení v jednotlivých okresech Středočeského kraje a v jednotlivých krajích České republiky.

Středočeský kraj si v celorepublikové statistice nestojí nikterak špatně. V porovnání s ostatními kraji dominuje především v počtu krytých i nekrytých stadionů, v počtu hřišť a tělocvičen. Nejhuř je na tom po stránce vybavení koupališti a plaveckými bazény.

Je však třeba vzít v úvahu to, že Středočeský kraj je, co do velikosti, největším krajem republiky, z čehož vyplývá, že situace sportovně – rekreačních zařízení ve Středočeském kraji není až tak příznivá, jak by se na první pohled mohlo zdát.

Tabulka č. 2: Sportovní zařízení podle krajů v roce 2004

ČR, kraje	Sport					
	koupaliště a bazény	z toho kryté bazény	hřiště	tělocvičny	stadiony včetně	zimní stadiony
<b>Česká republika</b>	<b>1 276</b>	<b>316</b>	<b>9 843</b>	<b>5 190</b>	<b>971</b>	<b>209</b>
Hl. m. Praha	51	30	253	191	24	10
<b>Středočeský</b>	<b>81</b>	<b>21</b>	<b>1 078</b>	<b>529</b>	<b>163</b>	<b>25</b>
Jihočeský	150	13	899	363	65	17
Plzeňský	84	14	469	274	68	12
Karlovarský	41	14	339	167	22	4
Ústecký	117	29	385	327	65	20
Liberecký	80	20	403	249	50	10
Královéhradecký	100	19	905	406	68	18
Pardubický	70	12	672	340	62	17
Vysočina	101	15	803	322	43	18
Jihomoravský	110	30	1 252	675	80	15
Olomoucký	58	17	688	403	68	7
Zlínský	109	26	687	310	57	11
Moravskoslezský	124	56	1 010	634	136	25

Zdroj: Statistická ročenka Středočeského kraje 2005

Co se týče porovnání okresů v rámci Středočeského kraje můžeme říci, že okres Nymburk, do kterého spadá námi vybraná destinace Poděbrady, patří mezi okresy, jejichž celková vybavenost sportovně – rekreačními zařízeními je nadprůměrná. Jednotlivé hodnoty můžeme porovnat v tabulce č.3.

Tabulka č. 3 : Sportovní zařízení Středočeského kraje podle okresů v roce 2004

Kraj, okresy	Sport					
	koupaliště a bazény	z toho kryté bazény	hřiště	tělocvičny	stadiony včetně	zimní stadiony
<b>Středočeský kraj</b>	<b>81</b>	<b>21</b>	<b>1 078</b>	<b>529</b>	<b>163</b>	<b>25</b>
Benešov	8	3	90	42	12	2
Beroun	8	1	90	47	11	3
Kladno	9	4	99	56	16	2
Kolín	5	1	106	38	14	1
Kutná Hora	5	1	79	38	10	2
Mělník	10	3	70	45	12	3
Mladá Boleslav	14	1	112	49	16	3
Nymburk	6	2	96	44	13	2
Praha - východ	5	2	75	40	17	2
Praha - západ	1	-	78	45	16	1
Příbram	8	2	117	51	20	3
Rakovník	2	1	66	34	6	1

Zdroj: Statistická ročenka Středočeského kraje 2005

## 6. INFORMAČNÍ SYSTÉMY

### 6.1 INFORMAČNÍ SYSTÉMY CESTOVNÍHO RUCHU

Informační systém cestovního ruchu je databáze veškerých údajů, které jsou jakýmkoliv způsobem s cestovním ruchem spojeny. Z marketingového hlediska jsou tyto systémy jedním z nejefektivnějších způsobem propagace a prezentace destinace. Proto je, především pro významné destinace cestovního ruchu, zásadní tyto databáze vytvářet, vézt, aktualizovat a neustále rozšiřovat.

Je běžné, že každý kraj vytváří svůj informační systém cestovního ruchu. Velký důraz je přitom kladen na kvalitu a šíři zpracování takového systému.

Obecně platí, že od úrovně informačního systému se odvíjí rozvoj cestovního ruchu v celém kraji.

Informačním systémem daného kraje zpravidla poskytuje dva druhy informací. Jedním z nich jsou údaje charakterizující danou destinaci z hlediska historického, geografického a kulturního. Druhým typem jsou informace komerční povahy, které mají významný podíl na zdůraznění atraktivity destinace a současně jsou významným faktorem ovlivňujícím rozvoj podnikatelských aktivit v regionu.

Nejčastější struktura informačního systému kraje obsahuje:

- aktuální údaje o událostech a novinkách v kraji,
- obecnou charakteristiku kraje,
- přehled akcí,
- možnosti ubytování,
- možnosti stravování,
- turistické produkty,
- informační centra,
- mapový systém.

V aktuálních údajích o událostech se objevují stále se měnící informace jakými jsou pozvánky na různé společenské, kulturní, sportovní či jiné akce, které se momentálně v kraji konají, upozornění na různá výročí, apod. Jde o informace, které jsou krátkodobého charakteru a vyžadují pravidelnou aktualizaci.

Obecná charakteristika kraje nám poskytuje základní informace o kraji, informace o poloze, klimatu, historii, památkách, památkových rezervacích, přírodních rezervacích, hradech, zámcích, zajímavostech, atraktivitách.

Přehled akcí je většinou celoročním programem, který podává přehlednou informaci o veškerých akcích, které se v kraji konají.

V odkazu na ubytování nalezneme přehled hotelů, penzionů, ubytování v soukromí, kempů a ostatních ubytovacích zařízení v kraji v závislosti na požadovaných službách. Stejně tak v odkazu na stravování objevíme přehled všech restaurací, kaváren, cukráren, vináren, barů, občerstvení, veškeré pivnice, krčmy, či čajovny.

Oddíl turistických produktů zahrnuje vše, co kraj turistům a návštěvníkům nabízí. Patří sem informace o systému cyklotras a turistických stezek, o lyžařských a běžeckých trasách, systém veškerých sportovně – rekreačních zařízení, apod.

V žádném informačním systému kraje by neměl chybět ani seznam veškerých informačních center v okolí, protože ta jsou významným zdrojem informací pro návštěvníky a zpětně důležitým faktorem ovlivňujícím rozvoj cestovního ruchu kraje.

## **6.2 INFORMAČNÍ SYSTÉMY JAKO NÁSTROJ PROPAGACE**

Protože informační systémy tvoří ucelený přehled informací o dané destinaci, jsou vhodným nástrojem propagace. Způsob šíření těchto informací je odlišný a to hlavně v závislosti na tom, kdo, popř. jaké zařízení, chce informace rozšiřovat.

Nejčastějšími způsoby, jakými se informace z informačních systémů dostávají k široké veřejnosti, jsou:

- tištěné propagační materiály,
- prezentace na veletrzích,
- webové stránky, interaktivní odkazy,
- účast na různých akcích pořádaných v okolí,
- konzultace s pracovníky informačních center.

Je třeba zdůraznit skutečnost, že s rozvojem informační techniky a zařízení se pozornost zaměřuje spíše na formy elektronické, tedy hlavně na formy webových stránek.

## **7. TERÉNNÍ VÝZKUM**

### **7.1 PŘÍPRAVA A PROVEDENÍ VÝZKUMU**

V předchozí části jsme se věnovali charakteristice Středočeského kraje z hlediska sportovně - rekreačních zařízení včetně kvality a kvantity dostupných zařízení. Pro potřeby naší další práce jsme provedli terénní šetření, jehož cílem

bylo zjistit, jaký je ve Středočeském kraji zájem o sportovně - rekreační zařízení, zvláště o kempy a jejich nabídku sportovně - rekreačních aktivit.

Cílem tohoto šetření bylo získat informace o současném stavu poptávky po sportovně - rekreačních zařízeních ve Středočeském kraji a o míře uspokojení této poptávky. Dále mělo být šetření klíčové pro to, abychom si ujasnili, jakým způsobem koncipovat produkt, který chceme nabízet. Produkt by měl být různorodý, pestrý a měl by oslovil široké spektrum účastníků cestovního ruchu.

Středočeský kraj má velmi významnou geografickou polohu, takže by vytvořený produkt mohl být atraktivní nejen pro místní obyvatele, obyvatele kraje, ale i ostatních regionů, především pro velkou část obyvatel Prahy a také sportovně založených zahraničních turistů navštěvujících hlavní město Prahu.

Z výsledků našeho terénního výzkumu, jež interpretujeme v další kapitole, vyvodíme následně závěry, tj. zda má být tvorba námi zamýšleného produktu zaměřeného na sportovně - rekreační vyžití zrealizována a jak by měl být tento produkt koncipován.

## 7.2 VYHODNOCENÍ TERÉNNÍHO VÝZKUMU

Jak jsme již zmiňovali v minulé kapitole, terénní výzkum proběhl ve Středočeském kraji, konkrétně ve městech Benešov u Prahy, Beroun, Český Brod, Kolín, Kutná Hora, Poděbrady, Příbram a v Říčany v období červen, červenec a srpen roku 2005.

Proto, abychom naplnili stanovené množství 350 správně vyplněných dotazníků, zúčastnilo se šetření 386 dotazovaných. U některých respondentů jsme v průběhu dotazování zjistili, že jsou nevhodní pro naše šetření. Šlo o takové respondenty, jež netráví svou dovolenou ubytování v kempech, nevyužívají jejich nabídky sportovně – rekreačních aktivit a jejichž přesvědčení by nezměnila ani změna ve struktuře a kvalitě poskytovaných služeb. Z toho vyplývá, že respondentů vhodných pro náš účel šetření bylo 258, z toho 123 žen a 136 mužů.

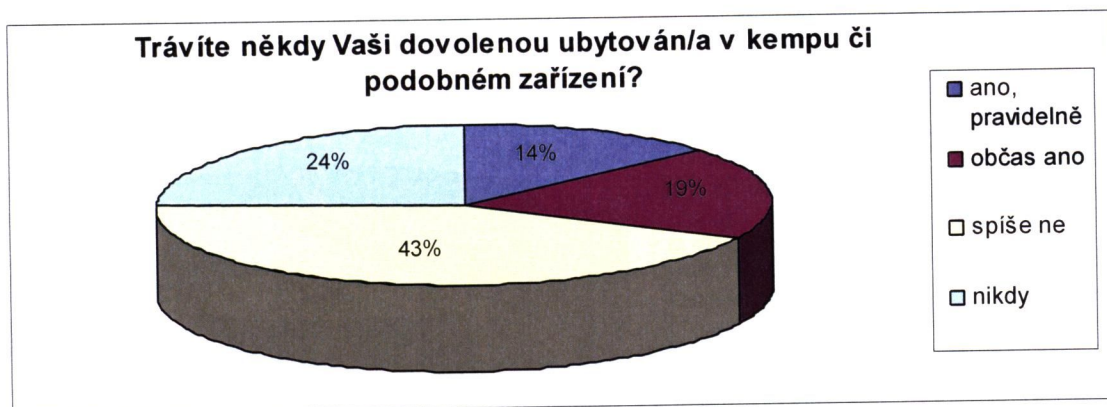
Nyní bychom chtěli celkově zhodnotit jednotlivé otázky. Pro přehlednost doplňujeme slovní komentář tabulkami nebo grafy.



První otázka „**Trávíte někdy Vaši dovolenou ubytován/a v kempu či podobném zařízení?**“. Z grafu č.1 vidíme, že pravidelně tráví v kempu 14% dotazovaných. V porovnání se statistikami Středočeského kraje za poslední roky (Příloha 2) jde téměř o trojnásobek. Jakkoliv nízká se nám hodnota 14% může zdát, ve skutečnosti se jedná o hodnotu, která předčila naše očekávání a to i přesto, že zájem o ubytování v kempech či podobných zařízení vyplývající ze šetření ještě nemusí nutně znamenat skutečný zájem v budoucnu.

Největší zájem o ubytování v kempu měla věková skupina 21-35 let se 35% následovaná věkovou skupinou do 20 let včetně, která tvořila 31% z kladně odpovídajících respondentů. Naopak nejmenší zájem měla věková skupina nad 60 let s pouhými 8% a věková skupina 35-46 let s 9%.

Graf č.1:



Zdroj: Vlastní výzkum

V případě, že respondenti odpověděli na první otázku kladně, tzn. že svou dovolenou tráví pravidelně nebo alespoň občas v kempu či podobném zařízení, neodpovídali na otázky číslo dvě, tři a čtyři, pokračovali rovnou otázkou číslo pět.

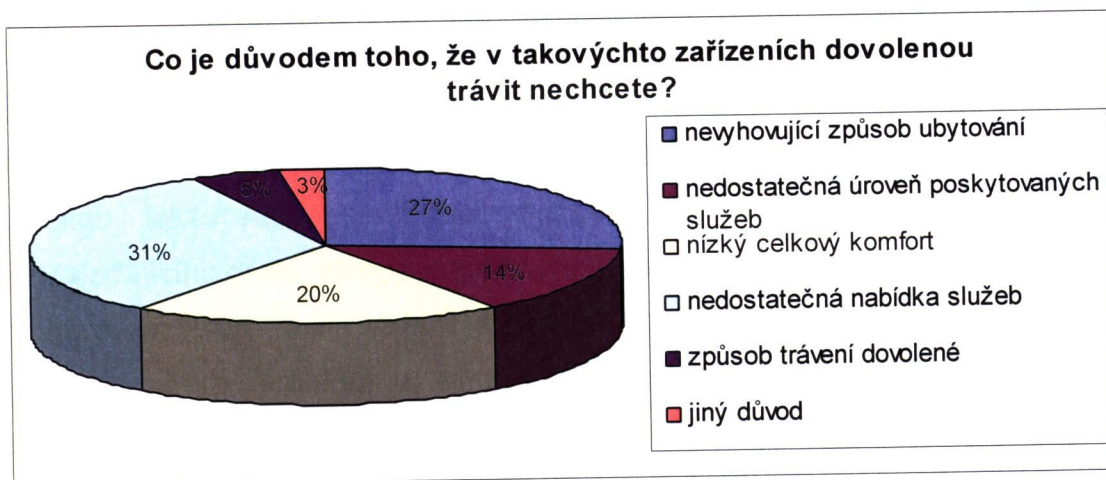
Na druhou otázku, stejně tak jako na třetí a čtvrtou, tedy odpovídali pouze ti respondenti, kteří se k první otázce vyjádřili záporně, tzn. že spíše ne nebo vůbec netráví dovolenou v kempu. Druhá otázka zní „**Co je důvodem toho, že v takovýchto zařízeních dovolenou trávit nechcete?**“.

Jde o otázku otevřenou, takže odpovědi respondentů nebyly omezované žádnými vytyčenými možnostmi. Odpovědi na tuto otázku nám poskytly

informace o tom, které důvody jsou pro návštěvníky kritické v rozhodování se, zda využít či nevyužít nabídky kempů.

