

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Ekonomická fakulta
Katedra aplikované ekonomie a ekonomiky

Teze bakalářské práce

Primární služby cestovního ruchu na Třeboňsku

Vypracovala: Barbora Machová

Vedoucí práce: doc. RNDr. Renata Klufová, Ph.D.

České Budějovice

Rok 2023

Klíčová slova: Třeboňsko, služby, zaměstnanci, zaměstnavatelé

Anotace: Práce se zabývá primárními službami cestovního ruchu v Třeboňsku z pohledu zaměstnanců a zaměstnavatelů. Konkrétně se soustředí na zaměstnance a zaměstnavatele ubytovacích a stravovacích služeb. V práci jsou vysvětleny pojmy cestovního ruchu, služeb, které jsou dále detailně rozebrané na služby ubytovací, stravovací a dopravu. Též je zde detailně popsána turistická oblast Třeboňsko. Pohledy zaměstnanců a zaměstnavatelů byly zjišťovány kombinací kvalitativního a kvantitativního výzkumu na základně dotazníků a řízených rozhovorů. Sesbíraná data byla statisticky vyhodnocena. Zároveň byla vyhodnocená data porovnána s odbornými články, statistikami poskytovanými ČSÚ a s daty získanými bývalou studentkou ekonomické fakulty Jihočeské univerzity, Klárou Liškovou, pro její bakalářskou práci z roku 2022 na téma „Spokojenost se službami jako faktor rozvoje cestovního ruchu v Třeboňsku z pohledu návštěvníků“. Hlavní zjištěné informace poskytují užitečné typy poskytovatelům služeb pro rozvoj podniků vedoucí k následné větší spokojenosti zákazníků.

Úvod a přehled literatury

Práce se zajímá o pohled a názory zaměstnanců a zaměstnavatelů primárních služeb cestovního ruchu v Třeboňsku a jak by se tyto názory mohly využít ve prospěch Třeboňska. Původní myšlenka práce leží na domněnce, že poskytovatelé služeb, jsou jednou z nejdůležitějších součástí, která ovlivňuje spokojenost návštěvníků. Zaměstnanci služeb jsou v neustálém kontaktu se svými zákazníky, mají na ně určitý vliv, který může výrazně ovlivnit jejich spokojenost. Zároveň během poskytování služeb získávají o svých návštěvnících důležité informace – jejich potřeby, preference apod. Díky těmto informacím mohou výrazně ovlivnit spokojenost svých návštěvníků.

Služby jsou velmi podstatným celkem cestovního ruchu. Služby cestovního ruchu mají za úkol uspokojit potřeby účastníků cestovního ruchu. Primárními službami cestovního ruchu rozumíme služby dopravní, ubytovací a stravovací (Orieška, 2010; Jakubíková, 2012).

Cestovní ruch je jeden z největších zaměstnavatelů na světě. Celkem tvoří zaměstnanost v cestovním ruchu 4,02% podíl na celkové zaměstnanosti České republiky. Nejvíce lidí je zaměstnáno v pohostinství a ubytování (ČSÚ, 2021; ČSÚ, 2023).

Turistická oblast Třeboňsko je velmi oblíbenou destinací, a to především cyklistů během letních měsíců. Převážnou část území zaujímá Chráněná krajinná oblast Třeboňsko, a to od roku 1979, kdy byla vyhlášena. Oblast je též chráněna jako Biosférická rezervace UNESCO. Z hlediska typologie se na Třeboňsku setkáváme s velmi širokou škálou druhů cestovního ruchu. Máme tady rekreační, sportovní, kulturní, lázeňský a samozřejmě i myslivecký a rybářský cestovní ruch. Na základě údajů ze statistik ubytovaných hostů vyplývá, že je Třeboňsko z velké části spíše turistickou destinací tuzemských návštěvníků. V celé oblasti se nachází řada ubytovacích zařízení. K dispozici jsou hotely, penziony, apartmány, kempy apod. Celkem se v Třeboňsku nachází 159 ubytovacích zařízení k roku 2021 dle ČSÚ. Zároveň se zde nachází mnoho stravovacích zařízení. Fungují zde restaurace, kavárny, bary, bistra, cukrárny i kiosky (Město Třeboň, 2016; ČSÚ, 2022).

