

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích  
Fakulta ekonomická  
Katedra obchodu a cestovního ruchu  
Bakalářská práce

## **Infrastruktura podniků ubytovacích služeb v oblasti Černá v Pošumaví**

**Vypracoval: Karel Strnad**

Vedoucí práce: Ing. Roman Švec Ph.D.

České Budějovice 2015

### PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracoval samostatně pouze s použitím

pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se

zveřejněním své bakalářské a to - v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně

přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva

k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž

elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb.

zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby

kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází

kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských

kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne 14. 4. 2015

.....

Karel Strnad

### PODĚKOVÁNÍ

Tímto bych chtěl poděkovat vedoucímu bakalářské práce Ing. Romanu Švecovi Ph.D.

za jeho neskonalou trpělivost a podporu. Mé poděkování patří hlavně mé rodině, která

mě po celou dobu podporovala. Nesmím také zapomenout poděkovat firmě GRESTR s. r. o.

1

Obsah

1 Úvod

..... 3

2 Přehled řešené problematiky

..... 4

2.1 Cestovní ruch

..... 4

2.2 Systém cestovního

ruchu..... 5

2.3 Trh cestovního

ruchu..... 8

2.4 Potřeby	9
2.5 Služby	11
2.6 Služby v cestovním ruchu	12
2.7 Ubytovací služby	14
2.7.1 Kategorizace ubytovacích zařízení	16
2.7.2 Klasifikace ubytovacích zařízení	18
2.8 Regionální značky	18
3 Cíle práce a metodika	20
3.1 Cíle práce	20
3.2 Pracovní hypotézy	20
3.3 Metodika	20
4 Vymezení oblasti	23
4.1 Cestovní ruch v oblasti Černá v Pošumaví	25
5 Výsledky	31
5.1 Výzkum spokojenosti návštěvníků	31
5.2 Řízené rozhovory	40
5.3 Syntéza zjištěných údajů	43
5.4 Návrhy	44
6 Závěr	50
7 Summary	52
8 Seznam použitých zdrojů	53

2

9 Seznam grafů, tabulek, obrázků, zkratk

..... 56

10 Seznam příloh

.....  
..... 57

11

Přílohy.....  
..... 58

3

1 Úvod

Cestovní ruch se zakládá na přechodném pobytu osob mimo své trvalé bydliště, konkrétně v cílových destinacích. Lidé cestují, protože mají volný čas, peníze a mají nějaký motiv. Motivы jsou důsledkem potřeb, kterými je člověk k cestování tlačen.

Mezi tyto potřeby například patří odpočinek, zábava nebo dobrodružství. Aby člověk

mohl do cílové destinace přicestovat, musí být určitým způsobem dostupná.

Dostupnost

je dána komunikačními linkami, které mezi těmito místy existují. Podstata destinace

spočívá v tom, že disponuje určitou mírou atraktivity, je schopna uspokojit potřeby a je

tvořena podnikatelskými subjekty. Tyto podniky působí druhou stránkou motivů,

jelikož člověka do destinace přitahují. To je dáno nabídkou podniků, a jakou mají

image.

Pro další možný rozvoj cestovního ruchu je nezbytný předpoklad, že bude rozvíjena

infrastruktura cestovního ruchu. Její součástí jsou i podniky poskytující ubytovací

služby, a právě v této práci bude analyzována jejich infrastruktura.

Hlavním cílem práce je analyzovat podniky ubytovacích služeb v oblasti Černá

v Pošumaví, která byla pro tuto práci vybrána. Pro naplnění hlavního cíle práce bude

zvolen vedlejší cíl. Vedlejším cílem práce bude získání celkového přehledu o podnicích

poskytující ubytovací služby a jejich doplňkových službách. Na základě zjištěných

výsledků bude definována možnost dalšího rozvoje zkoumaných podniků.

Jestliže se ve

výsledcích objeví nedostatky, budou navržena opatření, která povedou ke zlepšení

současné situace.

Omezení, se kterým se tato práce může setkat, může být špatné počasí.

Jelikož pro

zkoumanou oblast je problém sezónnost. V letních měsících je vytíženost podniků

největší, ale vše se mění se zhoršením klimatických podmínek.

4

2 Přehled řešené problematiky

2.1 Cestovní ruch

Moderní cestovní ruch se začal rozvíjet na přelomu 19. a 20. století, když se vytvářel

jako odvětví společenské činnosti ve vyspělých zemích (Hesková a kol. 2011). Můžeme

o něm říct, že je jedním z největších a nejrychleji se rozvíjejících průmyslových odvětví na světě (Királová 2003), které dle stejné autorky, že cestovní ruch ovlivňuje zaměstnanost, tvorbu hrubého domácího produktu, tvorbu devizových rezerv státu, záchranu kulturních, uměleckých a historických památek, a zvyšuje všeobecnou vzdělanost obyvatelstva. S tímto názorem souhlasí i Hesková a kol. (2011) s. 7, která doplňuje, že „cestovní ruch je významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti.“ Avšak na definování pojmu cestovní ruch existuje řada pohledů (Čertík, 2001).

Výsledkem snahy o ucelení pojmů a definice předmětu cestovního ruchu z hlediska statistiky byla konference pořádaná Světovou organizací cestovního ruchu v roce 1991 v kanadské Ottawě (Hesková a kol., 2011), kde byl cestovní ruch definován jako činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí (mimo místo bydliště) a to na dobu kratší než 1 rok u mezinárodního cestovního ruchu, 6 měsíců u domácího cestovního ruchu, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě (Malá, 2002). Na druhé straně podle Horner a Swarbrooke (2003) zmíněná definice není plně vystihující, jelikož například nezahrnuje lukrativní oblast služebních cest, kde hlavním smyslem cestování je práce, nikoliv zábava. S jinou definicí přichází Zelenka Pásková a (2012), kteří vidí cestovní ruch jako komplexní, mnoha oblastmi a z mnoha hledisek se prolínající společenský jev, který nemá pevně stanovené hranice. Dle těchto autorů je součinným souhrnem všech jevů, vztahů a dopadů v časoprostorovém kontextu, souvisících s narůstající mobilitou lidí, která je motivována uspokojováním jejich potřeb v oblasti využití volného času, rekreace, cestování a poznání, v sociální a kulturní oblasti a dalších. Jevovou náplní cestovního ruchu jsou hlavně souhrnné aktivity jeho účastníků, procesy souvisící s budováním a provozem zařízení, které poskytují služby účastníkům, aktivity spojené s rozvojem a ochranou zdrojů pro jeho funkci, souhrn politických a veřejnoprávních aktivit, mezinárodní kooperace a v neposlední řadě i zpětná vazba od místních komunit na uvedené aktivity. V návaznosti na definici cestovního ruchu uvádí

5

Čertík (2001) pojem odvětví nebo též průmysl cestovního ruchu, do kterého můžeme zařadit všechny aktivity související s naplněním definice cestovního ruchu. V širším slova smyslu se jedná o souhrn aktivit charakteru služeb stravovacích, ubytovacích,

dopravních, informačních, směnářských, služeb cestovních kanceláří, kulturněrekreačních, rekreačně-zábavných a dalších aktivit s těmito službami souvisejících.

## 2.2 Systém cestovního ruchu

„Cestovní ruch je často zkoumán s využitím systémové teorie jako formální vědy

o struktuře, vazbách a chování nějakého systému“ (Hesková a kol., 2011 podle

C. Kaspar 1995). Tento systém můžeme chápat jako jednotu různých prvků, mezi

kterými jsou určité vztahy nebo mezi kterými je možné takovéto vztahy vytvořit

(Kaspar, 1995). Gúčik (2000) uvádí, že cestovní ruch je otevřený a dynamicky se

vyvíjející se systém, který je tvořen dvěma podsystémy, a to subjektem/účastníkem

cestovního ruchu a objektem cestovního ruchu.