Přehled důvodů, proč respondenti odmítají trávit svou dovolenou či volný čas pobytem v kempech, vidíme v následujícím grafu č.2. Nejčastěji udávané důvody byly nevyhovující způsob ubytování, nedostatečná úroveň poskytovaných služeb a nízký celkový komfort. Jiné důvody, proč respondenti neshledávali kemp jako dobré místo pro trávení své dovolené, byly např. zdravotní důvody, pokročilý věk, nízký věk dětí, atd. Na tyto aspekty je třeba se v budoucnu intenzivně zaměřit tak, že koncipujeme produkt způsobem, který je maximálně eliminuje. Znamená to, mimo jiné, že budeme chtít vytvořit produkt odpovídající potřebám a požadavkům všech věkových skupin.

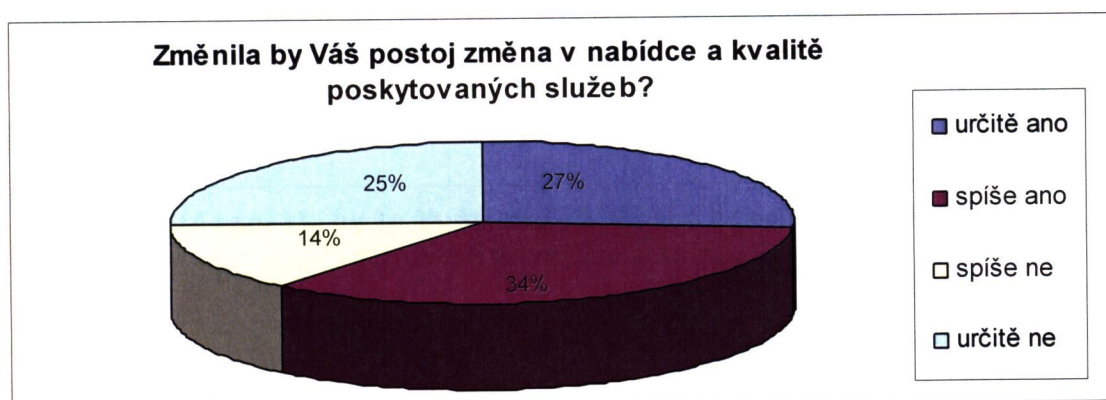
Graf č.2:



Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka třetí zní „**Změnila by Váš postoj změna v nabídce a kvalitě poskytovaných služeb?**“. Smyslem této otázky je zjistit, které problémy vidí potenciální zákazník za takové, které nelze v žádném případě překonat, a které dokáže při změně určitých podmínek akceptovat. Z grafu vyplývá pro nás velmi pozitivní výsledek, a to že 61% respondentů je ochotna změnit svůj postoj. Je zajímavé, že celých 73% z těchto kladných odpovědí bylo ze strany žen. Muži mají pravděpodobně pevněji zakořeněné zvyky, které nehodlají za žádných okolností měnit.

Graf č.3:



Zdroj: Vlastní výzkum

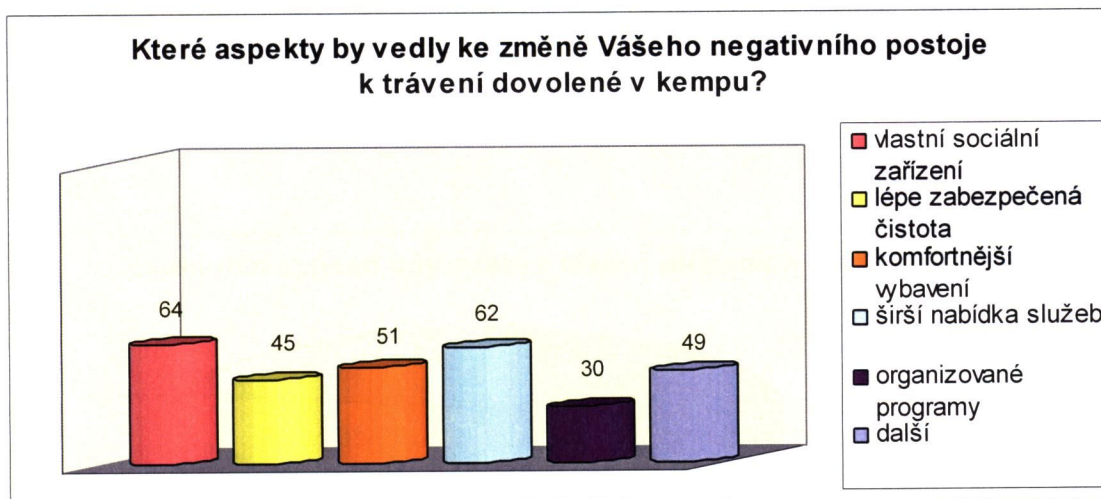
Respondenti, kteří na tuto otázku odpověděli negativně, nebyli vhodní pro další dotazování a výzkum pro ně touto otázkou skončil.

Další otázka přímo navazuje na třetí otázku a vyhodnocována byla pouze v případě, že respondentova odpověď na předchozí otázku byla kladná. Z toho vyplývá, že na tuto otázku odpovídalo pouze 144 respondentů. Čtvrtá otázka zní „**Pokud ano, o které změny by šlo?**“. Jde opět o otevřenou otázkou, takže respondenti měli možnost vyjádřit neomezeně svůj názor. Z následujícího grafu, který znázorňuje nejčastěji požadované změny, je patrné, že hlavním nedostatkem kempů je zajištění soukromého sociálního zařízení pro své hosty. Tento problém je, samozřejmě neřešitelný v případě, že jsou hosté ubytováni ve stanu, nicméně v případě hostů ubytovaných v chatkách či ve zděné budově je třeba se nad tímto problémem zamyslet. Jako velký problém respondenti označují zabezpečení čistoty a hygieny v takovýchto zařízeních. Nejde pouze o již zmiňovaná sociální zařízení, ale také o čistotu v chatkách, na pokojích a v ostatních prostorách kempu.

Nespokojenost se týkala také vybavení kempů. Často jde o již letitá zařízení, která neprošla žádnou generální rekonstrukcí. Staré nevzhledné zařízení a vybavení často odrazuje potencionální zákazníky. Návštěvníci využívají služeb za účelem rekreace a relaxace, příjemné prostředí je nedílnou součástí dokreslení příjemné a pohodové atmosféry. Velká část respondentů by dále uvítala širší nabídku služeb a organizované programy. Vedle toho byly navrhovány různé představy o tom, jak co možná nejoriginálnějším způsobem kemp pojmout (např. indiánský kemp, western kemp, apod.). Jako součást

nabídky kempu dotazovaní navrhovali zajímavé programy, kurzy, či zábavné aktivity.

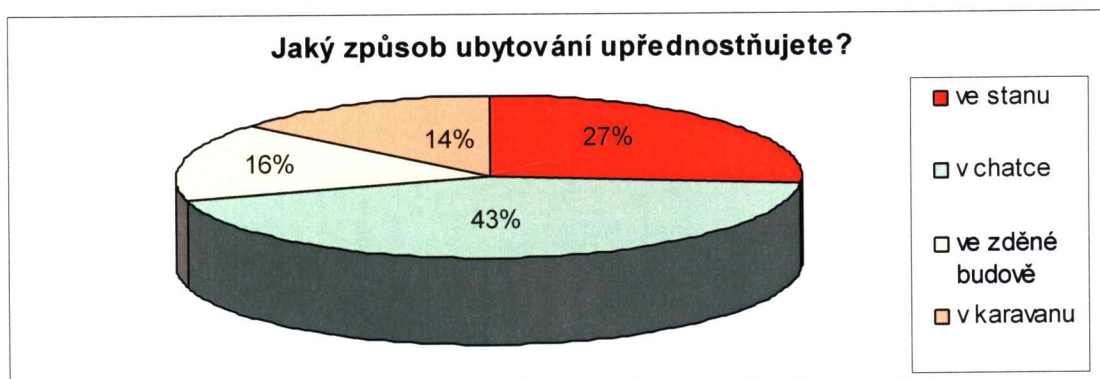
Graf č.4:



Zdroj: Vlastní výzkum

Na pátou otázku odpovídali opět i ti respondenti, jejichž odpověď na první otázku byla kladná. Na otázku „**Jaký způsob ubytování upřednostňujete?**“ tedy odpovídalo 258 respondentů. Nejvíce z nich (celých 43 %) dává přednost ubytování v chatce. Necelá třetina potom preferuje spaní ve stanu a zbylí respondenti se dělí o ubytování ve zděné budově či v karavanu.

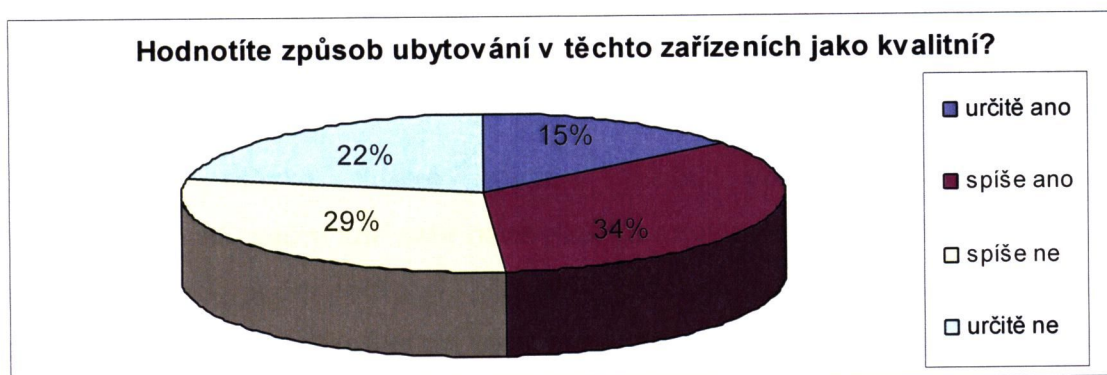
Graf č.5:



Zdroj: Vlastní výzkum

Šestá otázka zní „**Hodnotíte způsob ubytování v těchto zařízeních jako kvalitní?**“. Téměř polovina respondentů odpověděla na tuto otázku kladně, což sledujeme jako pozitivní, nicméně vzhledem k vývoji ostatních odpovědí na otázky také jako velmi překvapivé. Kvalita ubytování, komfortní zařízení, čistota, příjemné prostředí. To jsou jen některé aspekty, které respondenti v mnoha případech kritizovali.

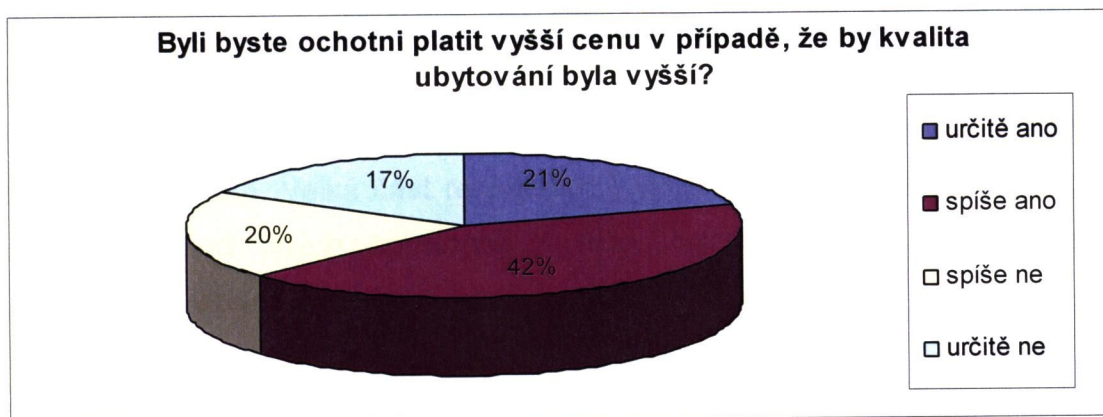
Graf č.6:



Zdroj: Vlastní výzkum

Na sedmou otázku “**Byli byste ochotni platit vyšší cenu v případě, že by kvalita ubytování byla vyšší?**“ reagovala velká část respondentů pozitivně. Přesněji 63% dotazovaných se vyjádřilo kladně. Tento výsledek považujeme za velmi důležitý aspekt, který jistě ovlivní i tvorbu našeho produktu. Pokud si budeme jisti, že jsou návštěvníci ochotni zaplatit víc peněz za kvalitnější a komfortnější služby, můžeme vytvořit a nabízet takový produkt, který bude sice z hlediska udržitelnosti náročnější, avšak z pohledu klienta atraktivní a žádaný.

Graf č.7:



Zdroj: Vlastní výzkum

Osmá otázka **“Jaké služby musí, podle Vašeho názoru, sportovně - rekreační zařízení nezbytně poskytovat?”** je otázkou otevřenou. Mohla nám tedy podat podrobný přehled o tom, jaké služby považují dotazovaní za nezbytné. Z výsledků šetření vyplívá, že nároky dotazovaných se velmi liší. Šetření se účastnila široká škála dotazovaných, od těch nejméně náročných, kteří se spokojí s ubytováním ve stanech, společným sociálním zařízením a koutem na mytí nádobí, přes středně náročné, kteří vyžadují alespoň vybavenou kuchyňku a společenskou místnost, až po ty s vysokými nároky, kteří vyžadují luxusnější služby počínaje soukromým sociálním zařízením, restaurací a širokou nabídku sportovního vyžití konče.

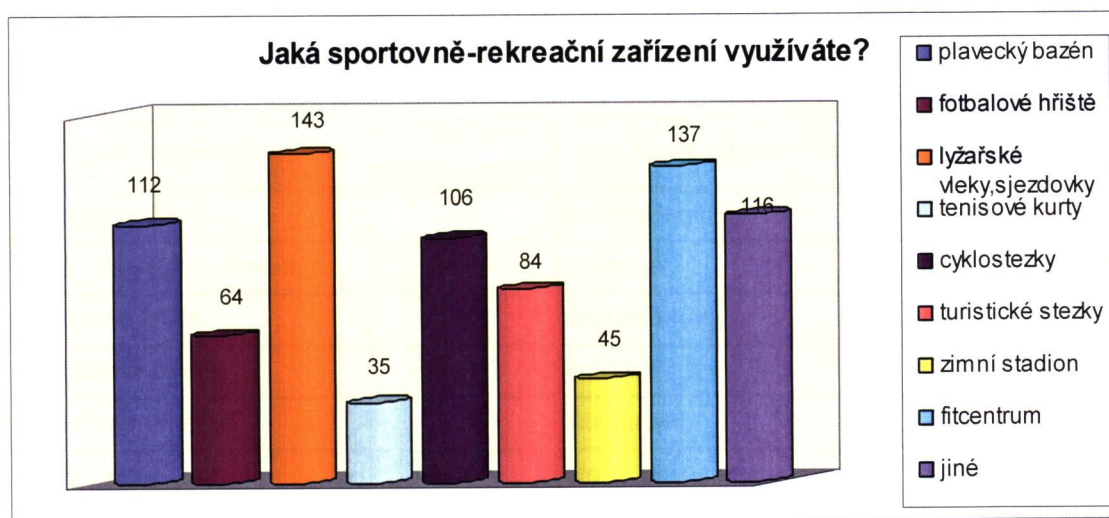
Tabulka č.4: Služby, které musí sportovně – rekreační zařízení nezbytně poskytovat

Služba	Počet dotazovaných	Služba	Počet dotazovaných
ubytování	246	kuchyňka	48
společné sociální zařízení	162	společenská místnost	31
soukromé sociální zařízení	91	restaurace	46
přívod pitné vody	68	občerstvení	63
přívod elektrické energie	57	diskotéka	22
poskytování ložního prádla	29	sportoviště	113
kout na mytí nádobí	76	letní kino	3

Zdroj: Vlastní výzkum

Devátá otázka “**Jaká sportovně - rekreační zařízení využíváte?**“ je otázkou výčtovou, otevřenou. Dotazovaní tudíž mohli zahrnout více jim vyhovujících odpovědí a současně přidat možnost, která jim nebyla nabízena. Největší zájem dotazovaní projeví o lyžařské vleky a sjezdovky, o fitcentrum a plavecký bazén. Velká část respondentů využívá cyklostezek či turistických stezek. Přehled jiných sportovně - rekreačních zařízení, jejichž služby dotazovaní využívají jsme uspořádali do tabulky č. 5.