Cíl práce

Cílem této práce je zjištění a následné zhodnocení postojů zaměstnanců a zaměstnavatelů primárních služeb v turistické oblasti Třeboňsko, jakožto velmi oblíbené turistické destinace jak Českých, tak zahraničních turistů.

Pro práci byly stanoveny následující výzkumné otázky:

1. Zaměstnavatelé i zaměstnanci jsou si vědomi důležitosti jazykové vybavenosti personálu pro rozvoj kvality služeb a spokojenosti návštěvníků.
2. Spokojenost návštěvníků je závislá na spokojenosti zaměstnanců se svým zaměstnáním.
3. Nedostatek zaměstnanců ve službách má negativní vliv na spokojenost návštěvníků.

Metodika

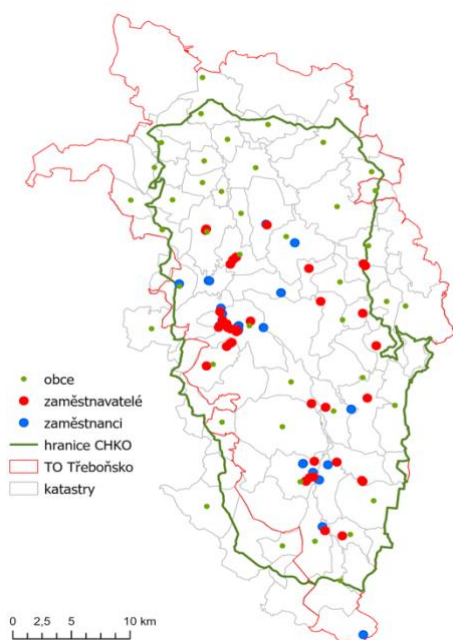
Prvním bodem bylo studium literatury a vypracování teoretické části. Přehled řešené problematiky byl vypracován na základě odborných textů, článků, internetových zdrojů a velké zastoupení mají údaje získané z Českého statistického úřadu. Pro naplnění cíle práce bylo

důležité vymyslet vhodné otázky týkající se aktuálních problematik zaměstnanců a zaměstnavatelů a následné vytvoření dvou dotazníků, jeden pro zaměstnavatele a jeden pro zaměstnance. Dotazníky byly vytvořeny v programu ArcGIS Survey123, což je jednoduchý program sloužící ke sběru dat, který je součástí systému ArcGIS Online. Sběr dat byl uskutečněn kvalitativním výzkumem formou řízených rozhovorů osobně přímo v zařízeních stravovacích či ubytovacích služeb. Celkový vzorek činí 100 dotazovaných respondentů, z toho 61 zaměstnanců a 39 zaměstnavatelů. Nejvíce dotazovaných bylo v Třeboni. Získaná data byla vyhodnocena v programu ArcGIS Survey123, který nabízí analyzování dat v různých kombinacích, či za pomoci filtrů. Následně byla získaná data porovnána s odbornými články a statistikami uvedenými v přehledu řešené problematiky a také s některými daty získanými bývalou studentkou ekonomické fakulty Jihočeské univerzity, Klárou Liškovou, pro její bakalářskou práci z roku 2022 na téma „Spokojenost se službami jako faktor rozvoje cestovního ruchu v oblasti Třeboňsko“ a to z pohledu návštěvníků. S ohledem na skutečnost kategoriální povahy sesbíraných dat byly u některých výsledků použity exaktní testy v rámci statistické analýzy.

Výsledky

Řízené rozhovory byly prováděny se zaměstnanci a zaměstnavateli ubytovacích a stravovacích služeb přímo v daném podniku. Vybírány byly podniky napříč turistické oblasti Třeboňsko. Díky aplikaci ArcGIS Survey123 byly odpovědi jednotlivých rozhovorů zaznamenávány na mapě, viz mapa č. 1. Celkem bylo zaznamenáno 100 odpovědí.

Mapa 1: Geografické zobrazení jednotlivých rozhovorů



Zdroj: vlastní zpracování v programu ArcGIS

Důležitou součástí dotazníku byly identifikační otázky. Dle zjištěných výsledků byla převážná část respondentů ženy s věkem zaměstnanců v rozmezí 21–30 let. Naopak věk zaměstnavatelů byl převážně více jak 40 let. Na hlavní pracovní poměr je zaměstnáno celkem

22 respondentů (36 %) a brigádně je zaměstnáno 39 respondentů (64 %). Téměř 50 % zaměstnanců je ve svém zaměstnání 5 a více let.