Jedním ze subjektů je účastník cestovního ruchu, který je nositelem poptávky

a vystupuje jako spotřebitel produktu cestovního ruchu, což jsou volné statky, veřejné

statky, služby a zboží (Gúčik, 2000). Dalšími zástupci, kteří vystupují jako subjekt

cestovního ruchu, jsou orgány a organizace zabývající se cestovním ruchem a pracovníci v oblasti cestovního ruchu (Francová, 2003). Objektem cestovní

ruchu lze

rozumět všechno, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního

ruchu, a je tedy nositelem nabídky (Hesková a kol., 2011). Francová (2003) uvádí, že

mezi objekt cestovního ruchu patří rekreační prostor a materiálně technická infrastruktura.

V cestovním ruchu jako systému existuje soustava vazeb nejen mezi jeho podsystémy (subjektem a objektem) a jeho prvky, ale i mezi cestovním ruchem a jinými

systémy, které tvoří jeho vnější prostředí (Gúčik, 2000). Na následujícím obrázku

č. 1 můžeme vidět, jaké systémy tvoří ono vnější prostředí.

6

Obrázek 1: Struktura systému cestovního ruchu podle Kaspara

Zdroj: Kaspar (1995, s 8.)

Ekonomické prostředí

Na rozvoj cestovního ruchu má významný vliv právě ekonomické prostředí (Gúčik,

2000). Jedná se o pozitivní anebo negativní vlivy ekonomického růstu, nezaměstnanost,

inflace, stability měny a úrokové míry (Hesková a kol., 2011). Podle Gúčika (2000) je

rozhodujícím faktorem ekonomický růst, který se projevuje v růstu hrubého domácího

produktu a výdajů na cestovní ruch. Pozitivní vliv je tehdy, když výdaje na cestovní

ruch rostou rychleji než hrubý domácí produkt (Gúčik, 2000). Negativní vliv má

naopak hospodářský pokles a krize, která je doprovázena rostoucí nezaměstnaností

a zmražením mezd, což má za následek méně výdajů na méně nevyhnutelné potřeby

(Gúčik, 2000). Ryglová (2005) uvádí, že kvantifikovatelný vztah mezi cestovním

ruchem a ekonomikou lze vyjádřit řadou ukazatelů, mezi nimiž jsou podíl služeb na tvorbě HDP<sup>1</sup>

, výdaje obyvatelstva na služby spojené s turistikou, výše devizových

1

HDP= hrubý domácí produkt

7

příjmů ze zahraničního, podíl pasivního cestovního ruchu a saldo ze zahraničního cestovního ruchu.

Politické prostředí

Cestovní ruch je závislý od politiky státu (Gúčik, 2000). Mezi základní politické

skutečnosti světového i místního charakteru, které ovlivňují rozvoj cestovního ruchu,

patří mírové uspořádání světa, válečné konflikty, frekvence střídání vlád, systém

politických stran, teror anebo násilí (Ryglová, 2005). Hesková a kol.

(2011) uvádí jako

příklad důsledky teroristického útoku na americká dvojčata z 11. září 2001, které mají

v mezinárodním cestovním ruchu dlouhodobý dopad.

Sociální prostředí

Sociální prostředí má podstatný význam pro rozvoj cestovního ruchu a je dáno

společenským zřízením, které ovlivňuje rozdělování hrubého domácího produktu,

pracovní a mimo pracovní podmínky anebo také sociální politiku státu (Hesková a kol.,

2011). Sociální politika se orientuje na sociální zabezpečení té části občanů, které

nemají dostatečné anebo vůbec žádné pracovní příjmy na zabezpečení základních

existenčních potřeb (Gúčik, 2011). V návaznosti na toto Hesková a kol. (2011) uvádí, že

existuje zpětná vazba cestovního ruchu na sociální prostředí, která diferencuje nabídku

produktu tak, aby byla umožněna účast na cestovním ruchu i slabším skupinám obyvatelstva.

Technologické prostředí

Technologickým prostředím označujeme dopravní infrastrukturu a další technickou

informačně-technologickou vybavenost (Gúčik, 2000). Zvláště svůj význam mají nové

technologie, které ulehčují poskytování jednotlivých druhů služeb cestovního ruchu

(Hesková a kol., 2011).

Ekologické prostředí

Ekonomický růst má své hranice a je doprovázen zhoršováním životního prostředí

(Gúčik, 2000). Cestovní ruch je závislý na ekologickém prostředí více než většina

jiných hospodářských aktivit (Hesková a kol., 2011). Ochrana přírody z hlediska

cestovního ruchu musí respektovat potřebu rovnováhy mezi blahobytem a volným

časem zejména z přípustného zatížení krajiny návštěvníkem a rozvojem cestovního

ruchu (Gúčik, 2000).

### 2.3 Trh cestovního ruchu

Obecně lze trh charakterizovat jako místo, kde dochází ke konfrontaci nabídky a poptávky a kde je realizovaná směna, avšak z praktického hlediska je třeba trh cestovního ruchu nějakým způsobem blíže vymežit dle různých kritérií, a to jak z pohledu nabídky, tak z pohledu poptávky (Palatková a Zichová 2011 podle Freyer 2009).

Jako hlavní specifické rysy trhu cestovního ruchu uvádí Malá (1999):

- vysokou mírou závislosti na přírodních a kulturně historických atraktivitách,
- atraktivita jsou místně vázány, spotřebitel se musí přemístit do místa jeho výskytu,
- využití těchto atraktivit se v rozhodující míře děje formou poskytování služeb,
- tvorba realizace a spotřeba služeb je místně i časově spojena,
- vysoká míra subjektivního vnímání a posuzování při uspokojování potřeb,
- vysoká míra sezónnosti,
- ovlivnění mimoekonomickými faktory- počasí, terorismus, politická situace,
- výrazný mezinárodní charakter.

Na trh cestovního ruchu vstupují subjekty a objekty (Malá 1999). Nabídka a poptávka je v cestovním ruchu prezentována konkrétními subjekty, které vystupují

na trh se zcela odlišnými cíli neboli ekonomickými zájmy (Palatková a Zichová 2011). Cílem rozvíjení trhu cestovního ruchu je uspokojování přání a potřeb účastníků cestovního ruchu, kteří chtějí mít maximální užitek, a na druhé straně dosažení prosperity producentů zboží a služeb, kteří chtějí naopak maximalizovat svůj zisk (Gúčik, 2000).

Rozdělení subjektů podle Palatkové a Zichové (2011):

- domácnosti (návštěvníci) - chtějí uspokojit potřeby s maximálním užitekem,
- firmy (poskytovatele služeb či výrobci zboží) - maximalizace zisku,
- stát (resp. veřejná správa)- specifické postavení na trhu, snaha odstranění

negativních dopadů tržního působení či stimulovat pozitivní vliv.

Zvláštní postavení zaujímají zprostředkovatelské subjekty v podobě cestovních

kanceláří a agentur, které usnadňují vztah mezi nabídkou a poptávkou (Palatková a Zichová 2011).

Objekty jsou hmotné a nehmotné statky, které se stávají předmětem koupě a prodeje (Malá, 1999) a dělí je na:

- služby - rozhodující součást trhu cestovního ruchu,
- zboží - doplňkový charakter, i když s rostoucím podílem,
- volné statky - především přírodní statky nemající charakter zboží a služeb

jako např. čistý vzduch, moře.