Graf č.8:



Zdroj: Vlastní výzkum

Tabulka č. 5: Jiná sportovně - rekreační zařízení, jejichž služby respondenti využívají

Sportovně-rekreační zařízení	Počet dotazovaných	Sportovně-rekreační zařízení	Počet dotazovaných
hřiště na plážový volejbal	32	indoor cycling	12
volejbalové hřiště	29	motokáry	6
nohejbalové hřiště	13	lukostřelnice	1
basketbalové hřiště	16	aquaparky	34
squash kurty	69	paragliding	3
ricochet kurty	52	létání	5
bowlingové dráhy	47	veslování	7
lezecká stěna	16	minigolf	13
jízdárna	12	tělocvična s gymnastickým zař.	6
kulečnick	36	solárium	46
střelnice	10	sauna	51

Zdroj: Vlastní výzkum

Vzhledem k tomu, že desátá otázka “**Jaká sportovní využití byste uvítali, aby sportovně - rekreační zařízení nabízelo?**“ byla opět otázkou otevřenou, i odpovědi na ní byly velmi různorodé. Odpovědi na tuto otázku pro nás měly velký přínos. Přinesly nám údaje o tom, jaké sportovně - rekreační zařízení respondenti upřednostňují či využívají, což je velmi důležitá informace pro pozdější tvorbu našeho produktu. Odpovědi jsme přehledně shrnuli v tabulce č. 6.

Tabulka č. 6: Sportovně – rekreační zařízení, která by respondenti v kempu uvítali

Sportovně-rekreační zařízení	Počet dotazovaných	Sportovně-rekreační zařízení	Počet dotazovaných
fotbalové hřiště	58	lezecká stěna	21
hřiště na plážový volejbal	61	U-rampa	4
volejbalové hřiště	56	běžecké trasy	11
nohejbalové hřiště	27	jízdárna	8
basketbalové hřiště	21	fitcentrum	87
squash kurty	35	stolní tenis	54
ricochet kurty	14	kulečník	73
kuželkové dráhy	25	stolní tenis	45
bowlingové dráhy	59	šipky	51
půjčovna kol	81	střelnice	2
půjčovna kolečkových bruslí	45	petanque	34
půjčovna lodiček	39	dětské hřiště	72
půjčovna surfů	9	solárium	58
minigolf	37	sauna	53

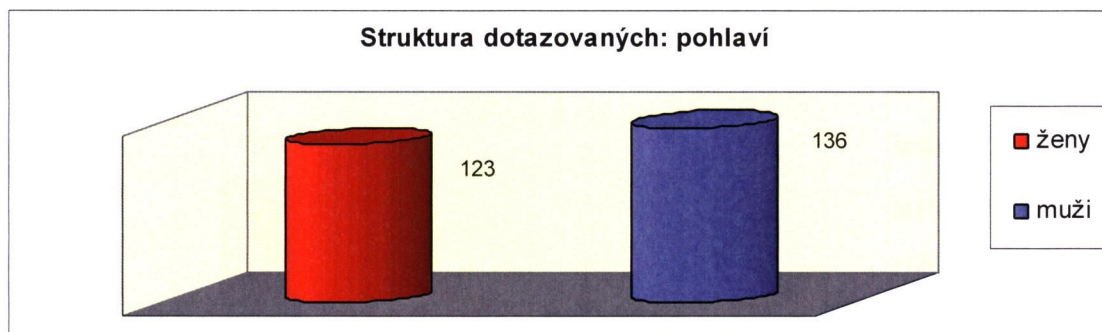
Zdroj: Vlastní výzkum

Dotazování jsme zakončili identifikačními otázkami. Zajímalo nás pohlaví, věk a ze kterého kraje, resp. okresu respondenti přicházejí.

Z grafu č.9 je patrné, že se šetření účastnilo téměř stejné množství žen, jako mužů.



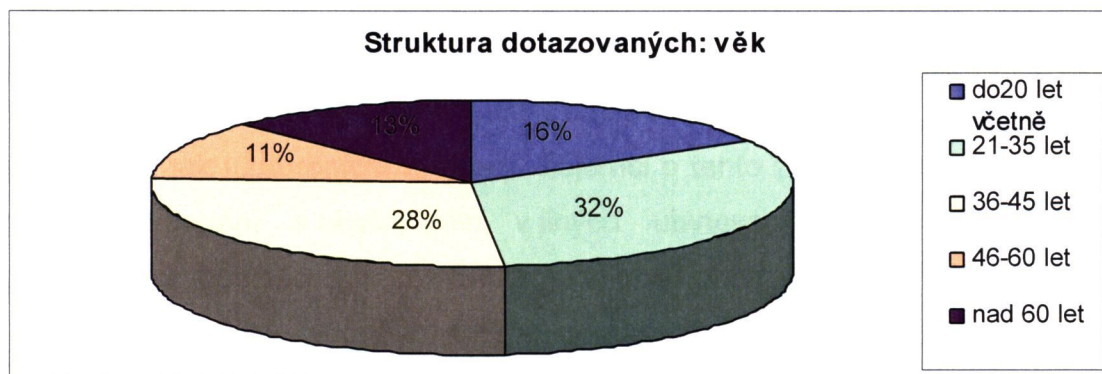
Graf č.9:



Zdroj: Vlastní výzkum

I věková struktura dotazovaných byla poměrně vyrovnaná. Přesto nejpočetnější skupinu 83 respondentů tvořili dotazovaní ve věku 21 až 35 let, 71 respondentů bylo ve věku 36 až 45 let. Nejslabší skupinu tvořili osoby ve věku 46 až 60 let. Procentuelní vyjádření je zobrazeno v grafu č.10.

Graf č.10:



Zdroj: Vlastní výzkum

Nakonec nás zajímalo, odkud respondent přichází. Největší množství respondentů, celých 49%, bylo ze Středočeského kraje. 28% respondentů bylo z Prahy, 9% z Pardubického kraje a zbylých 28% bylo z Plzeňského, Libereckého, Královohradeckého a Budějovického kraje. Přesné hodnoty jsou uvedeny v grafu č.11.

Graf č.11:



Zdroj: Vlastní výzkum

### 7.3 ZÁVĚRY TERÉNNÍHO VÝZKUMU

Výsledky výzkumu ukazují, že respondenti mají velký zájem o sportovně - rekreační zařízení všeho druhu. Mají také stále zájem o trávení dovolené či volného času v zařízeních jako jsou kempy či srubové osady. Obecně je možné říci, že tento zájem v posledních letech stoupá a to ze strany jak domácí, tak i zahraniční klientely. Zájemci o tento způsob trávení dovolené mají, v porovnání s ubytováním v jiných ubytovacích zařízeních, jakým je např. hotel, penzion, atd., zpravidla větší pocit přiblížení se přírodě, relaxace, zapomenutí chaosu hlučného města, odpoutání se od stresu každodenního života.

To, co zájemce o tento způsob trávení dovolené či volného času často odrazuje, je nízká úroveň poskytovaných služeb, především kvalita ubytování a zařízení pro osobní hygienu.

Uvědomujeme si, jak významnou roli kvalita poskytovaných služeb hraje. Rozhodli jsme se proto vytvořit takové zařízení, které by poskytovalo současně kvalitní ubytování v přírodním prostředí, naplnění vysokého standardu kvality poskytovaných služeb a širokou nabídku sportovně – rekreačních aktivit.

Za priority, které jsou základem správného fungování takového produktu, považujeme uspokojení zásadních potřeb zákazníka najednou:

- potřeba blízkosti přírody,

- potřeba relaxace a rekreace,
- potřeba pocitu pohody a pohodlí,
- potřeba čistého a příjemného prostředí,
- potřeba sportovního vyžití.

Protože v současné době existuje dostatečné množství takových zařízení, která by mohla zvládnout tyto potřeby zákazníků uspokojit, kdyby se více věnovala marketingovým přístupům a potřebám těchto zákazníků, nechceme vytvářet zcela nové zařízení. Vybrali jsme si již existující zařízení, u něhož zhodnotíme současný stav, označíme klady i zápory a následně vypracujeme projekt zkvalitnění nabídky tohoto zařízení tak, aby jeho provoz co nejvíce odpovídal výše zmiňovaným potřebám zákazníka.

## **8. PODNIKATELSKÝ PLÁN - PROJEKT ZKVALITNĚNÍ NABÍDKY ZAŘÍZENÍ**

Při výběru zařízení, které by bylo vhodné pro naši práci, jsme nejprve specifikovali oblast, na níž se chceme zaměřit. Na základě rozboru literatury, stavu dopravní infrastruktury a rozvoje průmyslu jsme ze Středočeského kraje vybrali město Poděbrady. Považujeme je za atraktivní destinaci s velkým potenciálem rozvoje cestovního ruchu.

Poté jsme se zaměřili na nabídku sportovně – rekreačních aktivit města a jeho okolí, kde hrají významnou roli ne zcela využitá sportovní kapacity v městě Nymburk, které dříve sloužily pouze k potřebám vrcholového sportu.

Výsledkem naší analýzy prostředí byl výběr zařízení autokempinku Golf. Toto zařízení může sloužit jako ukázkový příklad, na němž bychom rádi naznačili, jakou cestou se mají ubírat obdobná zařízení tak, aby využila všechny možnosti pro získání dobré pozice na trhu.

Hlavním cílem projektu není vytvořit od základu novou nabídku služeb. Projekt je specializován především na tři faktory:

1. rozšíření a zkvalitnění stávajících služeb,
2. prodloužení provozní doby na celoroční provoz,
3. vytvoření funkčního informačního systému.

Při sestavování projektu jsme vycházeli z údajů, které nám poskytli především zástupci autokempinku, města Poděbrady a Středočeského kraje. Všechny takto získané údaje však nebyly zdaleka dostačující k tomu, abychom byli schopni vypracovat veškeré náležitosti podnikatelského plánu tak, jak je předepsáno.

Řada důležitých informací, především těch, které se týkají finanční oblasti, nám nebyly poskytnuty vůbec, proto jsme se v naší práci zaměřili především na naznačení způsobů, jakými by zařízení mělo zkvalitnit svou nabídku, a na přístupy, kterými by se mělo dosáhnout vlastního zviditelnění. Dále naznačujeme možné způsoby, jak dosáhnout lepšího postavení na trhu.

## 8.1 CHARAKTERISTIKA ZAŘÍZENÍ

Autokemp Golf Poděbrady leží v Poděbradech na malebném místě ohraničen pravým břehem řeky Labe, golfovým hřištěm a chráněným přírodním útvarem Skupice. Skupici tvoří staré labské rameno s vodními a mokřadními společenstvy.

Autokempink je zaběhnutý kemp s klasickou nabídkou služeb a aktivit. Areál kempu tvoří objekty, které uvádíme v následující tabulce.

Tabulka č. 7 : Zařízení umístěná v autokempinku Golf

Zařízení	Počet	Zařízení	Počet
chatky a sruby	40	tenisové hřiště	1
místa pro karavany	50	volejbalové hřiště	1
místa pro autokaravany	100	basketbalové hřiště	1
restaurace	1 (100míst)	dětské hřiště	1
kuchyňka pro hosty	1	hřiště na minigolf	1
toalety	30	kulečnickový stůl	1
sprchy (teplá i studená voda)	12	půjčovna sportovních potřeb	1

Zdroj: Autokemp Golf Poděbrady

Rozloha autokempu je 0,5 km<sup>2</sup> a jeho kapacita činí 800 osob. V areálu je rozvedena pitná voda. Celý kemp je v rámci bezpečnosti oplocen.

Provoz probíhá po celý rok. Ubytování v chatkách a srubech je však zajištěno pouze v době letní a jarní sezóny. Sezóna začíná vždy 1. dubna a končí 31. října.

Přímo v areálu se nachází restaurace, která disponuje více jak 100 místy k sezení a to jak uvnitř, tak venku ve stínu stromů. Její provoz je nepřetržitý, takže i v podzimních a zimních měsících láká příjemným prostředím s hořícím krbem nejen k posezení a zahřátí, ale třeba také k zahrání šipek či kulečnicku.

Pro rodiny s dětmi kemp disponuje dětským hřištěm s houpačkami a prolézačkami.

### **8.1.1 Sportovně - rekreační zázemí kempu**

Autokemp Golf má k dispozici rozsáhlé sportovní zázemí, které přirozeně vyplývá hlavně z jeho strategické polohy. Kemp je vhodně situován mezi městem, golfovým hřištěm, jezerem a cyklistickými a turistickými stezkami. Kombinace všech těchto možností vytváří ideální předpoklady pro rozvoj nabídky sportovně - rekreačních aktivit kempu.

Důležitá sportovně – rekreační zařízení v okolí autokempu:

- **Jezero Poděbrady**

Jezero Poděbrady je vodní plocha vzniklá po těžbě písku o rozloze cca 27 ha s travnatými a písčitými plážemi a pozvolným vstupem do vody. V oddělené části koupaliště je umístěna nudistická pláž. Areál koupaliště poskytuje skvělé podmínky pro sportovní vyžití. K dispozici je volejbalové hřiště, nohejbalové hřiště, hřiště pro petanque, stolní tenis a minigolf. Dále je zde možnost zapůjčení lodiček. V koupací sezóně jsou jednou to týdne ve večerních hodinách promítány filmy, občas živá hudba.

V areálu najdeme stánky s občerstvením, sprchy, kabiny na převlékání, splachovací WC s možností mytí rukou. Je zde také zavedena pitná voda. Pro děti jsou osazeny skluzavky a prolézačky.