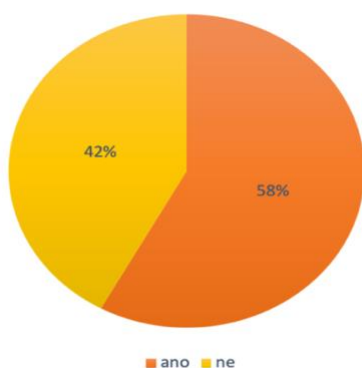
Nejvíce návštěvníků představují rodiny s dětmi s průměrným věkem 30-40 let, cestujících především autem (popřípadě autem podnikajících výlety na kole) a s délkou pobytu 2-5 dní. Téměř všichni dotazovaní respondenti také uvedli, že návštěvníci cestují do Třebońska pravidelně, z toho 78 % jsou návštěvy spíše spontánního charakteru.

Na otázku, zda jsou uzpůsobeni pro rodiny s dětmi odpovědělo „ano“ celkem 64 % dotazovaných, naopak „ne“ odpovědělo 36 % dotazovaných. Pokud bychom odpovědi rozdělili podle zaměstnanců a zaměstnavatelů, zjistíme, že více jak 70 % zaměstnavatelů tvrdí, že jsou pro děti přizpůsobeni. Názory zaměstnavatelů na přizpůsobení jejich činnosti rodinám s dětmi se statisticky významně liší podle oboru činnosti ($\chi^2 = 18,005$; $p = 0,000$). Podnikatelé v oblasti ubytování významně častěji udávali pozitivní odpověď, zatímco v oblasti stravování významně častěji odpovídali negativně ($\chi = 0,001$). Mohli bychom tedy konstatovat, že většina zaměstnavatelů si uvědomuje tuto potřebu zákazníků a snaží se tak být pro rodiny s dětmi uzpůsobena. Jako uzpůsobení pro rodiny s dětmi respondenti stanovili nejčastěji dětská menu ve stravovacích zařízeních, židličky, hřiště či dětské koutky a hračky, také postýlky v ubytovacích zařízeních.

Třeboňsko je velmi populární cyklistickou destinací, proto se dají očekávat potřeby návštěvníků z hlediska přizpůsobivosti cyklistům. Zeptala jsem zaměstnanců a zaměstnavatelů, zda jsou cyklistům uzpůsobeni. Celkem 100 % všech dotazovaných zaměstnavatelů říká, že jsou pro cyklisty uzpůsobeni. Stejně tak tvrdí i 77 % zaměstnanců. Jako uzpůsobení cyklistům stanovily všechny uzpůsobené podniky kolárny či kolostavy.

Jako další otázku zaměřenou na cykloturistiku v oblasti jsem položila: *Pokud by byl v centru Třebońska postaven parkovací dům pro kola, byl by podle Vás ze strany návštěvníků oceněn a měl tak pozitivní vliv na cestovní ruch v oblasti?*

Graf 1: Parkovací dům pro kola



Zdroj: vlastní zpracování

Parkovací dům pro kola neboli bike tower je systém pro bezpečné skladování kol (BIKETOWER, 2022).

Obrázek 1: Parkovací dům pro kola



Zdroj: BIKETOWER, 2022

Na grafu č. 1 můžeme vidět, že více jak polovina dotazovaných respondentů si myslí, že postavení parkovacího domu pro kola by bylo užitečné a mělo pozitivní vliv na cestovní ruch v oblasti. Zbýlých 42 % dotazovaných uvedlo, že by se postavení domu nevyplatilo. Mezi nejčastější důvody uvedli nedůvěru návštěvníků nechat kola, kde na ně neuvidí, lenost návštěvníků nebo také nevyužití s ohledem na dostatek kolostavů a koláren.

Jako nejčastější dopravní prostředek, kterým hosté do destinace přijíždějí, uvedli zaměstnanci auto. Dá se tudíž předpokládat, že je pro návštěvníky důležité mít místo pro zaparkování a ponechání svého auta. Celkem 55 % dotazovaných říká, že návštěvníci si na nedostatek parkovacích míst nestěžují. Nejvíce si však na nedostatek parkovacích míst stěžují v Třeboni, a naopak nejméně si stěžují v okolí vesnic. Pokud si návštěvníci stěžují na nedostatek parkovacích míst pro auto, vzniká tak otázka, zda by více parkovacích míst mělo pozitivní vliv na rozvoj cestovního ruchu v oblasti. Na tuto otázku odpovídali ti respondenti, kteří tvrdí, že si návštěvníci na nedostatek parkování stěžují. Z těchto respondentů si 78 % myslí, že by více parkovacích míst mělo pozitivní vliv na cestovní ruch v oblasti.