Ty buď vystupují na trhu cestovního ruchu jednotlivě, nebo v ucelených komplexech, jako produkt cestovního ruchu (Malá, 1999). Produktem se rozumí vše, co

je nabízeno na trhu cestovního ruchu a má schopnost uspokojit potřeby účastníků

cestovního ruchu (Orieška, 2010).

#### 2.4 Potřeby

Kotler (2007) definuje lidskou potřebu jako pocítovaný nedostatek. Zahrnuté jsou

i základní lidské potřeby, jako je potrava, ošacení, teplo a bezpečí; dále sociální potřeby

sounáležitosti a citů; a potřeby jednotlivce, které zahrnují touhu po poznání

a seberealizaci (Kotler, 2007). A. H. Maslow vychází z hierarchického uspořádání

lidských potřeb a stanovil pět úrovní potřeb, které jsou zobrazeny na obrázku č. 2.

Obrázek 2: Maslowova hierarchie potřeb

Zdroj: vlastní zpracování podle Maslowa (2014, s. 208 - 211)

10

1. fyziologické potřeby - tvoří základní úroveň a zahrnují potřeby spánku, potravy, sexu, vody a vzduchu,

2. potřeby bezpečí - zahrnují emociální bezpečí, stabilitu, řád a fyzické bezpečí,

3. potřeby sounáležitosti - sociálně zaměřené potřeby vztahující se k interakci

s druhými lidmi a zahrnují potřebu být akceptován, sounáležitosti a identifikace s druhými,

4. potřeby úcty - potřeba být respektován, potřeby prestiže a úspěchu,

5. potřeby seberealizace - nejvyšší úroveň potřeb, která zahrnuje sebeuplatnění,

naplnění vlastního potenciálu a uplatnění schopností (Štikar, 2003).

Gúčik (2000) doplňuje, že do skupiny méně nevyhnutelných potřeb patří i potřeby

uspokojované v cestovním ruchu. Subjekt cestovního ruchu nepocítuje cestovního ruchu

jako potřebu, ale pocítuje různé konkrétní potřeby, které je možné uspokojit účastí na

cestovním ruchu.

Potřeby uspokojované během účasti na cestovním ruchu jsou mnohotvárné a dají se

rozdělit na primární (cílové) a sekundární (zprostředkující). Primární jsou ty, které

představují motiv cestování, a sekundární jsou prostředkem na uspokojení primárních

potřeb (Gúčik, 2000). Gúčik (2000) znázorňuje strukturu potřeb v cestovním ruchu

v následujícím obrázku č. 3:

11

Obrázek 3: Gúčikova pyramida potřeb v cestovním ruchu

Zdroj: Gúčik (2000, s. 36)

„Potřeby účastníků cestovního ruchu jsou uspokojovány prostřednictvím volných

statků, služeb, zboží a veřejných statků“ (Orieška, 2010, s. 7).

#### 2.5 Služby

Kotler (2007) definuje službu jako aktivitu nebo výhodu, kterou může jedna strana

nabídnout druhé, je v zásadě nehmotná a nepřináší vlastnictví. Její produkce může, ale

nemusí být spojena s fyzickým produktem. Orieškova definice podstaty služeb toto

jenom potvrzuje, když tvrdí, že službami se obecně rozumí ekonomické statky, které

mají převážně nehmotný charakter (Orieška, 2010). Gúčik (2000) ještě doplňuje, že při

produkci služeb vznikají užitečné efekty, které uspokojují potřeby.



Všeobecná definice služeb podle Bednářové a Škodové-Parmové (2010, s. 109):

1. Poskytování nehmotných statků k uspokojování potřeb za úplaty (rozdíl mezi výrobkem a službou).

2. Činnosti, výhody nebo uspokojení nabízené na prodej nebo poskytované v souvislosti s prodejem zboží.

12

3. Z hlediska výrobního podniku jsou služby doplňkem nabídky jeho výrobků a vytvářejí jeho konkurenční výhodu či jedinečnost nabídky.

Služby mají své určité vlastnosti, které je odlišují od výrobních produktů (Payne,

1996). Kotler (2007) uvádí pět hlavních charakteristik služeb:

1. nehmotnost - nemožnost služby vystavit nebo před zakoupením prohlédnout,

2. neoddelitelnost - službu nelze oddělit od jejích poskytovatelů,

3. proměnlivost - kvalita služeb závisí na tom, kým, kde, kdy a jak jsou poskytovány,

4. pomíjivost - služby nelze uskladnit pro pozdější použití,

5. absence vlastnictví - přístup ke službě pouze po omezenou dobu.

U jiných autorů se můžeme setkat s podobnými definicemi akorát jinak pojmenovanými. Vašítková (2008) uvádí pojmy heterogenita místo proměnlivost a zničitelnost místo pomíjivost. Oba tyto pojmy ovšem vyjadřují tu samou charakteristiku služeb. Oriška (2010) používá členění a pojmenování znaků služeb

takto:

- nemateriální charakter služeb
- vysoká spotřeba živé práce při poskytování služeb
- začlenění vnějšího faktoru do procesu poskytování služeb
- soulad poskytování služeb s jejich spotřebou
- pomíjivost

## 2.6 Služby v cestovním ruchu

V cestovním ruchu představují služby heterogenní soubor užitečných efektů určených

k uspokojování potřeb převážně nebo výlučně účastníků cestovního ruchu.

Jsou

produkovány nejen podniky cestovního ruchu, ale i dalšími subjekty soukromého

a veřejného sektoru. Konkrétně se jedná o služby producentů služeb (dopravních,

ubytovacích, pohostinských, lázeňských, sportovně-rekreačních a kulturněspolečenských

zařízení) a zprostředkovatelů služeb (cestovních kanceláří, cestovních

agentur, turistických informačních kanceláří a informačních a distribučních systémů).

(Oriška, 2010). Služby cestovního ruchu se dělí na základní a doplňkové, na čemž se

shodne Hesková a kol. (2011) i Malá (1999). Mezi základní služby řadí služby

dopravní, ubytovací a stravovací; mezi doplňkové je zařazován komplex všech ostatních

služeb, které se stávají motivem účasti na cestovním ruchu (Malá 1999).

13

Služby v cestovním ruchu mají své obecné znaky ale i speciální znaky, které jsou

charakteristické právě pouze pro ně (Oriška, 2010). Oriška (2010) uvádí tyto speciální

znaky:

- časová a místní vázanost služeb na primární nabídku cestovního ruchu,
- komplexnost a komplementárnost služeb,
- zastupitelnost služeb,
- mnohooborový charakter služeb,

- nezbytnost zprostředkování služeb,
- dynamika a sezónnost poptávky po službách,
- nezbytnost poskytování informací o službách a jejich kvalitě,
- neanonymita spotřebitele služby.

Morrison (1995) potvrzuje, že služby v cestovním ruchu mají své speciální znaky,

a uvádí těchto osm speciálních znaků:

- kratší expozitura služeb,
- výraznější vliv psychiky emocí při nákupu služeb,
- větší význam vnější stránky poskytování služeb,
- větší důraz na úroveň image,
- složitější a proměnlivější distribuční cesty,
- větší závislost na komplementárních firmách,
- snazší kopírování služeb,
- větší důraz na propagaci mimo sezony.

Klasifikovat a členit služby cestovního ruchu můžeme podle různých kritérií a k různým účelům. Nejpočastěji používaným členěním je členění služeb podle druhů služeb,

jež se podílejí na uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu (Malá, 1999). Na

druhovém členění služeb cestovního ruchu se shodují i autoři Oriška (2010), Hesková

a kol. (2011). Druhové členění je vidět na obrázku č. 4.