V době provozu koupaliště jsou zajištěni plavčíci a zdravotníci.

- **Jezdecký klub Poděbrady**

Jezdecký klub Poděbrady nabízí vedle závodních činností také možnost ustájení soukromých koní v klubu, pravidelný výcvik dorostu a rekreační vyjížďky do přírody.

U výcviků je možná, dle domluvy a schopnosti klienta, kombinace výcviku a vyjížďek, nebo pouhý výcvik na jízdárně, příp. pouze vyjížďky.

K dispozici je travnaté a škvárové kolbiště s překážkami, drezurní obdélník, kruhová ohrada a výběhy.

- **Golf klub Poděbrady**

Golf klub Poděbrady poskytuje dostatek prostoru pro kvalitní golfovou hru i trénink v průběhu celého kalendářního roku. Samozřejmostí je pořádání kurzů pro úplné začátečníky, rodiny s dětmi i tréninky s profesionálními trenéry. Pro tyto kurzy i pro ostatní návštěvníky areálu funguje služba výpůjčky golfového vybavení.

- **Cyklistické a turistické stezky**

Poděbrady protíná Labská stezka, což je mezinárodní cyklistická stezka vedoucí ze Špindlerova Mlýna, přes Poděbrady až do Drážďan. Jak ve směru na Kolín, tak na Nymburk vede stezka zelenou přírodou podél řeky Labe. Pro rovinatý terén a kvalitní povrch je stezka oblíbená i pro jízdu na kolečkových bruslích. Protože jde o stezky spíše nenáročné, jsou vhodné i pro rodiče s dětmi.

- **Ostatní sportovně – rekreační zařízení**

V blízkosti autokempu se dále nalézají tenisové kurty, squashové kurty, zimní stadion s ledovou plochou, střelecký klub, půjčovna lodiček a další atraktivní sportovní zařízení.

Milovníci vodních sportů mají možnost využití různých typů plavidel pro sportovní trénink. V nedalekém městě Nymburk jsou k dispozici atletické tréninkové dráhy, tělocvičny pro míčové hry i technické vybavení pro testování zdatnosti.

Pro méně aktivní se také nabízí možnost projížďky po řece Labi na výletní lodi s možností kombinace plavby s pěší turistikou po označených turistických trasách.

Pro představu o vzdálenostech k důležitým orientačním bodům uvádíme následující tabulku.

Tabulka č. 8 : Vzdálenosti od kempinku Golf k důležitým orientačním bodům

Orientační bod	Vzdálenost od kempinku Golf
centrum města Poděbrady	1 km
sjezdy z dálnice Poděbrady - Praha	3 km
železniční a autobusové nádraží	2 km
golfové hřiště	0,1 km
tenisové kurty	0,8 km
rybářské vody	0,1 km
písčité pláže	0,4 km
supermarket	1,2 km
prodejna potravin	0,6 km

Zdroj: Autokemp Golf Poděbrady

## 8.2 ZDŮVODNĚNÍ A CÍLE PROJEKTU

Cílem našeho podnikatelského plánu je vytvořit ze stávajícího Autokempu Golf Poděbrady moderní sportovně - rekreační zařízení, které bude disponovat širokou škálou nabídek sportovně - rekreačních aktivit. Zároveň chceme výrazně zlepšit současnou úroveň poskytovaných služeb, především kvalitu ubytování, stravování a sociálního zařízení, a tím vytvořit nabídku odpovídající požadavků i náročnější klientely.

Rádi bychom využili atraktivní polohy autokempu pro celoroční provoz ve všech jeho složkách. Vzhledem k tomu, že Poděbrady jsou tradičním lázeňským městem a významnou destinací cestovního ruchu, existují zde vhodné předpoklady pro rozvoj nabídky dalších typů zařízení, které především poskytují nabídku sportovně – rekreačních služeb.

Vzájemnou spoluprací s ostatními zařízeními a organizacemi ve městě bychom také rádi docílili zvýšení atraktivity a prestiže města jako destinace domácího i zahraničního cestovního ruchu.

### 8.3 NÁPLŇ PROJEKTU ZKVALITNĚNÍ NABÍDKY AUTOKEMPINKU GOLF

Jedním z hlavních důvodů vypracování podnikatelského plánu je snaha o pozvednutí úrovně služeb v autokempu, především kvality ubytování, stravování a sociálních zařízení. S tím souvisí i další cíl, kterým je orientace na náročnější klientelu. Pro naplnění těchto cílů se jako reálné jeví podniknutí následujících kroků.

V oblasti zlepšení ubytovacích služeb navrhujeme uskutečnit :

- výstavbu pěti srubů s vytápěním a vlastním sociálním zařízením,
- postupná rekonstrukce chatek
- výstavbu dalších sociálních zařízení pro kemp,
- výstavba třech kuchyněk,
- rozvod přípojek elektrické energie do karavanové části kempu.

V oblasti sportovně – rekreačních služeb doporučujeme obohatit nabídku takto:

- vybudovat fitness stezku,
- vybudovat víceúčelové hřiště umožňující hru fotbalu, floorbalu, basketbalu, házené a jiných míčových sportů,
- vybudovat hřiště na plážový volejbal,
- rozšířit sortiment půjčovny sportovního vybavení především o jízdní kola, kolečkové brusle a příslušné ochranné prostředky,
- vybudovat relaxačně – kondiční centrum, které bude tvořit malé fitcentrum, solárium a sauna,
- vybudovat umělou lezeckou stěnu,
- vybudovat hřiště na petanque.



*Z provedeného terénního výzkumu jsme se dozvěděli, jaké sportovní aktivity pro volný čas lidé preferují. Škála těchto aktivit je velmi pestrá. Pokud by měly být uspokojeny všechny zmiňované potřeby, musel by autokemp disponovat značným kapitálem pro vybudování dalších zařízení potřebných pro jejich provoz.*

Z důvodu vysokých vstupních a pořizovacích nákladů bylo proto rozhodnuto nebudovat všechna zařízení, o něž byl ve výzkumu zájem, ale zajistit si je jiným způsobem.

Za nejvhodnější formu se jevila příležitost zajistit tyto služby pro klienty od stávajících provozovatelů formou pronájmu a kontraktů.

V následující tabulce uvádíme současnou a navrhovanou budoucí nabídku sportovně – rekreačních aktivit, které bude autokemp poskytovat, a to jak vlastními prostředky, tak i způsobem nasmlouvání kapacit u jiných provozovatelů.

Tabulka č. 9: Současná a budoucí nabídka sportovně - rekreačních zařízení a služeb autokempu Golf

Sportovně-rekreační zařízení	Poskytovatel služby	Etapa realizace
víceúčelové hřiště	Autoklub Golf	1
hřiště na plážový volejbal	Autoklub Golf	1
volejbalové hřiště	Autoklub Golf	X
nohejbalové hřiště	Autoklub Golf, Jezero Poděbrady	X
basketbalové hřiště	Autoklub Golf	X
tenisové hřiště	Autoklub Golf	X
hřiště na petanque	Autoklub Golf, Jezero Poděbrady	3
dětské hřiště	Autoklub Golf	X
bowlingové dráhy	Autoklub Golf	X
půjčovna kol	Autoklub Golf	1
půjčovna kolečkových bruslí	Autoklub Golf	1
půjčovna lodiček	Autoklub Golf, Jezero Poděbrady	2
lezecká stěna	Autoklub Golf	3
solárium	Autoklub Golf	2
sauna	Autoklub Golf	2
jízdárna	Jezdecký klub Poděbrady	X
golf	Golf klub Poděbrady	
běžecké trasy	Autoklub Golf	3
zimní stadion	Zimní stadion Poděbrady	X
U-rampa	Město Poděbrady	X
stolní tenis	Autoklub Golf	X
kulečník	Autoklub Golf	X
šipky	Autoklub Golf	X
střelnice	Střelecký klub Poděbrady	X
fitcentrum	Autoklub Golf	3
minigolf	Autoklub Golf, Jezero Poděbrady	X

▶ stávající nabídka

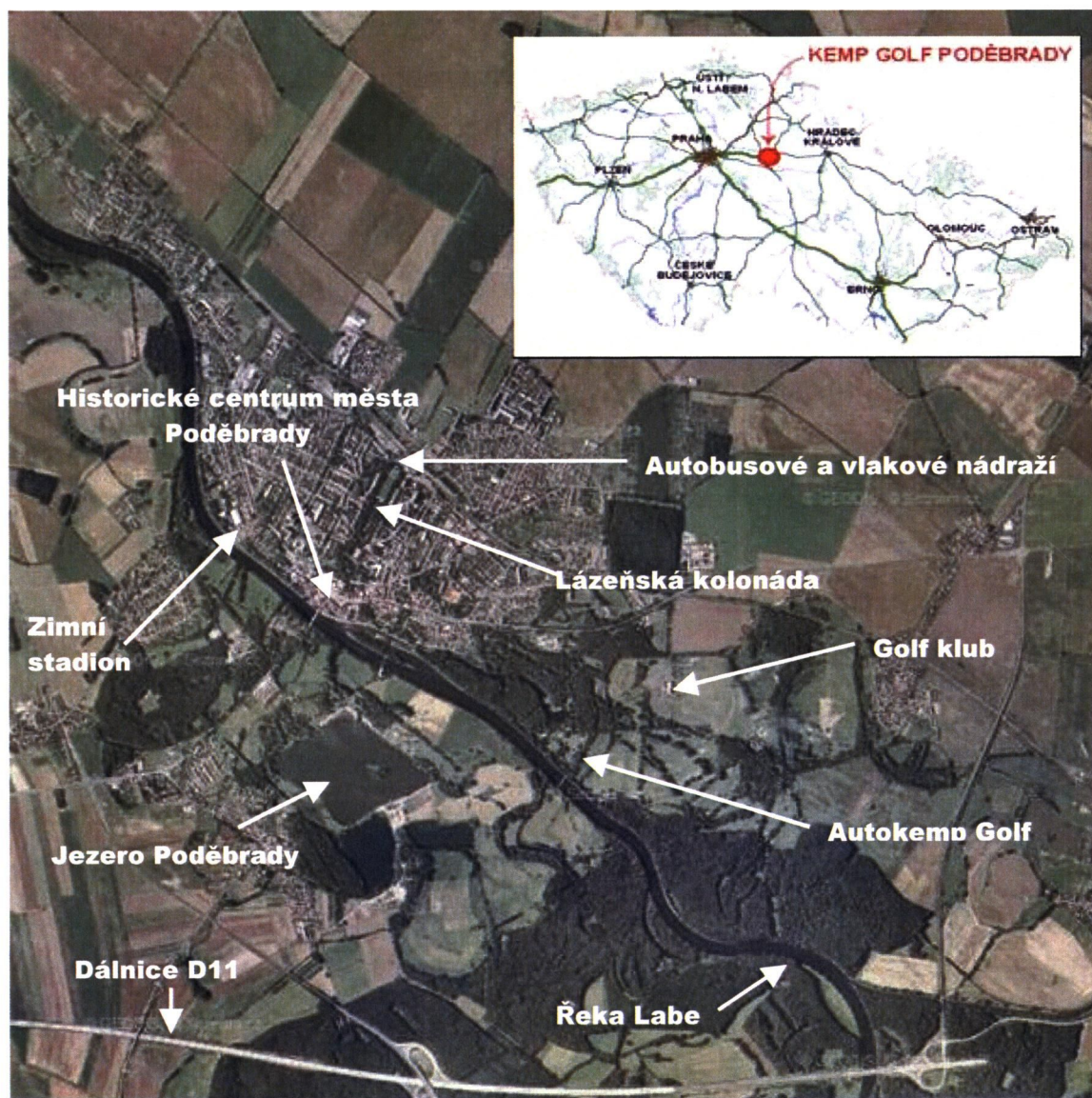
▶ plánovaná nabídka

## 8.4 MÍSTO REALIZACE PROJEKTU

Jak již bylo zmiňováno, autokemp Golf se nachází na atraktivním místě v okrajové části Poděbrad. Zde bude také celý projekt realizován.

Následující letecký snímek ukazuje reálné umístění autokempu v krajině.

Obrázek č. 2: Letecký snímek Poděbrad a jejich okolí



## 8.5 INFORMACE O POSKYTOVANÝCH SLUŽBÁCH

Po zhodnocení nabídky poskytovaných služeb jsme dospěli k závěru, že jejich úroveň je, ve srovnání se současnými požadavky návštěvníků, zcela nedostačující. Pro získání náročnější klientely i udržení klientely současné jsme se rozhodli dosavadní nabídku rozšířit jak po stránce základních služeb, tak i o zavedení dalších sportovně – rekreačních možností.

Nejprve se zaměříme na základní služby. Ty zahrnují především ubytování, stravování a služby s tím související.

Vzhledem k velikosti kempu shledáváme množství chatek a míst pro karavany a autokaravany adekvátní. Větší problém vyvstává poté, co se zaměříme na současnou kvalitu ubytování.

Jak již bylo zmiňováno, rádi bychom vytvořili návrhy pro zkvalitnění služeb tak, aby prostředí autokempu bylo atraktivní i pro náročnější návštěvníky. Proto navrhujeme výstavbu pět zcela nových srubů s kapacitou 6 až 8 osob, které budou disponovat plným vybavením. Tyto sruby budou vybaveny kuchyňkou spojenou s obývacím prostorem, dvěma ložnicemi a sprchovým koutem se sociálním zařízením. Kuchyňka bude vybavena elektrickými spotřebiči, tzn. lednicí, elektrickým sporákem, mikrovlnou troubou s grilem a rychlovarnou konvicí. Součástí vybavení bude také vytápění, takže bude možné sruby využívat celoročně.

Dalším bodem, na který se zaměříme jsou stávající chatky. Vzhledem k tomu, že postupně procházejí rekonstrukcí, odpovídají zatím potřebám běžného zákazníka. Horší je to již s doplňkovými zařízeními, která jsou pro návštěvníky ubytované v těchto chatkách nepostradatelné. Máme na mysli sociální zařízení, kuchyňku a ostatní společné prostory.

Vzhledem k velikosti kempu nepovažujeme 30 toalet a 12 sprch za dostačující, je proto třeba rozšířit kapacitu o nová zařízení, která by tak odpovídala potřebám návštěvníků. V realitě to znamená vybudovat 40 nových toalet a 50 nových sprchových koutů. Součástí nově vybudovaných sociálních zařízení bude i společná prádelna vybavená dvěma pračkami.

Vzhledem k počtu ubytovaných hostů v letní sezóně jsme konstatovali, že jedna společná kuchyňka je absolutně neuspokojující. Proto doporučujeme vybudovat novou kuchyňku se třemi kuchyňskými kouty. Tyto kuchyňské kouty budou vybaveny varnou deskou, rychlovarnou konvicí, mikrovlnou troubou a základními kuchyňskými pomůckami.