Mezi další potřeby návštěvníků spadá potřeba doplňkových služeb. Výsledky dotazníkového šetření uvádějí, že většinový podíl dotazovaných podniků nenabízí svým návštěvníkům doplňkové služby, nabízí je pouhých 28 % dotazovaných. Zároveň však bylo zjištěno, že až 88 % návštěvníků doplňkové služby využívá, pokud je mají k dispozici. U zaměstnanců byli zjištěny signifikantní rozdíly v názorech na poskytování doplňkových služeb v závislosti na pracovní pozici ($\chi^2 = 11,26$; $p = 0,014$) a oboru služeb ($\chi^2 = 6,611$; $p = 0,030$). Číšníci a servírky významně častěji uváděli, že nenabízejí žádné doplňkové služby, zatímco podle kuchařů a kuchařek jsou nabízené služby nabízeny. S tím také souvisí skutečnost, že nabídku doplňkových služeb významně častěji nabízejí stravovací služby. Nejčastěji nabízenými doplňkovými službami Třebońska jsou dle dotazovaných rozvozy jídel, wellness či masáže.

Dále jsem se zajímala, zda podniky využívají místní a regionální produkty. Z celkového počtu dotazovaných využívá místních či regionálních produktů 54 %. Pokud bychom se na to však podívala z hlediska stravovacích a ubytovacích služeb zvlášť, můžeme vidět, že v případě stravovacích služeb jsou tyto produkty využívány více jak ze 60 %. Naopak u služeb ubytovacích více jak 50 % podniků produkty nevyužívá. Toto bychom mohli vysvětlit charakterem používaných produktů. Z velké části se jedná o ryby z místních sádek, maso, zelenina, mléčné výrobky z mlékárny Mláka a také samozřejmě pivo Regent. Pokud ubytovací zařízení nenabízí snídani ani jinou formu stravování, nemají tudíž potřebu využívat těchto místních produktů. Pokud se ale budeme ptát, zda návštěvníci tyto produkty vyžadují, ptají se po nich. Dojdeme k závěru, že ze 60 % jsou produkty vyžadovány.

Zaměstnanci ve službách jsou v neustálém osobním kontaktu se zákazníky, jejich přístup a vystupování má vliv na zákazníky. Zajímalo mě, zda se zaměstnanci domnívají, že spokojenost zaměstnance se svou prací má vliv na spokojenost návštěvníků. Zda je podle nich důležité, aby byli se svou prací spokojeni a samozřejmě zda jsou se svou prací spokojeni. Všichni dotazovaní zaměstnanci zastávají myšlenku, že je důležité, aby byli spokojeni se svou prací, jelikož to má pozitivní vliv na spokojenost zákazníků. Zároveň bylo zjištěno, že 93 % dotazovaných je spokojeno či spíše spokojeno se svým zaměstnáním. Pouhých 7 % zaměstnanců je spíše nespokojeno a žádný zaměstnanec není nespokojen.

Spokojenost zaměstnanců s otevírací dobou je spojena se spokojeností se svým zaměstnáním. Z jejich pohledu je stanovená otevírací doba zaměstnavatelem z 85 % vyhovující. Tyto názory se však signifikantně liší podle odvětví poskytovaných služeb ($\chi^2 = 7,729$; $p = 0,021$). 100% vyhovující otevírací doba je u zaměstnanců ubytovacích služeb. Naopak u zaměstnanců poskytujících jak služby stravovací, tak ubytovací je vyhovující otevírací doba 50 %.