14

Obrázek 4: Druhové členění služeb v cestovním ruchu

Zdroj: Oriška (2010, s. 15)

#### 2.7 Ubytovací služby

Ubytovací služby jsou významným předpokladem pro rozvoj pobytového cestovního

ruchu (Oriška, 2010). Dají se charakterizovat jako možnost přechodného ubytování

mimo místo trvalého bydliště (Malá, 2002). Provozovny ubytovacích služeb jsou

hromadná ubytovací zařízení, tj. hotely a jim podobná ubytovací zařízení a ostatní

hromadná ubytovací zařízení jako kempy, chatové osady, turistické ubytovny (Beránek,

2004). Tato ubytovací zařízení se obvykle budují společně se stravovacími úseky (hotel)

nebo jako samostatná ubytovací zařízení (turistická ubytovna) (Oriška, 2010). Oriška

(2010) dodává, že účastníci cestovního ruchu mohou využít, mimo tato ubytovací

15

zařízení, ubytování v soukromí (chata, pokoj, prázdninový byt aj.) nebo ubytovací

prostředky (stan, obytný přívěs, člun apod.), které vytvářejí podmínky pro jejich využití

pro přechodné ubytování, případně přenocování.

Účastníkům cestovního ruchu jsou poskytovány ubytovací služby na různé úrovni

v různém rozsahu, což souvisí s rozvojem cestovního ruchu, který vede k postupné

diferenciaci různých druhů ubytovacích zařízení (Malá, 2002). Existuje řada kritérií,

podle kterých lze členit tato ubytovací zařízení.

Indrová (2004) je člení takto:

- podle velikosti:
  - malá, od 5 - 100 pokojů,

- střední, od 101 - 250 pokojů,
- velká, od 251 pokojů a výše.
- podle doby provozu:
  - celoroční,
  - sezónní.
- podle umístění:
  - městská zařízení,
  - lázeňská zařízení,
  - horská zařízení apod.
- podle převažující klientely:
  - pro obchodníky,
  - rodiny s dětmi,
  - sportovce,
  - zařízení specializující se na kongresovou turistiku atd.
- podle druhu zařízení jeho funkce při uspokojování potřeb cestující veřejnosti:
  - hotel,
  - hotel garní,
  - motel,
  - hotel,
  - penzion,
  - turistická ubytovna,
  - chatová osada,
  - kemp.

„Členění ubytovacích zařízení podle druhu se stalo základem pro kategorizaci

a klasifikaci těchto zařízení“ (Malá, 2002, s. 33).

16

#### 2.7.1 Kategorizace ubytovacích zařízení

Kategorizace je proces, kdy dochází k rozdělení ubytovacích zařízení do jednotlivých

kategorií, jako je hotel, hotel, penzion apod. (Beránek, 2004).

Vymezení kategorií ubytovacích zařízení vychází z vyhlášky Ministerstva pro místní

rozvoj č. 268/2009 Sb., o technických požadavcích na stavby. Ve vyhlášce Ministerstva

pro místní rozvoj č. 501/2006 Sb., o obecných požadavcích na využití území ve znění

pozdější předpisů se stanoví základní pojmy o ubytovacích zařízeních zařazující se

podle druhu do kategorií:

Hotel - ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty, vybavené pro poskytování

přechodného ubytování a služeb s tím spojených.

Motel - ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty, vybavené pro poskytování

přechodného ubytování a služeb s tím spojených pro motoristy.

Penzion - ubytovací zařízení s nejméně 5 pokoji pro hosty, s omezeným rozsahem

společenských a doplňkových služeb, avšak s ubytovacími službami srovnatelnými

s hotelem.

Ostatní ubytovací zařízení - ubytovny, koleje, svobodárny, internáty, kempy a skupiny chat nebo bungalovů, vybavené pro přechodné ubytování

(Ministerstvo pro

místní rozvoj, 2014).

Z této právní úpravy vychází Asociace hotelů a restaurací České republiky, která na

základě Usnesení vlády zde dne 17. 7. 1999 č. 717 a za podpory Ministerstva pro místní

rozvoj ČR a České centrály cestovního ruchu - CzechTourism sestavila „Oficiální jednotnou klasifikaci ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel, hotel garni, penzion, motel a hotel“ pro období let 2013-2015. Oficiální jednotné klasifikace definuje kategorie ubytovacích zařízení takto:

1. Hotel je ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty poskytující přechodné ubytování a služeb s tím spojených (zejména stravovací). Člení se do pěti tříd. Hotel garni má vybavení jen pro omezený rozsah stravování (nejméně snídaně) a člení se do čtyř tříd.

2. Motel je ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty poskytující přechodné ubytování a služby s tím spojené zejména pro motoristy a člení se do čtyř tříd. Zařízení se nachází v blízkosti pozemních komunikací

17 s možností parkování. Recepce a restaurace může být mimo ubytovací část. Ubytovací zařízení jinak splňuje veškeré požadavky pro kategorii 1\*-4\*.

3. Penzion je ubytovací zařízení s nejméně 5 a nejvíce 20 pokoji pro hosty, s omezeným rozsahem společenských a doplňkových služeb a člení se do čtyř tříd. Omezené služby stravování spočívají v absenci restaurace. Penzion však

musí disponovat minimálně místností pro stravování, která zároveň může sloužit k dennímu odpočinku hostů.

4. Hotel je ubytovací zařízení umístěné v trvale zakotvené osobní lodi. Hotel se

zařazuje nejvýše do čtyř hvězdiček.

5. Specifická hotelová zařízení

Lázeňský/Spa hotel

Ubytovací zařízení, které se nachází v místě se statutem lázeňského místa dle

Zákona č. 164/2001 Sb. (lázeňský zákon) v aktuálním znění, které splňuje veškeré

požadavky pro kategorii hotel (vyjma à la carte restaurace) a které zajišťuje zároveň

lázeňskou péči dle § 33 zák. č. 48/1997 Sb.

Lázeňský hotel garni

Ubytovací zařízení, které se nachází v místě se statutem lázeňského místa dle

zákona č. 164/2001 Sb. (lázeňský zákon) v aktuálním znění, které splňuje veškeré

požadavky pro kategorii hotel garni a které zajišťuje zároveň lázeňskou péči dle § 33

zák. č. 48/1997 Sb.

Resort/ Golf Resort<sup>7</sup>

Ubytovací zařízení, které splňuje požadavky pro kategorii Hotel 3\*-5\*, jedná se

o uzavřený soubor objektů, kde může být restaurace a recepce mimo ubytovací část.

Zařízení poskytuje společensko-kulturní a sportovní využití. Do třídy 4\* může mít

recepce omezený provoz na minimálně 18 hodin.

Golf Resort musí kromě výše uvedeného, být vybaven minimálně devítijamkovým normovaným hřištěm dle parametrů České golfové federace.

6. Depandance je vedlejší budova ubytovacího zařízení bez vlastní recepce, organizačně související s hlavním ubytovacím zařízením, které pro depandance zajišťuje plný rozsah služeb odpovídající příslušné kategorii a třídě a není vzdáleno více než 500 m.

18

7. Ostatní ubytovací zařízení

- kemp (tábořiště)
- chatová osada

• turistická ubytovna (Asociace hotelů a restaurací ČR, 2015)

#### 2.7.2 Klasifikace ubytovacích zařízení

Materiál klasifikace má doporučující charakter a slouží jako pomůcka pro zařazování

ubytovacích zařízení kategorií hotel, hotel garní, penzion, motel a hotel do příslušných

tříd dle minimálních stanovených požadavků s cílem zlepšení orientace spotřebitelů,

zvýšení transparentnosti trhu ubytování a zkvalitnění služeb poskytovaných ubytovacími zařízeními. Klasifikace není obecně závazným právním předpisem a je na

samotném provozovateli, zda certifikaci podstoupí, či nikoliv.