Pro zlepšení poskytovaných služeb pro návštěvníky ubytované v karavanech a autokaravanech navrhujeme vybudovat přípojky elektrické energie k jednotlivým parkovacím prostorům.

Dále jsme se zaměřili na stránku stravování. Restaurace, která je součástí areálu, nabízí služby odpovídající velikosti kempu. V letní sezóně by bylo dobré nabídku stravovacích služeb rozšířit o kiosk, který by nabízel

občerstvení v podobě malých rychlých jídel, osvěžujících nápojů či drobných pamlsků.

Vedle rozšíření a zlepšení kvality základních poskytovaných služeb by bylo vhodné realizovat i další opatření zaměřená na zlepšení a rozšíření sportovně – rekreačních aktivit. Tyto aktivity mají v budoucnosti tvořit stěžejní nabídku autokempu a budou také předmětem jeho zviditelnění při srovnání s konkurencí.

Již dříve jsme uvedli, že uspokojení co možná nejširší škály klientů nabídkou všech požadovaných rekreačních aktivit, které vyplývají z dotazníku, je po stránce nároků na vstupní kapitál pro autokempink nemožné. Bylo proto rozhodnuto vybudovat část zařízení z vlastních prostředků v areálu autokempu a ostatní zajistit formou spolupráce s jinými provozovateli.

Zařízení, která mají zástupci autokempu v úmyslu vybudovat vlastními silami na vlastním pozemku jsou umělá lezecká stěna, fotbalové hřiště, hřiště na plážový volejbal, hřiště na petanque a relaxačně – kondiční centrum zahrnující v sobě malé fitcentrum, solárium a saunu. Vedle toho dojde k rozšíření nabídky sportovních pomůcek možných k zapůjčení, konkrétně o jízdní kola a kolečkové brusle, samozřejmě včetně ochranných prostředků.

Bylo by reálné, ve spolupráci s městem, vybudovat fitness stezku, která by byla zaměřena na testování zdatnosti, měření rychlosti chůze na trasách a provádění posilovacích cviků na jednoduchých terénních zařízeních. Tato fitness stezka by byla využívána lázeňskými hosty i návštěvníky okolních sportovně – rekreačních zařízení. Za samozřejmost považujeme využívání této stezky stálými obyvateli města Poděbrady.

## 8.6 INFORMACE O TRHU

### 8.6.1 Konkurence

V městě Poděbrady a jeho okolí se nenachází žádný jiný kemp či podobné zařízení. To představuje výhodné postavení Autokempu Golf na trhu.

Je třeba nutně podotknout, že Poděbrady jsou převážně destinací lázeňského a kongresového cestovního ruchu. Vzhledem k tomuto faktu

vyhledává většina návštěvníků ubytování odpovídající účelu jejich pobytu. V současné době převládá poptávka po ubytování v komfortnějších ubytovacích zařízeních. Je si ovšem třeba uvědomit, že lázeňská organizace Poděbrady se bude zaměřovat i na programy pro rodinné příslušníky svých pacientů, kteří často přijíždějí do Poděbrad na víkendy nebo kratší dobu. Pro ně může být moderně zařízený kemp vhodnou alternativou pro ubytování v jiných zařízeních, zvláště když bude nabízet sportovní aktivity i pro děti a mládež.

Je třeba počítat i s dalším rozvojem školských zařízení, která budou pořádat i mezinárodní konference pro vrstevníky. I pro ně bude ubytování v kempu, případně využití jeho další nabídky, vhodnou možností využití volného času v Poděbradech.

Co se týče sportovních zařízení disponuje město Poděbrady klasickou nabídkou sportovně – rekreačních zařízení. Současná situace představuje pro Autokemp Golf výhodné podmínky pro vytvoření široké nabídky společných sportovně – rekreačních aktivit.

Vzhledem k tomu, že se v nabídce sportovních aktivit města objevují i méně rozšířená a na výstavbu finančně náročná sportoviště, jakými jsou např. golfové hřiště, zimní stadion či jízdárna, mají Poděbrady všechny předpoklady pro to, být atraktivní destinací sportovně – rekreačního cestovního ruchu i pro náročnou klientelu.

Pro zvýraznění možnosti sportovního vyžití v Autokempu Golf v celkové současné nabídce je třeba poskytovat i takové aktivity, které jsou nové nebo jiným způsobem atraktivní a dosud nebyly v blízkém okolí poskytovány.

Po zhodnocení situace v Poděbradech můžeme konstatovat, že konkurence na poli sportovních aktivit není příliš silná, což představuje dobré vstupní podmínky pro rozvoj sportovních činností, které hodlá autokemp realizovat.

### **8.6.2 Návštěvníci autokempu**

Současná klientela Autokempu Golf je poměrně různorodá. Tvoří ji především mladí lidé, individuálně či v organizovaných skupinách, jako např. školní zájezdy, kurzy, apod. Vedle nich spadá velké procento návštěvníků

na mladé rodiny s dětmi. Jistý podíl na návštěvnosti autokempu má i zahraniční klientela, především návštěvníci z Holandska a Německa.

Protože rozšíření aktivit autokempu bude znamenat i zvýšení nákladů na jeho provoz, je třeba zaměřit se i na způsob zabezpečení stálé klientely. Proto bychom rádi vytvořili speciální programy a nabídky pro hromadné organizované trávení volného času. Máme tím na mysli oslovení větších podniků a organizací v okolí, např. TPCA Kolín, Obchodních tiskáren, společnosti Alltub a dalších nabídkou jednodenních, víkendových či týdenních zaměstnaneckých regeneračních a rekreačních pobytů.

Další segment návštěvníků představují lázeňští hosté. Vzhledem k tomu, že se poděbradské lázně specifikují na léčbu srdečních onemocnění, jsou pohybové aktivity nedílnou součástí léčby. Proto bychom chtěli spolupracovat s provozovatelem společností Lázně Poděbrady, a.s. a nabízet balíčky služeb odpovídající léčbě a požadavkům lázeňského zařízení i lázeňských hostů.

Důležitý segment budou tvořit i obyvatelé hlavního města Prahy. Vzhledem k docházkové vzdálenosti jsou Poděbrady vhodným místem pro provozování sportovních aktivit především pro obyvatele východní části hlavního města.

Protože jsou Poděbrady považovány, mimo jiné, za destinaci kongresového cestovního ruchu, rádi bychom vytvořili nabídku i pro tento segment návštěvníků. Uvědomujeme si, že jde často o náročnější klientelu. Chceme však vytvořit i takové balíčky služeb, určené pro tento segment návštěvníků tak, aby jim po všech stránkách vyhovoval a uspokojoval jejich přání a potřeby.

## **8.7 ZABEZPEČENÍ PROJEKTU**

Zabezpečení projektu znamená zajištění veškerých formalit, které s jeho realizací souvisejí. Patří sem rozbor dodavatelů a distribučních cest, způsob zásobování, kalkulace a cenová politika, finanční zabezpečení projektu, SWOT analýza, personální zabezpečení a řešení problematiky zaměstnanců, stavební a projektová dokumentace, veškerá výběrová řízení, atd.

Již z tohoto výčtu je patrné, jak komplikované musí být vypracování veškerých těchto podkladů. Vzhledem k tomu, že pro vypracování těchto

náležitostí nám nebyly poskytnuty žádné podklady, nebudeme se touto problematikou zabírat. Budeme se držet záměru našeho projektu, což je navržení způsobů zkvalitnění nabídky Autokempu Golf.

## 8.8 ČASOVÝ HARMONOGRAM PROJEKTU

Realizace projektu je rozvržena do tří etap.

V první etapě budou realizovány finančně nenáročné úpravy. Jejich základem bude využití vlastních zdrojů či možných dotací od města nebo kraje. Současně dojde k výstavbě pěti srubů, jejichž uvedení do provozu zajistí celoroční provoz autokempu, zvýší výnosy a tím umožní realizaci dalších etap.

Druhá etapa zahrnuje vybudování relaxačně – kondičního centra, jehož součástí bude malé fitcentrum, solárium a sauna. Nabídka těchto služeb zajistí rozšíření okruhu klientů a přispěje i k opakovanému vyhledávání zařízení. Rozšíří se též atraktivita nabízených služeb mimo hlavní sezónu.

Po finanční stránce přispěje ukončení druhé etapy ke zvýšení celkových finančních zdrojů a zajištění rentability celoročního provozu.

Ve třetí etapě budou realizovány další drobné stavby a bude též dokončeno vybavení kempu netradičními typy sportovních zařízení. Současně bude kladen zvýšený důraz na šíření informačních systémů, které zajistí dlouhodobou stabilitu a poptávku i při změně situace na trhu.

## 8.9 PROPAGACE A NAPOJENÍ ZAŘÍZENÍ NA INFORMAČNÍ SYSTÉMY

Ze strany vedení kempu nebyla dosud věnovaná dostatečná pozornost jeho propagaci. Z dostupných materiálů jsme zjistili absenci základních údajů týkajících se především kapacity, obsazenosti a ceny poskytovaných služeb.

V mnoha publikacích vydávaných různými informačními službami cestovního ruchu chybí jakákoliv zmínka o kempu. O existenci kempu se nedovídají ani rodinní příslušníci lázeňských hostů v Poděbradech, kteří běžně přijíždějí na sobotní a nedělní návštěvy. Nedostatečně nebo vůbec jsou o kempu informováni ředitelé jednotlivých lázeňských domů a lékařský a zdravotnický personál.



Tento stav kontrastuje výrazně s realizací obdobných projektů v oblasti západních Čech, kde jsou k dispozici podrobné informace v rámci projektu Euroregio Egrensis jak na webových stránkách, tak i v tištěné podobě.

Autokemp Golf je na informační systémy napojen v podstatě pomocí jediného informačního kanálu, kterým jsou webové stránky. Jejich úroveň je však velmi nízká a v mnohých ohledech nedostačující zvláště když zvážíme, že jde o hlavní a dosud jediný nástroj propagace kempu.

Zásadní kroky, které je třeba podniknout pro jejich zefektivnění jsou tyto:

- přepracování designu stránek,
- zajišťování jejich průběžné aktualizace,
- vytvoření interaktivních odkazů,
- umístění těchto odkazů na vhodné webové stránky, např. stránky města Poděbrad, lázní Poděbrad, Centrály cestovního ruchu, apod.,
- zobrazení stránek v několika světových jazycích,
- poskytnutí možnosti virtuální prohlídky kempu,
- umožnění rezervace ubytování i sportovních zařízení prostřednictvím internetu.

Vytvoření kvalitních internetových stránek nemůže být, podle zkušeností ze zahraničí i z ostatních oblastí České republiky, správnou cestou k efektivní propagaci. Nesmí nadále chybět napojení zařízení na informační systémy města, lázní, Středočeského kraje i Prahy. Za nezbytné považujeme také komunikaci s organizacemi cestovního ruchu, např. Centrálou cestovního ruchu a ministerstvy, jejichž náplní je mimo jiné cestovní ruch a sportovně – rekreační aktivity. Nepostradatelné je též napojení na tělovýchovné organizace, sportovní kluby, zřizovatele cyklostezek a ostatní provozovatele sportovně – rekreačních zařízení.

Mnoho ekonomicky úspěšných kempů využívá k propagačním účelům i poutače umístěné podél dopravních cest. Vzhledem k blízkosti kempu k dálnici Praha - Poděbrady, která bude v budoucnu spojovat hlavní město s Východočeským krajem a Polskem, považujeme za velmi efektivní zajištění obdobného způsobu propagace.

Neměli bychom vypustit ani možnost propagace autokempinku prostřednictvím poutačů umístěných na přílehlé cyklistické trase.

Z materiálů vydávaných některými regiony Středočeského kraje vyplývá, že pro získání prostředků propagace lze využít spolupráci s regionálním a celostátním tiskem a jinými médii. Tyto aktivity dosud úspěšně využívají regiony Posázaví, oblasti Praha – západ a další.

## 8.10 VLIV PROJEKTU NA ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ

Autokempink Golf je umístěn v prostoru rekreační zóny města Poděbrady. V okolí se nachází golfové hřiště, chráněný přírodní útvar Skupice a tok řeky Labe. S ohledem na okolní prostředí je třeba dbát toho, aby nedocházelo k narušování rostlinných společenstev v mokřadech okolo Labe ani k rušení hnízdišť ptactva a dalších živočichů. Je též nutné dbát na zabránění znečišťování okolí kempu biologickým a jiným odpadem a při rozšíření ubytovacích kapacit zajistit odstraňování odpadní vody napojením na veřejnou kanalizaci.

V rámci zavedení nových informačních systémů se správa kempu zaměří na propagaci hodnot okolního životního prostředí a jejich udržení. V rámci provozního řádu zajistí nerušení přírodních společenstev přílišným hlukem.

Obecně můžeme říci, že změna provozu kempu a jeho nový způsob využití nijak neovlivní životní prostředí v okolí. Naopak dojde ke zlepšení napojením kempu na centrální čističku odpadních vod města Poděbrady.

## 8.11 SHRNUÍ PROJEKTU

Cílem projektu byl návrh opatření zaměřených na změnu provozu Autokempu Golf situovaného v oblasti lázeňského města Poděbrady tak, aby kemp sloužil širšímu okruhu klientů a začlenil se do dalších projektů města, které se postupně stává významným centrem lázeňské rekreace i kongresových a edukačních aktivit.

Při jeho vypracovávání jsme se zaměřili na využití vlastních zdrojů, rozpočtových zdrojů města i využití fondu Středočeského kraje včetně dotací Evropské Unie.

Uskutečnění projektu je možné jen při rozdělení jeho realizace do několika etap. Ta zajistí využití kempu pro celoroční provoz a napomůže i k postupnému rozšíření nabídky sportovně - rekreačních služeb určených nejen pro hosty kempu, ale i další segmenty zájemců o aktivní využití volného času. Způsob postupné realizace zajistí uvolňování finančních zdrojů pro další rozvoj nabídky včetně nových aktivit kempu.

## 9. ZÁVĚR

Sportovně – rekreační zařízení se významným způsobem podílejí na rozvoji cestovního ruchu v České republice. Cílem naší práce bylo zhodnotit, na základě literárních údajů, současný stav využití těchto zařízení v České republice a zvláště ve Středočeském kraji.

Středočeský kraj je svou rozlohou největším krajem České republiky a má, vzhledem k blízkosti hlavního města, velké rezervy pro využití dosavadních kapacit cestovního ruchu.

Na základě rozboru geografické charakteristiky oblasti Středočeského kraje a polohy dosavadních zařízení jsme dospěli k závěru, že jsou nedostatečně využívána především zařízení ve východní části tohoto kraje, které navazují na nové průmyslové konglomerace a dopravní spoje.

Pro podrobný rozbor jsme vybrali Autokemp Golf Poděbrady, který je umístěn v bezprostředním sousedství lázeňského města Poděbrady. Vzhledem k jeho blízkosti ke klíčovým komunikacím z Prahy na východ, atraktivní poloze a zhoršující se dopravní dostupnosti jiných sportovně – rekreačních zařízení v oblasti západně a jižně od Prahy, má tento autokempink dobré geografické předpoklady pro budoucí rozvoj.