V České republice přibývá zahraničních turistů. Dá se tak předpokládat, že v stravovacích a ubytovacích službách bude po zaměstnancích vyžadována jazyková vybavenost. Názory zaměstnavatelů a zaměstnanců jsou poměrně dost odlišné. Zaměstnavatelé převážně nepožadují jazyky po svých zaměstnancích, a to více jak 60 % dotazovaných. Zaměstnanci si naopak myslí, že jsou jazyky velmi podstatné (více jak 80 %). Zaměstnanci se v názorech na potřebu jazykové vybavenosti statisticky významně liší podle věku ($\chi^2 = 16,511$; $p = 0,002$) i vzdělání ($\chi^2 = 17,697$; $p = 0,044$). Zatímco osoby mladší (21–30 let) významně častěji připouštějí důležitost jazykové vybavenosti, osoby ve věku 31–40 let se častěji domnívají, že není důležitá. Zaměstnanci s výučním listem častěji považují za důležitou němčinu. Na základně výše zjištěných faktů můžeme odpovědět na první výzkumnou otázku: *Zaměstnavatelé i zaměstnanci jsou si vědomi důležitosti jazykové vybavenosti personálu pro rozvoj kvality služeb a spokojenosti návštěvníků.*

- Zaměstnanci jsou si sice vědomi důležitosti jazykové vybavenosti, kdežto zaměstnavatelé si tuto důležitost převážně neuvědomují. To může mít negativní dopad na kvalitu poskytovaných služeb a spokojenost návštěvníků, především z pohledu návštěvníků zahraničních.

Nejčastěji důležitý či požadovaný jazyk uvedli respondenti angličtinu. Ve většině případů však uvedli respondenti jak angličtinu, tak němčinu. Zároveň byla v rámci exaktního testu porovnávána volba jazyka v závislosti na poskytovaných službách ($\chi^2 = 11,184$; $p = 0,02$). Zaměstnanci ve službách výrazně častěji preferují angličtinu, zaměstnanci ve stravování pak oba jazyky.

Třetí výzkumná otázka „*Nedostatek zaměstnanců ve službách má negativní vliv na spokojenost návštěvníků*“ stojí na myšlence, že pokud není například dostatek číšníků/servírek v restauraci, může dojít k delšímu čekání návštěvníků na obsluhu, což může vést k jejich nespokojenosti. 61,5 % zaměstnavatelů má dostatek personálu po celý rok. Ti, kteří však dostatek personálu nemají si z 76 % myslí, že nedostatek personálu má negativní vliv na spokojenost návštěvníků. Tímto tvrzením můžeme třetí výzkumnou otázku potvrdit.

Třeboňsko je především cyklistickou oblastí. Poskytovatelé služeb se jim musí přizpůsobit, snažit se vyplňovat jejich potřeby apod. Nicméně 53 % všech dotazovaných uvedlo, že mají problémy s chováním cyklistů. Cyklisté jsou neohleduplní vůči lidem, personálu, majetku či přírodě. Problémy s cyklisty z pohledů zaměstnavatelů se významně liší dle poskytovaných služeb ($\chi^2 = 6,465$; $p = 0,032$). Problémy s cyklisty mají častěji zaměstnavatelé ve stravování. Což je dle mého názoru jeden z hlavních problémů Třeboňska během hlavní sezóny.

Diskuse

Jak uvádí Pekerşen & Tugay (2020) je úspěch podniku služeb závislý na spokojenosti svých zaměstnanců, jelikož ti jsou v neustále přímém kontaktu se svými zákazníky. Jejich spokojenost s prací se tak odráží na kvalitě poskytovaných služeb, což se dále odráží na spokojenosti návštěvníků. Tuto myšlenku potvrdilo 100 % dotazovaných zaměstnanců (viz výše). Tato tvrzení potvrzují druhou výzkumnou otázku: *Spokojenost návštěvníků je závislá na spokojenosti zaměstnanců se svým zaměstnáním.*

- Čím více budou zaměstnanci služeb spokojeni ve svém zaměstnání, tím pozitivnější bude vliv na spokojenost návštěvníků.

Výzkum zaměřený na systém kvality v cestovním ruchu České republiky, který provedla Ing. Jana Kalousová, zjišťuje, že s růstem očekávání návštěvníků rostou i jejich požadavky po doplňkových službách. Tyto služby jsou důležité pro více jako polovinu

návštěvníků dotazovaných v rámci výzkumu (Kalousová, 2017). V Třeboňsku však většina dotazovaných podniků doplňkové služby nenabízí. Zároveň ale můžeme potvrdit výzkum Ing. Jany Kalousové, jelikož z mých zjištění více jak 80 % návštěvníků doplňkové služby využívá (viz výše).