Klasifikace ubytovacích zařízení - rozdělení do tříd:

\* Tourist

\*\* Economy

\*\*\* Standard

\*\*\*\* First Class

\*\*\*\*\* Luxury (Asociace hotelů a restaurací ČR, 2015)

#### 2.8 Regionální značky

Asociace regionálních značek

Hlavním cílem regionálního značení je zviditelnit jednotlivé a upozornit na zajímavé

produkty, které zde vznikají. Do systému regionálních značek se od roku 2004 zapojilo

již 24 regionů - Krkonoše, Šumava, Beskydy, Moravský kras, Orlické hory, Moravské

Kravařsko, Górolsko Swoboda, Vysočina, Polabí a Podkrkonoší, Haná, Českosaské

Švýcarsko, Jeseníky, Prácheňsko, Broumovsko, Kraj blanických rytířů, Železné hory,

Moravská brána, Zápraží, Znojemsko, Toulava, Opavské Slezsko, Krušnohoří a Kraj

Pernštejnů.

Systém regionálního značení výrobků a služeb je koordinován na národní úrovni

Asociací regionálních značek, o.s. , která sdružuje regiony s vlastní značkou. V každém

regionu působí regionální koordinátor, který má na starosti správu dané značky

19

a komunikaci s místními výrobci a s ARZ

. Značka je výrobkům udělována po splnění

jednotných pravidel, které hodnotí nezávislá certifikační komise.

Značení je určeno jak návštěvníkům regionů, kteří mohou objevovat region a užívat

si jeho atmosféru novým netradičním způsobem, tak i místním obyvatelům, kteří mohou

nákupem značených výrobků podpořit lokální výrobce. Na druhé straně výrobci získají

díky značce různé výhody. Hlavní výhodou je především jednotná propagace své

produkce, dále mohou získat nové kontakty a nové formy spolupráce (ARZ, 2010-2014).

2

ARZ= Asociace regionálních značek

20

#### 3 Cíle práce a metodika

##### 3.1 Cíle práce

Hlavním cílem bakalářské práce je analýza infrastruktury podniků ubytovacích

služeb ve vybraném území a definování možností dalšího rozvoje zkoumaných podniků

ve vybraném území na základě průzkumů zákaznických potřeb, vyjádření podnikatelů

a dalších subjektů věnujících se cestovnímu ruchu a rozvoji vybraného území.

Vedlejším cílem práce je získání celkového přehledu o podnicích poskytující ubytovací služby a jejich doplňkových službách.

### 3.2 Pracovní hypotézy

Pro bakalářskou práci jsou stanoveny tři pracovní hypotézy, které budou při jejím

zpracovávání ověřovány a na závěr verifikovány.

H1: Více než polovina lidí přijíždí do oblasti kvůli rekreaci.

H2: Ve vymezené oblasti se nenachází bazén.

H3: Neexistuje žádná větší spolupráce mezi poskytovateli ubytovacích služeb.

### 3.3 Metodika

Při vypracovávání práce bylo třeba využít odbornou a vědeckou literaturu, odborné

a vědecké časopisy, výzkumů, studií a materiálů v jednotlivých ubytovacích zařízeních.

Vzhledem k řešenému tématu práce je nutné nashromáždit dostatečné množství dat, aby

mohl být proveden vlastní výzkum. Výzkum proběhl v několika stádiích, které měly

svou návaznost a vycházely ze stanovených cílů a hypotéz.

Mezi použité výzkumné techniky náleží:

- studium odborné literatury,
- analýza získaných dat z internetových zdrojů,
- popis vymezené oblasti,
- dotazníkové šetření,
- metoda vlastního pozorování,
- řízené rozhovory se zástupcem obce a zástupcem ubytovacího zařízení.

21

Na začátku bylo nejprve nutno vymezit zkoumané území a podniky ubytovacích služeb, které se na tomto území nachází. Potřebné informace byly především získávány

z internetových zdrojů, odborných publikací a dokumentů a v neposlední řadě také

vlastním pozorováním.

Další fází bylo sestavení dotazníků na zjištění pohledu zákazníků ve zkoumaných

ubytovacích zařízeních. Dotazníky byly sestaveny tak, aby bylo možné zjistit současnou

situaci a případné problémy ve zkoumané oblasti. Poté byly rozneseny do vybraných

ubytovacích zařízení. Samotný průzkum probíhal od srpna do listopadu 2014. Dotazník

se skládal ze 14 otázek, aby nebyl příliš dlouhý. Důraz byl kladen na to, aby byl rychle

vyplnitelný, svižný, tak aby ho lidé byli ochotni vyplnit. Celkem bylo vytištěno

a rozdáno 200 kusů, avšak při jejich sbírání se jich vrátilo 102. Ve výsledku to

znamená, že se jich vrátilo pouze 51 %. Přestože jsem na úvod dotazníku uvedl,

z jakých důvodů je toto šetření prováděno, poděkoval za spolupráci, nesetkal jsem se

s příliš velkou ochotou. Problémy s vyplňováním ale pramenily i ze strany personálu

v některých ubytovacích zařízeních, kde byly vymyšleny různé příběhy, proč nejsou dotazníky vyplněny. V jednom případě jsem se setkal i s tím, že dotazníky prý nebyly vůbec do ubytovacího zařízení dodány, což byla samozřejmě lež. V některých podnicích jsem se naopak setkal s velmi příjemným jednáním a ochotou spolupracovat, což ve finále bylo velice nápomocné. Sebraná data z dotazníků byla zpracována v programu Microsoft Excel a následně z těchto dat vytvořeny grafy a tabulky, ke kterým byl přidán komentář. Poté následovaly řízené rozhovory. Naplánované byly dva se zástupci vybraných ubytovacích zařízení a jeden s paní starostkou. Uskutečnily se pouze dva, s panem Mgr. Najbrtem zástupcem Hotelu Racek a s paní starostkou obce Černá v Pošumaví Irenou Pekárkovou. Jeden byl na poslední chvíli zrušen, kvůli nabitému pracovnímu programu. Některé otázky vycházely z dotazníků pro zákazníky, jinak byly pokládány otázky na zjištění jejich pohledu na cestovní ruch v této oblasti a jeho rozvoj. Rozhovor s paní starostkou proběhl na obecním úřadě dne 11. 3. 2015. Odpovědi na otázky byly po dohodě nahrávány do mobilního telefonu a následně přepsány v programu Microsoft Word. To samé proběhlo dne 18. 3. 2015 s panem Mgr. Najbrtem. Metoda vlastního pozorování probíhala při návštěvě zkoumaných zařízení a informace byly zpracovány do písemné podoby.

22

Když byla získána všechna potřebná data, následovalo vyhodnocení dat z jiných zdrojů, dotazníkového šetření, vlastního pozorování a řízených rozhovorů. Z vyhodnocení údajů budou určeny návrhy, které by mohly zlepšit situaci v ubytovacích zařízeních ve zkoumaném území.