Rozborem vybavení sportovně – rekreačních zařízení ve Středočeském kraji zpracovaným Statistickým úřadem jsme přišli na to, že kvalita i rozsah poskytovaných služeb v posledních letech buď klesá nebo stagnuje.

Na základě terénního šetření, jehož cílem bylo ověřit zájem o sportovně – rekreační zařízení, jsme zjistili, že především mladší věkové skupiny projevují trvalý zájem o využití těchto zařízení pro trávení volného času,

dovolenou a rekreaci. Jsou rovněž ochotny platit vyšší cenu za kvalitnější služby.

Dotazníkové šetření též prokázalo, že stoupá zájem o vybavení sportovních center pro rekreaci plaveckými bazény, cyklostezkami a fitcentry.

Pro Autokempink Golf jsme, na základě dotazníkového šetření a po zhodnocení současného stavu, navrhli taková řešení, jejichž postupná realizace by, podle našeho názoru, vedla k podstatnému zlepšení nabídky a tím i postavení na trhu.

Hlavním dosavadním nedostatkem Autokempinku Golf je celková nedostatečná úroveň poskytovaných služeb, což vyřazuje v možnosti získat náročnější klientelu. Potenciální zákazníci ze zahraničí i z lázeňského města vyžadují především vyšší úroveň hygienického zabezpečení a kvality ubytování.

Velkým nedostatkem je absence vedení interní dokumentace o provozu zařízení včetně návštěvnosti a zjišťování potřeb a podnětů od dosavadních hostů. To způsobuje chybění zpětné vazby mezi zařízením a městským úřadem, Živnostenským úřadem, Statistickým úřadem a jinými institucemi, které mají ve své náplni napomáhat rozvoji cestovního ruchu.

Po provedení rozboru internetových stránek zařízení jsme dospěli k závěru, že na úseku informačních technologií existují velké rezervy pro lepší využití kapacity kempu. Je třeba usilovat o obnovu těchto stránek, zajištění interaktivních odkazů na stránkách města a kraje. Nezbytnou součástí propagace je i úzká spolupráce s významnými orgány a organizacemi cestovního ruchu a sportu.

Úspěch našeho záměru závisí na dobré spolupráci majitelů a zaměstnanců kempu s městem, dalšími živnostníky a podnikateli, vlastníky a provozovateli doplňkových sportovních služeb i na podpoře z centrálních a evropských fondů. Využití těchto zdrojů by mělo probíhat při úzké spolupráci s tělovýchovnými svazy, které vybudovaly cyklistické a turistické cesty i lázeňskými zařízeními. V tomto směru je možno využít dobrých zahraničních zkušeností z okolních států, které mají dlouhodobou tradici v tomto směru.

## SUMMARY

Facilities for sports and leisure take significantly part in development of tourism in the Czech Republic. Main target of our work was to evaluate current state of utilization of such facilities all over the Czech Republic especially in the Central Bohemia Region.

The Central Bohemia Region is the largest in the country and in respect of its location close to Prague has big reserves for utilization of current facilities within tourism.

Pursuant to Central Bohemia Region analysis and current facilities utilization we came to the conclusion that facilities especially in east part of the region are not used sufficiently.

For further analysis we chose car-camping Golf Poděbrady that is situated in immediate vicinity of spa town Poděbrady. With regard to location of the camping close to important highways linking Prague with east part of the country, attractive site and progressive traffic accessibility of other facilities for sports and leisure in the area westward and southward Prague this camping dispose of good geographical preconditions for natural development.

After analysis of equipment of facilities for sports and leisure within Central Bohemia Region executed by Czech Statistical Office we discovered that the quality and quantity of provided services has been seeking stagnating for several last years.

On the basis of field research of which target was to check the interest in facilities for sports and leisure we worked out that especially younger people show permanent interest in utilization of facilities for leisure, recreation and relaxation. They are also willing to pay higher price for better services.

The field research proved among others that the demand for facilities such as swimming pools, cycle-ways and fitness centers has been increasing.

After field research performance and evaluation of current state we worked out such suggestions for the car-camping Golf of which realization would according to our opinion lead to significant demand improvement and thereby to better status on the market.

Main actual failing of the car-camping Golf is in general low standard of provided services. This fact excludes camping from opportunities to win upon

new more exacting range of clients. Potential foreign and spa customer call above all for higher standard of sanitary installation and accommodation.

We point out heavy absence of in-house documents management concerning the facilities' operation including visit rate and finding out needs and wishes of current visitors. This causes absence of feedback between the camping and Municipal Office, Trades Licensing Office, Czech Statistical Office and other institutions that scope of work includes also development of tourism.

After analyzing web sites of the camping we came to conclusion that in the section of information technologies there exist big reserves for better usage of camping capacity. It is necessary to seek to resumption of these web sites, to ensure interactive links to web sites of the town and region. Fundamental part of advertising is close cooperation with important authorities and organizations of tourism.

Success of our intention depends on good cooperation of camping proprietor and staff with town Poděbrady, another tradesmen and businessmen, owners and operators of supplemental sports services and also on central and European funds. Usage of these sources should proceed when close cooperation with Sports Federation that constructed cycle-ways, nature trails and with spa facilities.

Similar facilities in neighbouring countries where having long tradition may serve us as an example.

## 11. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

### a) ODBORNÉ PUBLIKACE

1. Bárta, V., Bártová, H.: Marketingový výzkum trhu. Praha, Economia, 1992.
2. Čech, J.: Malá encyklopedie cestovního ruchu, Vybrané pojmy v češtině a angličtině, definice a zkratky. Praha, Idea servis, 1998.
3. Fotr, J., Souček, I.: Podnikatelský záměr a investiční rozhodování. Praha, Grada Publishing, 2005.
4. Gúčík, M. a kol.: Krátký slovník cestovného ruchu. Slovensko-švajčiarske združenie pre rozvoj cestovného ruchu, Knižnica cestovného ruchu 6, 2004.
5. Hesková, M.: Cestovní ruch. Jindřichův Hradec, Fakulta managementu Jihočeské univerzity, 1997.
6. Holman, R.: Ekonomie. Praha, Nakladatelství C.H. Beck, 2005.
7. Horáková, H.: Strategický marketing. Grada Publishing, 2000.
8. Hrabánková, M., Hájek, T.: Management cestovního ruchu. České Budějovice, JCU, 2002.
9. Kotler, P., Armstrong, G.: Marketing. Praha, Grada, 2003.
10. Matoušek, J.: Zařízení pro pohybovou rekreaci. Praha, Olympia, 1985.
11. Morrison, A. M.: Marketing pohostinství a cestovního ruchu. Praha, Victoria Publishing, 1995.
12. Novotný, J.: Ekonomika sportu. Praha, Vysoká škola ekonomická v Praze, 1995.
13. Olivová, V.: Sport a hry ve starověkém světě. Praha, Artia, 1988.
14. Ondřej, O. a kol.: Rekreační sport. Praha, Olympia, 1987.
15. Payne, A.: Marketing služeb. Praha: Grada Publishig, 1996.
16. Pásková, M., Zelenka, J. : Cestovní ruch, výkladový slovník. MMR, 2002.
17. Petruš, Z.: Základy ekonomiky cestovního ruchu. Praha, Idea servis, 1999.
18. Píkr, F.: Rekreace v přírodním prostředí. Využití krajiny k rekreaci. Brno, VŠZ, 1974.
19. Vejdělek, J.: Jak založit nebo převzít podnik. Praha, Grada Publishing, 1997.
20. Zbořil, K.: Marketingový výzkum, Metodologie a aplikace. Praha, VŠE, 1998.

## b) DALŠÍ ZDROJE

### Materiály poskytnuté Českým statistickým úřadem:

21. Statistická ročenka Středočeského kraje 2005
22. Cestovní ruch 2002-2004
23. Městská a obecní statistika

### Materiály poskytnuté městem Poděbrady:

24. Marketingová strategie města Poděbrady 2005

### Materiály poskytnuté Ministerstvem zdravotnictví České republiky:

25. Program Zdraví 21

### Materiály poskytnuté Ministerstvem pro místní rozvoj České republiky:

26. Publikace WTO – Concepts, Definitions and Classifications for Tourism Statistics

## c) INTERNETOVÉ STRÁNKY

[www.mesto-podebrady.cz](http://www.mesto-podebrady.cz)

[www.podebradsko-region.cz](http://www.podebradsko-region.cz)

[www.ipodebrady.cz](http://www.ipodebrady.cz)

[www.kr-stredocesky.cz](http://www.kr-stredocesky.cz)

[www.czso.cz](http://www.czso.cz)

[www.mpo.cz](http://www.mpo.cz)

[www.msmt.cz](http://www.msmt.cz)

[www.mzv.cz](http://www.mzv.cz)

[www.mzcr.cz](http://www.mzcr.cz)

[www.mmr.cz](http://www.mmr.cz)

[www.pis.cz](http://www.pis.cz)

[www.czechtourism.cz](http://www.czechtourism.cz)

[www.cot.cz](http://www.cot.cz)



## 12. SEZNAM TABULEK, GRAFŮ A OBRÁZKŮ

- Tabulka č. 1: Sportovní zařízení ve Středočeském kraji
- Tabulka č. 2: Sportovní zařízení podle krajů v roce 2004
- Tabulka č. 3: Sportovní zařízení Středočeského kraje podle okresů v roce 2004
- Tabulka č. 4: Služby, které musí sportovně – rekreační zařízení nezbytně poskytovat
- Tabulka č. 5: Jiná sportovně - rekreační zařízení, jejichž služby respondenti využívají
- Tabulka č. 6: Sportovně – rekreační zařízení, která by respondenti v kempu uvítali
- Tabulka č. 7 : Zařízení umístěná v autokempinku Golf
- Tabulka č. 8 : Vzdálenosti od kempinku Golf k důležitým orientačním bodům
- Tabulka č. 9: Současná a budoucí nabídka sportovně - rekreačních zařízení a služeb autokempu Golf
- 
- Graf č. 1: „Trávíte někdy Vaši dovolenou ubytován/a v kempu či podobném zařízení?“
- Graf č. 2: „Co je důvodem toho, že v takovýchto zařízeních dovolenou trávit nechcete?“
- Graf č. 3: „Změnila by Váš postoj změna v nabídce a kvalitě poskytovaných služeb?“
- Graf č. 4: „Které aspekty by vedly ke změně vašeho negativního postoje k trávení dovolené v kempu?“
- Graf č. 5: „Jaký způsob ubytování upřednostňujete?“
- Graf č. 6: „Hodnotíte způsob ubytování v těchto zařízeních jako kvalitní?“
- Graf č. 7: „Byli byste ochotni platit vyšší cenu v případě, že by kvalita ubytování byla vyšší?“
- Graf č. 8: „Jaká sportovně – rekreační zařízení využíváte?“
- Graf č. 9: Struktura dotazovaných - pohlaví
- Graf č. 10: Struktura dotazovaných - věk
- Graf č. 11: „Ze kterého jste kraje/okresu?“

Obrázek č. 1: Územní členění Středočeského kraje

Obrázek č. 2: Letecký snímek Poděbrad a jejich okolí

### 13. PŘÍLOHY

Příloha 1 Dotazník

Příloha 2 Statistické tabulky hodnotící stav a kapacity sportovně - rekreačních zařízení ve Středočeském kraji

Příloha 3 SWOT analýza města Poděbrady

Příloha 4 Meziokresní srovnání vybraných ukazatelů ve Středočeském kraji v roce 2004

## Příloha 1

### Dotazník

Vážený pane, vážená paní.

Jmenuji se Martina Navrátilová a jsem studentkou posledního ročníku Jihočeské univerzity, obchodně podnikatelského oboru specializovaného na cestovní ruch. V rámci zpracovávání mé diplomové práce provádím průzkum trhu související s tím, jakým způsobem lidé tráví volný čas a do jaké míry využívají nabídku služeb sportovně rekreačních zařízení. Ráda bych Vás požádala o zodpovězení několika otázek.

Za Váš čas i úsilí velmi děkuji.

1. Trávíte někdy Vaši dovolenou ubytován/a v kempu či podobném zařízení?

- ano, pravidelně       někdy ano       spíše ne  
 nikdy

(Pokud je Vaše odpověď na otázku č. 1 kladná, na otázky č. 2, 3 a 4 neodpovídejte, pokračuje otázkou č. 5).

2. Co je důvodem toho, že v takovýchto zařízeních dovolenou trávit nechcete?

(Vyberte pouze jednu odpověď.)

- Nevyhovující způsob ubytování       Nedostatečná nabídka služeb  
 Nízký celkový komfort       Nedostatečná úroveň  
 Styl trávení dovolené      poskytovaných služeb

Jiný. Uveďte:

.....

3. Změnila by Váš postoj změna v nabídce a kvalitě poskytovaných služeb?

- určitě ano       spíše ano       spíše ne       určitě ne

(Pokud je Vaše odpověď ano, pokračujte ve vyplňování dotazníku. Pokud je Vaše odpověď záporná, dotazování pro Vás končí. Ještě jednou děkuji za ochotu spolupracovat.)

4. Pokud ano, o které změny by šlo?

.....  
.....

5. Jaký způsob ubytování upřednostňujete?

- ve stanu       v chatce       ve zděné budově       v karavanu

6. Hodnotíte způsob ubytování v těchto zařízeních jako kvalitní?

- určitě ano       spíše ano       spíše ne       určitě ne

7. Byli byste ochotni platit vyšší cenu v případě, že by kvalita ubytování byla vyšší?

- určitě ano       spíše ano       spíše ne       určitě ne

8. Jaké služby musí, podle Vašeho názoru, sportovně-rekreační zařízení nezbytně poskytovat?

.....  
.....  
.....

9. Jaká sportovně-rekreační zařízení využíváte?

- plavecký bazén       fotbalové hřiště       golfové hřiště       tenisové kurty  
 cyklostezky       turistické stezky       zimní stadion       fitcentrum

jiné (uved'te jaké):

.....  
.....  
.....

10. Jaká sportovní využití byste uvítal/a, aby sportovně-rekreační zařízení nabízelo?

.....  
.....

Identifikační otázky:

11. Pohlaví  žena  muž

12. Věk  do 20 let včetně  21-35 let  36-45 let  46-60 let  
 nad 60 let

13. Ze kterého okresu/kraje jste? .....

## Příloha 2

Veškeré následující informace vycházejí ze zdrojů Českého statistického úřadu, konkrétně ze Statistické ročenky Středočeského kraje 2005 a Cestovního ruchu 2002-2004.