Závěr

Na základě kvalitativního výzkumu, který byl realizován jako řízené rozhovory, byla získána data názorů zaměstnavatelů a zaměstnanců primárních služeb. Tato data byla ve výsledku vyhodnocena a popsána. Použité bylo vyhodnocení dotazníku, statistická analýza a další porovnání výsledků s odbornými články, údaji českého statistického úřadu a také se získanými daty z bakalářské práce Kláry Liškové (2022) zaměřené na pohledy návštěvníků též Třeboňské oblasti. Výsledkem práce jsou zajímavé poznatky a zjištění.

Sektor poskytování ubytovacích a stravovacích služeb je velmi široký. Každý majitel má jiné možnosti, představy a příležitosti. Je tedy těžké předkládat konkrétní návrhy pro rozvoj podniku a následné větší spokojenosti návštěvníků. Práce však obsahuje velmi zajímavá zjištění a návrhy, která by mohla být pro poskytovatele služeb velmi užitečná.

Seznam literatury použité v tezích

Seznam literárních zdrojů

- Jakubíková, D. (2012). *Marketing v cestovním ruchu: Jak uspět v domácí i světové konkurenci* (2., aktualiz. a rozš. vyd). Praha: Grada.
- Kalousová, J. (2017). Systém kvality služeb v cestovním ruchu v destinaci Česká republika. In Linderová, I., Doležalová, M., & Pachrová, S. (Eds). *Aktuální problémy cestovního ruchu „Cestovní ruch jako křižovatka poznatků“* (s. 169). Vysoká škola polytechnická Jihlava.
- Orieška, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu* (1. vyd). V Praze: Idea servis.

Seznam internetových zdrojů

- BIKETOWER (2022). *Cyklověž pro bezpečné uschování kola*. from <https://www.biketower.cz/>
- ČSÚ (2021). *Počet pracovních míst a zaměstnaných osob v cestovním ruchu v ČR*. from https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRUD-MZ-T1&z=T&f=TABULKA&katalog=32814&c=v3~8__RP2020#w=
- ČSÚ (2022). *Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie*. from https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&str=v118&c=v3~8__RP2021&u=v118__VUZEMI__65__3114
- ČSÚ (2023). *Satelitní účet cestovního ruchu*. from https://www.czso.cz/csu/czso/satelitni_ucet_cestovniho_ruchu
- Město Třeboň (2016). *Trvale udržitelný rozvoj cestovního ruchu a turismu na Třeboňsku*. from <https://www.mesto-trebon.cz/cz/mestsky-urad-trebon/ostatni-dokumenty/trvale-udrzitelny-rozvoj-cestovnahoruchu.html>
- Pekerşen, Y., & Tugay, O. (2020). *Professional Satisfaction as a Key Factor in Employee Retention: A case of the Service Sector*. *Journal of Tourism and Services*, 20(11), 1-27. from <https://doi.org/10.29036/jots.v11i20.123>

Plný seznam použité literatury je uveden v textu bakalářské práce.

Další bibliografické údaje

Type of thesis: bachelor

Author: Barbora MACHOVÁ

Academic Year: 2022/2023

Department: Department of Applied Economy and Economics, Faculty of Economics, University of South Bohemia in Ceske Budejovice, Czech Republic

Thesis supervisor: doc. RNDr. Renata Klufová, Ph. D.

Number of pages: 69

Language of thesis: CZ/ENG

Title of Thesis: Primary tourism services in the Třeboňsko region

Annotation: The thesis deals with primary tourism services in the Třeboňsko region from the perspective of employees and employers. Specifically, it focuses on employees and employers of accommodation and hospitality services. The thesis explains the concepts of tourism, services, which are further detailed into accommodation, hospitality and transport services. It also describes the tourist area of the Třeboňsko region in detail. The perspectives of employees and employers were gathered through qualitative research based on questionnaires and guided interviews. The collected data were descriptively and statistically analysed. At the same time, the evaluated data were compared with professional articles, statistics provided by the Czech Statistical Office and with data obtained by a former student of the Faculty of Economics of the University of South Bohemia, Klára Lišková, for her bachelor thesis from 2022 on "Satisfaction with services as a factor of tourism development in the Třeboňsko region from the perspective of visitors". The main information found provides useful tips for service providers to develop their businesses leading to subsequent greater customer satisfaction.

Key words: Třeboňsko, services, employees, employers

Přílohy volně vložené: 0

Přílohy vázané v práci: 2