23

4 Vymezení oblasti

Jižní Čechy

Zkoumaná oblast Černá v Pošumaví se nachází v Jihočeském kraji. Tento vyšší územní samosprávný celek se rozprostírá na celkové rozloze 10 057 km<sup>2</sup> a představuje

12,8 % z celé České republiky (ČSÚ3

, 2014). Pro svou malebnou přírodu, velký počet

vodních ploch ke koupání a historickému bohatství patří jižní Čechy k nejlákavějším

místům v České republice (www.kudyznudy.cz, 2014). V minulosti zde bylo vybudováno přes 7 000 rybníků o celkové výměře vyšší než 30 000 ha. Mezi největší

rybníky v oblasti, ale i v České republice, patří rybníky Rožmberk, Bezdrev a Horusický rybník. Další velká vodní díla vybudovaná na území jsou Orlická přehrada,

s rozsáhlými rekreačními oblastmi, a Lipenská přehrada, největší vodní plocha

v Čechách, o celkové rozloze 4 870 ha. Snahou o zachování přírodního prostředí bylo

zřízení Národního parku Šumava, chráněných krajinných oblastí Šumava, Třeboňsko a Blanský les. Celkem je chráněno 20 % území kraje. Mezi památkové rezervace patří historické centra měst České Budějovice, Český Krumlov, které je zařazeno mezi památky UNESCO, Jindřichův Hradec, Prachatice, Slavonice, Tábor a Třeboň. V kraji je celá řada historických pamětihodností, jako jsou hrady Zvíkov a Landštejn a zámky Český Krumlov, Hluboká nad Vltavou, Orlík a Blatná (ČSÚ, 2014).

Lipensko

Region Lipensko je území, které obklopuje lipenské jezero a horní tok Vltavy podél

státní hranice s Rakouskem a Bavorskem. Celková rozloha mikroregionu je 849,33 km<sup>2</sup>

a zabírá 8,5 % Jihočeského kraje (www.lipno.info, 2015). Býval to vždy spíše chudší

podhorský kraj. Na regionu se podepsala 2. světová válka ve významu odsunu německého obyvatelstva, které bylo nahrazeno nevzdělanými prospěcháři.

Stavba

železné opony a tuhý režim v příhraniční oblasti znamenaly zánik 80 vesnic a vesniček.

Naděje přišla až s výstavbou lipenské přehrady, díky které se v této oblasti zrodil

cestovní ruch, na který Lipensko sází i dnes (ČT, 2011). Mezi vyhledávané turistické

lokality patří kromě lipenského jezera především oblasti Národního parku a Chráněné

krajinné oblasti Šumavy. Návštěvníky zaujme komfort vyspělé turistické destinace

poskytující širokou nabídku možností trávení volného času. Zajímavé jsou kulturní,

3

ČSÚ= Český statistický úřad

24

technické a architektonické památky, které se zde dochovaly. Lipensko nabízí nejen

svoji krásnou přírodu, ale i místní tradice, každoroční slavnosti, mnoho sportovních

příležitostí a v neposlední řadě také široké spektrum doprovodných služeb (Turisma,

2010-2015).

Černá v Pošumaví

Obec Černá v Pošumaví se nachází přibližně 21 km od Českého Krumlova, u břehu

lipenské přehrady a blízkosti rakouských hranic. Obec se rozprostírá na katastrální

výměře o velikosti 5 038 ha, v nadmořské výšce 728 m. Na tomto území žije 827

obyvatel (Černá v Pošumaví, 2010-2015).

První písemná zmínka o obci je z roku 1268. Vrchní kuchař u krále Přemysla Otakara II. Hirzo z Klingenbergu daroval obec cisterciáckému klášteru Zlatá Koruna.

Původní název obce zněl Na czerne rece, jelikož se vesnice rozkládala v údolí potoka,

jehož voda se po dešti zbarvovala do černa. Název je slovanské původu a měl by být

důkazem, že prvními obyvateli byli právě Slované. Od této doby obec byla vlastněna



různými šlechtickými rody a panovníky až do roku 1848, kdy bylo zrušeno nevolnictví, a byla vytvořena samostatná obec - Schwarzbach (Kronika obce, 2015). Oblast Černé v Pošumaví ani vznikem Československa neuznávala svrchovanost československých úřadů a stále udržovala úzký styk s rakouskými úřady. V roce 1936 získala v obci největší vliv Sudetoněmecká strana Konráda Henleina a poté v roce 1938 na základě mnichovské dohody přičleněna k Německu. K osvobození došlo 6. května 1945 jednotkami americké armády. V roce 1946 se konají první poválečné volby a dochází k dosídlování obce československým obyvatelstvem z vnitrozemí. Původní německé obyvatelstvo bylo odsunuto do Rakouska a Německa (Lipno.cz, 2010-2011). Za zajímavost, která se váže k obci, patří, že roku 1586 zde nechal vybudovat pivovar proslulý stavitel jihočeských rybníků Jakub Krčín, čímž vytvořil jednu z dominant obce. Výroba piva byla ukončena po druhé světové válce, poté se zde vyráběly ovocné šťávy a limonády. V 90. letech byla činnost postupně rušena a nakonec zastavena úplně. Roku 2006 došlo k devastaci objektu, jelikož zde propukl požár (Kronika obce, 2015).

25

#### 4.1 Cestovní ruch v oblasti Černá v Pošumaví

V literární rešerši byl cestovního ruchu vymezen teoreticky, v této části práce bude zanalyzován prakticky.

##### Černá v Pošumaví a cestovní ruch

V současné době je tato oblast oblíbenou a turisty navštěvovanou destinací. Černá

v Pošumaví tomu vděčí hlavně díky své poloze u lipenského jezera. Nachází se

v největší šířce vodní nádrže (7 km), a proto je ideálním a oblíbeným místem pro

vyznavače vodních sportů (Lipno.cz, 2010-2011). Lipno je nejkvalitnějším jachtařským

jezerem v České republice, a proto láká příznivce jachtingu, windsurfingu a kiteboardingu. Byly zde i pořádány vrcholné akce typu Mistrovství světa či Evropy

v jachtingu. Vodní plocha je vhodná i pro rybaření, chytat se tu dají prakticky všechny

druhy ryb. V okolí celého jezera naleznete velký počet pláží vhodných pro slunění

a koupání. Další vyžití návštěvníci mohou nalézt v pěší turistice. Oblastí prochází síť

značených turistických stezek a chodníků, která spojuje obce a turistické atrakce

regionu. Pro milovníky cykloturistiky je již od roku 1993 připraven neustále se

doplňující systém navzájem propojených a značených cyklotras. Ty jsou celkem na šesti

hraničních přechodech propojeny na sousední rakouské trasy. Ve vnitrozemí se dá

pokračovat po cyklotrasách do sousedních regionů (Černá v Pošumaví, 2010-2015).

Informační služby

Návštěvníci Černé v Pošumaví mohou nalézt potřebné informace v informačním centru, které je spravováno obecním úřadem. Nachází se na strategickém místě, konkrétně na křižovatce hlavních cest, které obcí prochází. Pro veřejnost je otevřeno od pondělí do pátku, ale to platí pouze pro hlavní letní sezonu. Otevírací doba po zbytek roku je proměnlivá, je tedy třeba sledovat oficiální stránky informačního centra. Mimo to jsou informace dostupné také na infolince jakýkoliv den. Turistům jsou poskytovány služby ve formě informací o budoucích akcích, rezervací a prodeji vstupenek, přístupem k internetu, ale i prodejem pohlednic, map, suvenýrů a různých doplňků. V informačním centru se nachází i dětský koutek, který uvítají rodiče s dětmi.

26

Dopravní infrastruktura

Možnost dopravy do Černé v Pošumaví je dána klasickými dopravními prostředky -

vlakem, autobusem a automobilem. U vlakového spojení panuje taková menší zvláštnost.

Vlaková zastávka se sice jmenuje Černá v Pošumaví, ale nachází se v obci Hůrka.

Tato obec katastrálně spadá pod Horní Planou a od obce Černá v Pošumaví leží

cca 2 km. Potenciální návštěvníci destinace musí případně absolvovat pěší túru po hrázi,

která vede přes lipenské jezero, než se dostanou do cílové destinace. Vlaky jezdí na

trase České Budějovice - Černý Kříž, a projedou zde 7x denně.