Tabulka č. 1: Kapacity hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu ve Středočeském kraji podle kategorie ubytovacího zařízení k 31. 12. 2004

	Hromadná ubytovací zařízení	Pokoje	Lůžka	Průměrná cena za ubytování (Kč)	Pracovníci v ubytovacích zařízeních
<b>Hromadná ubytovací zařízení celkem</b>	<b>560</b>	<b>10 974</b>	<b>30 112</b>	<b>340</b>	<b>4 245</b>
Hotely a podobná ubytovací zařízení celkem	302	6 319	14 156	519	3 044
v tom:					
hotely *****	1	i.d.	i.d.	i.d.	i.d.
hotely ****	17	i.d.	i.d.	i.d.	i.d.
ostatní hotely a penziony	284	5 561	12 674	448	2 491
Ostatní hromadná ubytovací zařízení celkem	258	4 655	15 956	131	1 201
v tom:					
kempy	66	788	2 645	86	228
chatové osady a turistické ubytovny	80	1 310	4 901	118	216
ostatní hromadná zařízení jinde nespecifikovaná	112	2 557	8 410	166	757

Tabulka č. 2: Hosté v hromadných ubytovacích zařízeních cestovního ruchu ve Středočeském kraji podle kategorie ubytovacího zařízení v roce 2004

	Hosté		Přenocování		Průměrný počet přenocování		Průměrná doba pobytu (dny)	
	celkem	z toho cizinci	celkem	z toho cizinci	celkem	z toho cizinci	celkem	z toho cizinci
<b>Hromadná ubytovací zařízení celkem</b>	<b>854 987</b>	<b>268 155</b>	<b>2 606 761</b>	<b>709 062</b>	<b>3,0</b>	<b>2,6</b>	<b>4,0</b>	<b>3,6</b>
Hotely a podobná ubytovací zařízení celkem	539 502	227 470	1 403 421	589 336	2,6	2,6	3,6	3,6
v tom:								
hotely ***** a hotely ****	71 901	49 354	155 513	122 735	1,9	2,2	2,9	3,2
ostatní hotely a penziony	467 601	178 116	1 247 908	466 601	2,7	2,6	3,7	3,6
Ostatní hromadná ubytovací zařízení celkem	315 485	40 685	1 203 340	119 726	3,8	2,9	4,8	3,9
v tom:								
kempy	159 076	23 440	635 721	65 814	4,0	2,8	5,0	3,8
chatové osady a turistické ubytovny	46 896	3 303	187 332	12 184	4,0	3,7	5,0	4,7
ostatní hromadná zařízení jinde nspecifikovaná	109 513	13 942	380 287	41 728	3,5	3,0	4,5	4,0

Tabulka č. 3: Hromadná ubytovací zařízení cestovního ruchu podle kategorie a podle okresů k 31. 12. 2004

Kraj, okresy	Hromadná ubytovací zařízení celkem	v tom							
		hotely a podobná ubytovací zařízení celkem	v tom			ostatní hromadná ubytovací zařízení celkem	v tom		
			hotely *****	hotely ****	ostatní hotely a penziony		kempy	chatové osady a turistické ubytovny	ostatní hromadná zařízení jinde nspecifikovaná
<b>Středočeský kraj</b>	<b>560</b>	<b>302</b>	<b>1</b>	<b>17</b>	<b>284</b>	<b>258</b>	<b>66</b>	<b>80</b>	<b>112</b>
Benešov	62	31	-	2	29	31	5	9	17
Beroun	38	21	-	1	20	17	6	8	3
Kladno	25	20	-	1	19	5	-	3	2
Kolín	28	16	-	-	16	12	2	3	7
Kutná Hora	48	22	-	1	21	26	7	10	9
Mělník	31	18	-	-	18	13	5	2	6
Mladá Boleslav	62	32	-	4	28	30	7	7	16
Nymburk	39	30	-	2	28	9	2	1	6
Praha-východ	43	34	1	2	31	9	1	2	6
Praha-západ	45	30	-	2	28	15	7	4	4
Příbram	91	29	-	2	27	62	14	23	25
Rakovník	48	19	-	-	19	29	10	8	11

Tabulka č. 4: Kapacity hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu podle okresů k 31. 12. 2004

Kraj, okresy	Hromadná ubytovací zařízení	Pokoje	Lůžka	Průměrná cena za ubytování (Kč)	Pracovníci v ubytovacích zařízeních
<b>Středočeský kraj</b>	<b>560</b>	<b>10 974</b>	<b>30 112</b>	<b>340</b>	<b>4 245</b>
Benešov	62	1 278	3 605	326	512
Beroun	38	646	1 616	273	249
Kladno	25	723	1 732	460	339
Kolín	28	397	1 038	296	107
Kutná Hora	48	889	2 983	257	217
Mělník	31	821	2 173	348	228
Mladá Boleslav	62	943	2 930	451	326
Nymburk	39	1 363	2 908	498	643
Praha-východ	43	830	2 058	465	507
Praha-západ	45	948	2 242	393	342
Příbram	91	1 506	4 851	234	556
Rakovník	48	630	1 976	218	219

Tabulka č. 5: Kapacity hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu podle krajů k 31. 12. 2004

ČR, kraje	Hromadná ubytovací zařízení	Pokoje	Lůžka	Průměrná cena za ubytování (Kč)	Pracovníci v ubytovacích zařízeních
<b>Česká republika</b>	<b>7 640</b>	<b>164 675</b>	<b>433 214</b>	<b>337</b>	<b>62 875</b>
Hl. m. Praha	598	31 387	68 913	998	11 743
<b>Středočeský</b>	<b>560</b>	<b>10 974</b>	<b>30 112</b>	<b>340</b>	<b>4 245</b>
Jihočeský	1 007	17 307	51 685	261	5 771
Přeňský	426	7 655	21 810	270	2 546
Karlovarský	423	12 742	26 609	538	7 611
Ústecký	402	7 564	20 036	293	2 787
Liberecký	926	13 278	39 964	227	3 974
Královéhradecký	966	15 549	43 985	247	5 643
Pardubický	281	5 312	15 006	235	1 872
Vysočina	357	6 179	18 544	238	2 085
Jihomoravský	490	11 910	30 168	306	3 993
Olomoucký	344	6 920	18 614	261	3 269
Zlínský	370	7 978	21 415	264	2 997
Moravskoslezský	490	9 920	26 353	254	4 339



Tabulka č. 6: Hromadná ubytovací zařízení cestovního ruchu podle kategorie a podle krajů k 31. 12. 2004

ČR, kraje	Hromadná ubytovací zařízení celkem	v tom							
		hotely a podobná ubytovací zařízení celkem	v tom			ostatní hromadná ubytovací zařízení celkem	v tom		
			hotely *****	hotely ****	ostatní hotely a penziony		kempy	chatové osady a turistické ubytovny	ostatní hromadná zařízení jinde nespecifikovaná
<b>Česká republika</b>	<b>7 640</b>	<b>4 311</b>	<b>28</b>	<b>241</b>	<b>4 042</b>	<b>3 329</b>	<b>476</b>	<b>984</b>	<b>1 869</b>
Hl. m. Praha	598	480	24	90	366	118	21	22	75
<b>Středočeský</b>	<b>560</b>	<b>302</b>	<b>1</b>	<b>17</b>	<b>284</b>	<b>258</b>	<b>66</b>	<b>80</b>	<b>112</b>
Jihočeský	1 007	521	1	19	501	486	113	126	247
Přeňský	426	245	-	7	238	181	34	65	82
Karlovarský	423	284	1	46	237	139	20	28	91
Ústecký	402	240	-	10	230	162	31	51	80
Liberecký	926	512	-	6	506	414	26	115	273
Královéhradecký	966	527	-	9	518	439	40	109	290
Pardubický	281	138	-	1	137	143	17	49	77
Vysočina	357	156	-	2	154	201	29	65	107
Jihomoravský	490	275	-	14	261	215	37	77	101
Olomoucký	344	170	-	4	166	174	8	65	101
Zlínský	370	200	-	9	191	170	19	51	100
Moravskoslezský	490	261	1	7	253	229	15	81	133



Tabulka č. 8: Hosté v hromadných ubytovacích zařízeních v krajích České republiky v letech 2000 - 2004

Kraj	Počet příjezdů					z toho příjezdy cizinců				
	2000	2001	2002	2003	2004	2000	2001	2002	2003	2004
<b>ČR celkem</b>	10 863 772	11 283 185	10 415 255	11 346 482	12 219 689	4 772 794	5 405 239	4 742 773	5 075 756	6 061 225
v tom:										
Hlavní město Praha	2 619 816	3 008 619	2 534 421	3 024 650	3 863 989	2 319 294	2 670 884	2 231 760	2 648 943	3 470 279
Středočeský kraj	965 297	885 732	674 396	834 559	854 987	411 790	369 374	217 810	238 132	268 155
Jihočeský kraj	937 050	919 198	795 555	937 454	1 068 596	218 040	241 278	245 605	245 699	317 742
Přízeňský kraj	457 745	467 266	443 177	495 664	519 024	119 412	163 216	155 312	160 334	170 586
Karlovarský kraj	550 567	575 403	615 038	532 860	564 543	359 077	396 023	398 435	353 194	386 971
Ústecký kraj	394 483	490 127	445 871	385 204	355 225	176 721	185 475	173 441	156 028	148 441
Liberecký kraj	842 707	829 780	871 609	796 675	752 473	261 167	307 414	281 290	245 202	250 575
Královéhradecký kraj	961 423	1 016 532	1 002 624	964 243	951 492	243 901	316 603	265 738	287 000	298 128
Parubický kraj	323 520	312 924	284 105	307 042	338 687	53 040	66 544	61 308	53 527	53 018
Vysočina	392 253	383 766	383 724	399 905	399 005	60 318	71 768	67 826	55 879	64 194
Jihomoravský kraj	902 732	892 018	806 581	1 040 645	1 014 514	319 016	304 587	314 208	330 699	345 930
Olomoucký kraj	416 100	392 244	415 640	448 151	417 663	74 586	104 186	106 364	106 935	97 405
Zlínský kraj	461 563	438 373	471 204	514 594	522 355	59 392	86 293	84 427	74 958	81 608
Moravskoslezský kraj	638 516	671 203	671 310	664 836	597 136	97 040	121 594	139 249	119 226	108 193
										<b>pokračování</b>
Kraj	Počet přenocování					z toho přenocování cizinců				
	2000	2001	2002	2003	2004	2000	2001	2002	2003	2004
<b>ČR celkem</b>	44 199 616	39 122 187	37 109 835	39 343 250	40 780 708	15 597 087	17 254 881	15 569 156	16 510 618	18 980 462
v tom:										
Hlavní město Praha	7 334 268	8 324 878	7 025 955	8 424 567	10 666 629	6 377 089	7 588 643	6 291 670	7 547 539	9 796 723
Středočeský kraj	2 862 335	2 549 758	2 251 301	2 532 992	2 606 761	1 135 245	1 073 691	676 068	642 261	709 062
Jihočeský kraj	4 098 376	3 244 212	2 861 071	3 415 441	3 658 198	679 825	625 808	701 220	733 411	843 056
Přízeňský kraj	1 891 737	1 614 887	1 509 401	1 665 553	1 673 475	386 015	510 878	493 231	478 213	499 654
Karlovarský kraj	3 769 166	3 768 320	4 007 266	3 785 126	3 803 526	2 257 168	2 522 795	2 499 026	2 427 092	2 534 763
Ústecký kraj	2 130 936	1 578 304	1 604 236	1 408 274	1 282 531	929 840	648 355	634 452	623 574	534 299
Liberecký kraj	3 490 055	3 019 348	3 183 907	2 918 450	2 801 647	959 725	1 087 777	1 080 968	971 075	998 690
Královéhradecký kraj	4 562 151	3 989 463	3 936 269	3 891 214	3 809 230	915 905	1 136 461	1 055 442	1 106 019	1 160 877
Parubický kraj	1 487 051	1 255 511	1 092 723	1 140 948	1 185 015	169 333	222 919	189 157	211 322	183 942
Vysočina	1 830 475	1 388 628	1 264 991	1 368 955	1 229 548	190 591	188 036	201 964	174 722	191 351
Jihomoravský kraj	3 227 741	2 299 833	2 001 664	2 447 426	2 213 052	758 575	620 160	652 519	647 024	653 748
Olomoucký kraj	2 139 340	1 708 569	1 856 880	1 891 562	1 767 957	275 487	341 540	359 177	305 347	270 710
Zlínský kraj	2 273 386	1 818 037	1 934 285	1 988 511	1 964 446	226 802	311 126	321 970	290 072	315 815
Moravskoslezský kraj	3 102 599	2 562 439	2 579 886	2 464 231	2 118 693	335 487	376 692	412 292	352 947	287 772

Tabulka č. 9: Hosté v hromadných ubytovacích zařízeních podle kategorií ve Středočeském kraji v letech 2000 – 2004

Kategorie zařízení	Počet příjezdů					z toho příjezdy cizinců				
	2000	2001	2002	2003	2004	2000	2001	2002	2003	2004
<b>Hromadná ubytovací zařízení celkem</b>	965 297	885 732	674 396	834 559	854 987	411 790	369 374	217 810	238 132	268 155
v tom:										
<b>Hotely a podobná ubytovací zařízení celkem</b>	588 515	648 678	482 090	565 611	539 502	191 574	300 862	186 344	198 507	227 470
v tom:										
Hotely ***** a Hotely ****	67 969	69 879	65 946	68 162	71 901	42 505	43 878	38 286	38 998	49 354
Ostatní hotely a pensiony	520 556	578 799	416 144	497 449	467 601	149 069	256 984	148 058	159 509	178 116
<b>Ostatní hromadná ubytovací zařízení celkem</b>	376 782	237 054	192 306	268 948	315 485	220 216	68 512	31 466	39 625	40 685
v tom:										
Kempy	253 701	89 118	83 118	110 404	159 076	203 145	26 135	22 205	22 713	23 440
Chatové osady a turistické ubytovny	49 886	46 403	29 374	62 689	46 896	10 831	21 301	1 192	7 779	3 303
Ostatní hromad. ubyt. zař. jinde nespecifikovaná	73 195	101 533	79 814	95 855	109 513	6 240	21 076	8 069	9 133	13 942
										pokračování
Kategorie zařízení	Počet přenocování					z toho přenocování cizinců				
	2000	2001	2002	2003	2004	2000	2001	2002	2003	2004
<b>Hromadná ubytovací zařízení celkem</b>	2 862 335	2 549 758	2 251 301	2 532 992	2 606 761	1 135 245	1 073 691	676 068	642 261	709 062
v tom:										
<b>Hotely a podobná ubytovací zařízení celkem</b>	1 710 991	1 641 129	1 492 433	1 523 479	1 403 421	533 564	850 699	550 746	518 634	589 336
v tom:										
Hotely ***** a Hotely ****	138 727	148 208	132 771	143 450	155 513	98 577	109 363	92 723	98 225	122 735
Ostatní hotely a pensiony	1 572 264	1 492 921	1 359 662	1 380 029	1 247 908	434 987	741 336	458 023	420 409	466 601
<b>Ostatní hromadná ubytovací zařízení celkem</b>	1 151 344	908 629	758 868	1 009 513	1 203 340	601 681	222 992	125 322	123 627	119 726
v tom:										
Kempy	651 518	281 788	254 266	408 350	635 721	544 652	70 813	61 687	65 214	65 814
Chatové osady a turistické ubytovny	206 509	137 264	126 737	218 332	187 332	35 701	37 788	5 571	20 700	12 184
Ostatní hromad. ubyt. zař. jinde nespecifikovaná	293 317	489 577	377 865	382 831	380 287	21 328	114 391	58 064	37 713	41 728