Doprava autobusem už je podstatně jednodušší, jelikož autobusová zastávka se

nachází v samotné obci. Jezdí zde linkové autobusy na trasách Český Krumlov-Horní

Planá, Černá v Pošumaví-Frymburk. Jako doplněk k běžným linkovým spojům funguje

v letní a zimní sezóně cyklobus resp. skibus. Každou neděli je možnost vypravit se

v 10:00 z Prahy a dorazit přímo do Černé v Pošumaví. Funguje to i naopak, autobus

odsud odjíždí směr Praha v 15:20. Všechny potřebné informace o vlakových a autobusových spojeních jsou k nalezení na webových stránkách [jizdnirady.idnes.cz](http://jizdnirady.idnes.cz).

Nejideálnějším způsobem dopravy do této oblasti je osobní automobil. Síť silnic je

na poměrně dobré úrovni, řada cest prošla rekonstrukcí. To vede k možnosti rychlé

dopravy v oblasti, či při návštěvě jiných atraktivit v okolí. Dojezdová vzdálenost do

jiných obcí či měst: České Budějovice 45 km, Český Krumlov 21 km, Horní Planá

8 km, Lipno nad Vltavou 19 km.

Sportovně-rekreační zařízení

Sportovně-rekreační služby jsou právě ty služby, které vedou turisty do této

destinace. Je to dáno především několikrát zmíněnou lipenskou přehradou a její okolní

krajinou. Turisté mají možnost využít služeb půjčovny sportovních potřeb nebo

půjčovny kol, rybářských loděk a šlapadel. Dále mohou navštívit školu windsurfingu, plachtění či stále populárnějšího kiteboardingu. Pro nadšence rybolovu je zde prodejna rybářských potřeb a povolenek nezbytných k chytání na jezeře. Méně zdatní, nebo ojedinělí rybáři mohou chytat na soukromých rybnících, kde není třeba rybářského lístku ani povolenky. Fanoušci akce a napětí zajisté najdou zalíbení v paintball adventure parku. Fyzické síly otestují a dávku adrenalinu zažijí návštěvníci lanového centra. A v neposlední řadě, jak nalézt sportovní vyžití, je možnost využití

27

multifunkčního sportovního hřiště, kde se dá hrát fotbal, tenis, nohejbal, házená anebo volejbal.

Kulturně-společenské zařízení

Zkoumaná oblast není příliš velká a navíc se zde nenachází významné kulturní

stavby, tudíž poskytování kulturně-společenských služeb nehraje takovou roli, i přesto

tu má své zastoupení. Nejvýznamnější a hlavní dominantou obce je novorománský

kostel Neposkvrněného početí Panny Marie. V kostele se pořádají pravidelné mše

a v předvánoční čas i koncerty.

První digitalizované letní kino v České republice se nachází právě v Černé v Pošumaví. Promítá se celý červenec a srpen, má několik set krytých míst, takže ani

špatné počasí nezabrání vychutnat si nevšední filmový zážitek. V areálu letního kina se

již po několik let koná i hudební festival. Na jedné z písečných pláží je v letních

měsících otevřený koktejlový bar, kde se pořádají hudební nebo filmové večery,

barmanské show a soutěže v míchání nápojů. Masopustní průvod, stavění a kácení máje,

slavnosti obce jsou kulturní události a tradice, které jsou pořádány pro širokou veřejnost

a mohou přilákat potenciální turisty.

Stravovací zařízení

Tyto služby jsou ve zkoumané oblasti poskytovány různými provozovny a mají

úzký vztah se službami ubytovacími.

Ubytovací zařízení

Úloha ubytovacích služeb v Černé v Pošumaví je nepopíratelná a v podstatě celá

bakalářská práce je o nich a podnicích, které je poskytují. Podniky ubytovacích služeb

byly již definovány v přehledu řešené problematiky. Cestovní ruch v této oblasti na nich

stojí a může za to, že tato oblast je nějakým způsobem navštěvována. Díky tomu zde

byla vystavěna hromadná ubytovací zařízení, která jsou schopna uspokojit potřeby

zákazníků.

V oblasti Černé v Pošumaví je provozováno 26 hromadných ubytovacích zařízení.

Data jsou vedena Českým statistickým úřadem k 30. 3. 2015 (ČSÚ, 2015).

Přehled

hromadných ubytovacích zařízení je zobrazen v tabulce č. 1.

28

Tabulka 1: Přehled ubytovacích zařízení v oblasti Černá v Pošumaví

Kategorie ubytovacích zařízení Počet ubytovacích zařízení

Hotel \*\*\*\* 1

Hotel \*\*\* 3

Penzion 10

Kemp 4

Chatová osada 1

Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná 7

Celkem 26

Zdroj: Vlastní zpracování podle ČSÚ

Pro další charakteristiku byly vybrány všechny hotely v oblasti. Dále budou charakterizovány některé z penzionů, konkrétně ty, kde bylo prováděno dotazníkové

šetření.

Hotel Relax

Tento 4 hvězdičkový hotel nabízí komfortní ubytování ve 30 pokojích a ve 2 apartmánech. Všechny pokoje jsou dvoulůžkové. 14 pokojů má balkon s výhledem na

jezero. Jeden z pokojů je uzpůsoben pro bezbariérový přístup. Zákazníci mohou

očekávat kompletní služby, profesionální přístup a přátelskou atmosféru.

Hotel nabízí

romantické, aktivní a relaxační pobyty. Je schopen zajistit firemní akce na „na míru“,

školení, semináře, rauty, svatby a rodinné oslavy. K dispozici je restaurace s letní

terasou, půjčovna sportovních potřeb, hotelová pláž. Venkovní dětské hřiště a parkoviště. Hotel Relax je ideálním místem pro skupinové, tak i pro individuální

pobyty (Hotel Relax, 2013).

Hotel Racek

Hotel Racek se nachází na břehu lipenského jezera. V roce 2009 zde proběhla částečná rekonstrukce a renovace ubytovacího a stravovacího provozu.

Širokým

spektrém poskytovaných služeb je předurčený k relaxaci, tak i strávení aktivní

dovolené. Ubytování je nabízeno ve 22 pokojích. 7 dvoulůžkových a 15 dvoulůžkových

s možností přistýlky. Všechny pokoje jsou vybaveny vlastním sociálním zařízením se

sprchovým koutem, vysoušečem vlasů, minibarem, připojením na internet a s

možností využití TV. Pro hotelové hosty je připraven wellness program v podobě sauny, vířivých

29

koupelei a posilovny. Přímo před hotelem se nachází dětský koutek s pískovištěm

a multifunkční sportovní hřiště (Hotel Racek, 2009-2015).

Hotel Jestřábí

Hotel Jestřábí je hotelový komplex přímo na břehu lipenské přehrady. Ve svém

areálu nabízí 53 pokojů, každý z nich je vybaven vlastní sprchou a sociálním zařízením.

Hotel má vlastní pláž, dětské hřiště, půjčovnu jízdních kol, lodiček a šlapadel.

V hotelovém komplexu se též nachází restaurace se salonkem a v letních měsících je

pro hosty připravena terasa s výhledem na jezero. Hotel je ideálním místem pro skupinové pobyty školení, semináře, ale i pro individuální turistiku a pro pobyty rodin s dětmi. Hosté mohou svůj volný čas trávit aktivně, poznáváním nebo relaxací (Hotel Jestřábí, 2012).