Tabulka č. 10: Přehled kapacit hromadných ubytovacích zařízení v okresech Středočeského kraje v letech 2000 - 2004

Kraj, okres	Počet zařízení				Počet pokojů				Počet lůžek							
	2000	2001	2002	2003	2004	2000	2001	2002	2003	2004	2000	2001	2002	2003	2004	
<b>Středočeský kraj</b>	613	631	602	586	560	12 447	12 662	11 363	11 322	10 974	32 864	33 947	30 683	30 699	30 112	
v tom:																
Benešov	67	69	70	65	62	1 289	1 325	1 341	1 281	1 278	3 558	3 646	3 902	3 634	3 605	
Beroun	45	47	41	39	38	768	771	624	624	646	1 901	1 958	1 602	1 640	1 616	
Kladno	28	31	29	29	25	942	980	749	794	723	2 174	2 225	1 816	1 941	1 732	
Kolín	35	37	30	31	28	584	622	427	433	397	1 669	1 734	1 122	1 112	1 038	
Kutná Hora	53	53	49	51	48	973	1 008	906	857	889	2 929	3 191	2 951	2 805	2 983	
Mělník	30	31	33	30	31	852	847	877	850	821	2 203	2 180	2 350	2 248	2 173	
Mladá Boleslav	60	64	67	66	62	996	1 070	1 043	1 086	943	2 540	2 976	2 969	3 305	2 930	
Nymburk	46	46	40	39	39	1 405	1 349	1 300	1 360	1 363	3 054	2 880	2 740	2 892	2 908	
Praha-východ	41	41	50	46	43	1 005	1 008	862	882	830	2 369	2 422	2 164	2 137	2 058	
Praha-západ	48	49	49	50	45	1 102	1 112	961	971	948	2 717	2 744	2 349	2 328	2 242	
Příbram	101	105	93	93	91	1 737	1 737	1 535	1 536	1 506	5 152	5 275	4 523	4 636	4 851	
Rakovník	59	58	51	47	48	794	833	738	648	630	2 598	2 716	2 195	2 021	1 976	
																pokračování
<b>Kraj, okres</b>	<b>Počet míst pro stany a karavany</b>				<b>Průměrná cena za ubytování (v Kč)</b>				<b>Počet pracujících osob</b>							
	2000	2001	2002	2003	2004	2000	2001	2002	2003	2004	2000	2001	2002	2003	2004	
<b>Středočeský kraj</b>	5 872	6 101	6 090	6 267	5 935	288	303	336	354	340	4 740	4 570	4 359	4 361	4 245	
v tom:																
Benešov	912	910	870	540	703	228	235	281	291	326	576	536	505	489	512	
Beroun	259	233	312	256	536	226	231	270	303	273	285	287	259	259	249	
Kladno	5	5	32	17	10	368	360	410	455	460	337	356	349	359	339	
Kolín	65	65	70	70	120	230	245	300	354	296	149	167	136	142	107	
Kutná Hora	244	260	435	296	296	203	208	264	247	257	252	243	222	209	217	
Mělník	200	220	256	168	387	331	343	351	373	348	246	270	235	257	228	
Mladá Boleslav	863	873	821	1 195	792	423	417	450	445	451	380	371	337	334	326	
Nymburk	142	200	160	160	210	367	422	464	499	498	604	572	661	635	643	
Praha-východ	86	85	65	345	60	422	471	483	500	465	515	470	511	490	507	
Praha-západ	317	406	396	377	432	378	459	424	401	393	472	447	376	391	342	
Příbram	1 430	1 398	1 513	1 558	1 507	230	217	230	245	234	628	559	535	563	556	
Rakovník	1 350	1 446	1 160	1 285	882	189	195	218	292	218	296	292	233	233	219	

### Příloha 3

## SWOT ANALÝZA LÁZEŇSKÉHO MĚSTA PODĚBRADY

Dílčí analýza SWOT nám pomůže zhodnotit klíčové faktory z vnějšího i vnitřního prostředí lázeňského města Poděbrady, které mají vliv na tvorbu image a jeho významu pro cestovní ruch.

Silné stránky	Slabé stránky
<b>Základní charakteristika prostředí cestovního ruchu</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Velmi výhodná geografická poloha vůči hlavnímu městu - Praze (pouhých 50 km od Prahy).</li><li>➤ Středočeský kraj, do kterého město Poděbrady spadá je přirozená spádová oblast i infrastrukturální zázemí obyvatel a potenciálních návštěvníků Prahy.</li><li>➤ Dobré klimatické podmínky - Poděbrady řadíme k nejteplejším místům České republiky s nejstabilnějším klimatem.</li><li>➤ Rovinaté okolí města je výhodou pro pacienty s onemocněním srdce.</li><li>➤ Významný potenciál vodní plochy - Labe - možnost vodních sportů.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Limitující finanční rozpočet města.</li></ul>
<b>Návštěvnická atraktivita regionu</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Přírodní bohatství ve formě léčivé minerální vody, což umožnilo rozvoj lázeňského cestovního ruchu.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Chybějí památky světového významu (např. památky zapsané na seznamu světového kulturního dědictví UNESCO).</li></ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Bohatá historie města, stopy významných osobností.</li> <li>➤ Dostatek parků, velké plochy zeleně.</li> <li>➤ Bohaté možnosti procházek např. podél Labe, k soutoku Labe a Cidliny.</li> <li>➤ Vhodný potenciál pro dostatečné sportovní vyžití.</li> <li>➤ Možnosti výletů do okolí.</li> <li>➤ Aktualizované webové stránky města, Kulturního a informačního centra Poděbrady, s.r.o., Lázní a.s.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nepříznivé podmínky pro rozvoj kongresové turistiky ve smyslu velkých kongresových akcí.</li> </ul>
---	--

#### Dopravní a technická infrastruktura cestovního ruchu

<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Dobrá dopravní dostupnost - město leží při dálnici D 11, další silnice zajišťují dobré spojení např. s Hradcem Králové, s Kolínem. Dobré železniční a autobusové spojení.</li> <li>➤ Dostatečně hustá síť ubytovacích a pohostinských zařízení.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Přílišné zatížení městského centra automobilovým provozem (hlavní tah z města vede přímo přes náměstí Jiřího).</li> <li>➤ Nevhodné umístění Kulturního a informačního centra Poděbrady s.r.o.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Bezpečnost destinace z hlediska světového významu (vliv terorismu).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Vyšší ceny zboží a služeb (ceny stoupají s růstem cestovního ruchu v destinaci).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Dobrá mezinárodní i národní image města.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tvorba lázeňských produktových balíčků (např. týden pro ženy, antistresové pobyty).</li> </ul>	

Na základě analýzy silných a slabých stránek nyní stanovíme **specifické možnosti destinace** tzv. USP - unique selling proposition. Za hlavní přednost Poděbrady považujeme přítomnost léčivého minerálního pramene v čistém prostředí v blízkosti hlavního města Prahy s velmi dobrou dopravní dostupností. V následující části budeme analyzovat příležitosti a hrozby města Prahy.

Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Růst příjezdového cestovního ruchu zejména do regionu střední Evropy.</li> <li>➤ Rostoucí poptávka na mezinárodním, národním i regionálním trhu po specializovaných produktových balících.</li> <li>➤ Růst zájmu o rekreaci a trávení volného času v tuzemsku.</li> <li>➤ Změna přístupu lidí k vlastnímu zdraví, světový trend péče o tělo a kondici, zhoršující se zdravotní stav obyvatelstva.</li> <li>➤ Významný růst cílové skupiny seniorů.</li> <li>➤ Prodloužení dálnice D 11 až do Hradce Králové. (Zvýší lepší dostupnost města.)</li> <li>➤ Podmínky pro možnost čerpání finančních prostředků z národních a mezinárodních fondů (programy jako Phare,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Další nárůst terorismu negativně ovlivňuje rozvoj cestovního ruchu.</li> <li>➤ Růst zájmu o zimní dovolené ve slunečných (přímořských) krajinách.</li> <li>➤ Sílicí pozice a rozvoj konkurenčních středoevropských regionů ve vztahu k trhu cestovního ruchu a zejména k silným cílovým trhům (turistické regiony v tuzemsku, slovenský trh, polský či slovinský trh).</li> <li>➤ Migrace kvalifikovaných pracovních sil z kraje (zejména do hlavního města).</li> </ul>



Sapard, předstrukturální a strukturální fondy).

- Možnost využití poznatků ze zemí Evropské unie při rozvoji cestovního ruchu.
- Využít pověsti České republiky jako bezpečné destinace.
- Využít možnosti spolupráce s agenturou CzechTourism.
- Plánované otevření nové neuniverzitní vysoké školy krále Jiřího se zaměřením na oblast hotelnictví a gastronomie, cestovního ruchu a lázeňství. (Výchovou odborníků může město získat specialisty, kteří přispějí svými znalostmi k úspěšnějšímu řízení destinace. + Odraz na zlepšení image a významu města.)

	Kraj celkem	v tom okresy					v tom okresy					Rakovník	
		Benešov	Beroun	Kladno	Kolín	Kutná Hora	Mělník	Mladá Boleslav	Nymburk	Praha východ	Praha západ		Příbram
<b>ZAKLADNÍ ÚDAJE (k 1. 1. 2004)</b>													
Rozloha v ha	1 101 450	152 348	66 190	69 147	84 622	91 686	105 779	87 603	58 400	58 614	162 791	93 030	
Počet obcí	1 146	115	85	100	100	88	123	90	91	80	120	84	
Počet částí obcí	2 782	575	146	162	196	298	268	162	176	122	368	144	
<b>OBYVATELSTVO</b>													
Počet živě narozených	11 289	861	755	1 491	910	624	1 138	883	1 075	1 002	1 023	491	
Počet zemřelých	12 597	1 120	893	1 712	1 046	785	1 164	1 025	1 011	933	1 215	639	
Počet přistěhovalec	24 630	1 349	1 822	2 516	1 771	1 087	2 985	2 379	5 128	4 981	1 449	1 001	
Počet vystěhovalec	15 046	1 181	923	2 622	1 421	1 083	2 425	1 426	2 060	1 897	1 246	773	
Počet obyvatel <sup>1)</sup>	1 144 071	93 301	77 534	150 209	96 000	73 295	115 198	86 219	103 397	92 049	107 048	54 351	
<b>ZAMĚŠTNANOST A MZDY<sup>2)</sup></b> (přepočtené počty)													
Zaměstnanci celkem	262 264	19 735	19 380	30 675	18 252	14 020	50 134	15 448	29 623	19 263	21 222	9 074	
Průměrná hrubá měsíční mzda v Kč	18 225	15 938	18 880	17 697	17 320	17 467	20 490	16 202	19 513	19 562	15 824	16 607	
<b>NEZAMĚŠTNANOST<sup>1)</sup></b> (dle údajů Úřadu práce)													
Počet uchazečů o zaměstnání	44 012	2 566	2 369	7 803	4 606	4 205	3 047	4 121	2 072	1 542	5 086	2 151	
z toho ženy	23 727	1 408	1 339	4 035	2 491	2 285	1 798	2 218	1 093	884	2 480	1 144	
Počet volných pracovních míst	6 475	525	611	501	453	212	798	854	681	621	632	168	
Registrovaná míra nezaměstnanosti (%)	6,85	4,70	5,60	8,87	9,10	10,20	4,41	9,01	3,48	2,94	8,59	7,26	
Počet uchazečů na 1 volné prac. místo	6,8	4,9	3,9	15,6	10,2	19,8	3,8	4,8	3,0	2,5	8,0	12,8	
<b>BYTOVÁ VÝSTAVBA</b>													
Počet dokončených bytů	6 127	350	439	254	287	160	317	450	1 689	1 566	239	79	
Počet zahájených bytů	7 979	439	331	487	680	289	440	915	1 471	1 988	326	185	
Počet rozestavěných bytů <sup>1)</sup>	26 951	1 987	1 984	1 568	1 532	1 047	2 153	1 766	4 965	5 173	1 990	1 047	
<b>STAVEBNICTVÍ<sup>3)</sup></b>													
Základní stavební výroba v mil. Kč	10 567,0	976,5	412,7	1 906,3	1 194,2	457,0	810,8	1 097,0	567,1	1 497,7	861,5	297,1	
Stavební práce provedené podle dodavateckých smluv v mil. Kč	16 559,7	1 250,8	832,9	2 453,3	4 856,0	520,6	1 058,3	1 629,4	632,0	1 316,2	1 066,1	286,3	
z toho: nová výstavba, rekonstrukce opravy a údržba	14 312,5	1 048,5	810,6	1 903,7	4 718,7	351,0	872,6	1 268,6	571,5	1 130,7	849,2	211,7	
	2 083,5	200,6	20,0	548,7	130,1	167,9	182,4	349,5	60,3	149,2	119,1	74,7	
<b>STAVEBNÍ POVOLENÍ</b>													
Počet vydaných stavebních povolení	27 647	2 284	2 428	2 427	2 170	1 215	1 986	2 324	3 690	4 089	1 627	1 111	
Orientační hodnota staveb celkem v mil. Kč	40 790	2 481	1 886	2 381	7 067	2 111	4 041	2 022	6 043	7 410	1 726	885	
<b>REGISTR EKONOMICKÝCH SUBJEKTŮ</b>													
Počet jednotek v RES celkem <sup>1)</sup>	262 821	23 271	17 680	29 896	20 218	15 937	24 242	19 502	27 200	25 999	25 732	11 345	
soukromí podnikatelé vč. rolníků a osob podnikajících podle zvláštních předpisů	216 932	20 012	14 283	24 561	17 130	13 698	19 264	16 717	21 866	20 272	21 690	9 329	
státní podniky	88	5	5	7	7	8	8	4	11	7	15	5	
obchodní společnosti	19 979	1 161	1 363	2 590	1 368	737	1 571	1 183	2 859	3 373	1 632	660	
družstva	951	65	51	60	62	42	70	55	103	112	90	42	

Součty jsou počítány z nezaokrouhlených údajů

- 1) stav k poslednímu dni sledovaného období
- 2) podnikatelské subjekty s 20 a více zaměstnanci (v peněžnictví a pojišťovnictví bez ohledu na počet zaměstnanců),
- 3) podnikatelské subjekty s počtem zaměstnanců 20 a více se sídlem na území okresu