#### Hotel Swing

V osadě Radslav, 3 km od Černé v Pošumaví, se nachází hotel Swing. Je umístěn asi 200 m od lípenského jezera v klidném prostředí. Hotel disponuje kapacitou 40 pokojů s 92 lůžky. Všechny pokoje jsou vybaveny vlastním sociálním zařízením. 12 pokojů disponuje balkonem s výhledem do zahrady a na jezero. V budově se nachází restaurace pro 50 a 70 hostů. Na zahradě hotelu je terasa, na níž je možné v letních měsících grilovat. V hotelu se dají pořádat semináře, školení, soustředění apod. Maximální kapacita pro tyto akce je 60 osob. Pro menší akce je k dispozici menší místnost pro maximálně 12 lidí. Hotel je dále vybaven saunou, posilovnou, venkovním bazénem, hydromasážním bazénem (Hotel Swing, 2014).

#### Penzion Sen

Rodinný penzion se řadí k nejnovějším ubytovacím zařízením v Černé v Pošumaví, jelikož své služby nabízí hostům teprve od roku 2010. Penzion nabízí ubytování v 8 pokojích s celkovou kapacitou 28 lidí. Na výběr jsou dvou, tří, čtyři a pětilůžkové pokoje s vlastní koupelnou a wc. Každý pokoj je vybaven LCD televizí, lednicí, varnou konvicí a bezdrátovým wifi připojením. V nabídce penzionu nechybí dva rodinné apartmány s kuchyňským koutem. Součástí penzionu je restaurace, která disponuje 26 místy uvnitř s posezením u krbu a 45 místy v zasklené terase s výhledem na okolí. V letních měsících je k dispozici také venkovní terasa a dětský koutek s houpačkami, skluzavkou a trampolínou. Parkování před penzionem je zabezpečeno kamerovým systémem (Penzion Sen, 2010).

30

#### Wizard's club Lipno

Penzion Wizard se nachází na břehu Lipna a nabízí ubytování po celý rok.

#### Kapacita

ubytovacího zařízení je 28 lůžek, které jsou rozděleny do dvou, tří a čtyřlůžkových pokojů, umístěných ve dvou podlažích. Všechny pokoje mají své vlastní sociální zařízení a bezdrátové wifi připojení. V penzionu je také nově k dispozici čtyřlůžkový apartmán, který je rozdělen do dvou pokojů. Jeden z nich je vybaven kuchyňskou linkou. Součástí zařízení je i prostorná travnatá zahrada se vzrostlými stromy, kterou lze využít k odpočinku, zábavě i sportovnímu vyžití, k dispozici je také bazén. Zahrada slouží pouze pro ubytované hosty (Wizard's club, 2014).

31

5 Výsledky

5.1 Výzkum spokojenosti návštěvníků

Otázka č. 1: Jste ubytován/a v?

Graf 1: Typ ubytovacího zařízení

Zdroj: vlastní šetření

Více než polovina dotazovaných, konkrétně 55 %, bydlela v ubytovacím zařízení

typu hotel. Penzion pro své ubytování využilo 27 % respondentů. Kemp, jakožto

ubytování typické hlavně pro teplejší měsíce v kalendářním roce, uvedlo 15 % účastníků cestovního ruchu. Z grafu je zřejmé, že dotazování využili nejméně

ubytování v soukromí.

Otázka č. 2: Jaký byl Váš motiv při výběru daného ubytovacího zařízení?

Graf 2: Motiv výběru ubytovacího zařízení

Zdroj: vlastní šetření

27%

55%

3% 15%

0%

penzion

hotel

soukromí

kemp

jiné

23%

23%

24%

6%

24%

cena

lokalizace

předcházející

pozitivní zkušenost

dobré jméno (image

ubytovacího

zařízení)

jiný

32

Tato otázka byla položena za účelem tak, aby bylo zjištěno, jaký byl motiv pro výběr

konkrétního ubytovacího zařízení, které ubytování uvedli v předchozí otázce. Motiv

v podobě předcházející pozitivní zkušenosti byl zvolen 24 % lidí. Svědčí o tom, že

zákazníci již v minulosti dané ubytovací zařízení navštívili, byli nějakým způsobem

spokojeni a to rozhodlo pro opětovné využití. Shodným počtem lidí byla volena

možnost „jiný“, což je celkem překvapivé. 24 % ubytovaných nejspíš nebylo schopno

definovat skutečný motiv, který byl pro ně rozhodujícím faktorem, při výběru jejich

ubytovacího zařízení. Cena ubytování přesvědčila k výběru celkem 23 % lidí, stejně tak

jako lokalizace.

Otázka č. 3: Jaký je Váš účel pobytu?

Graf 3: Účel pobytu

Zdroj: vlastní šetření

Není žádné překvapení, že celkem 65% dotazovaných uvedlo rekreaci jako svůj účel

cesty. Je to dáno především přírodními podmínkami, ve kterých se lokalita Černá

v Pošumaví nachází, hlavně tedy přítomností Lipenské přehrady, které je pro rekreaci

ideálním místem. 14% lidí odpovědělo na otázku, že za jejich pobytem je zábava. Ta je

především spojena s koncerty a festivaly, které jsou zde v letních měsících pořádány.

Jen malá část dotazovaných přijíždí do dané lokality za účelem služební cesty nebo za

návštěvou svých přátel.

14%

9%

65%

7%

0% 5% zábava

služební cesta

rekreace

návštěva přátel

zdravotní

jiný

33

Otázka č. 4: Jaká je délka Vašeho pobytu?

Graf 4: Délka pobytu

Zdroj: vlastní šetření

Z grafického znázornění vyplývá, že účastníci cestovního ruchu nejvíce pobývají

v destinaci po 3-7 nocí. Konkrétně to je 70% všech dotazovaných. Zajisté to souvisí

s předchozí otázkou, kde bylo zjištěno, že nejvíce lidí přijíždí do destinace kvůli

rekreaci. Přenocování na 1-2 noci mohlo být voleno lidmi, kteří zde byli za zábavou, či

na služební cestě.

Otázka č. 5: Jak hodnotíte úroveň poskytovaných ubytovacích služeb?

(1 = nejlepší, 5 = nejhorší)

Graf 5: Hodnocení úrovně ubytovacích služeb

Zdroj: vlastní šetření

4%

12%

70%

9%

5% bez přenocování

1-2 nocí

3-7 nocí

8-14 nocí

déle

34

V této otázce byla zkoumána úroveň poskytovaných ubytovacích služeb, kdy dotazovaní měli hodnotit, podle známkové stupnice jako ve škole,

konkrétně personál,

hygienu, recepční služby, vybavenost pokoje a atmosféru. Nejlepší hodnocení obdržely

personál a hygiena, kde se respondenti omezili přibližně v 90 % na lepší známky

(1 a 2). Nejlepší známka 1 byla udělena ve více než polovině hodnocení - personál

66 %, hygiena 63 %. To svědčí o velké spokojenosti s těmito službami. Další služby

nebyly také hodnoceny špatně, ale v některých hodnoceních se objevila nejhorší známka, tedy 5. U recepčních služeb se objevila v 8 % hodnocení a u atmosféry

1 %. Tato skutečnost může u recepčních služeb odrážet nepatřičné chování poskytovatele služeb. U celkové atmosféry to může být dáno tím, že se vyskytl určitý

rušivý element, který vedl k takovému hodnocení.

Otázka č. 6: Myslíte si, že ceny za poskytované služby odpovídají jejich kvalitě?

Graf 6: Kvalita služeb odpovídá poskytnuté ceně

Zdroj: vlastní šetření

Služby poskytnuté během pobytu účastníků cestovního ruchu byly v 81 % hodnoceny tak, že cena nastavená poskytovateli služeb koresponduje s jejich

kvalitou. Naproti tomu 19 % dotazovaných má opačný názor a vidí určitý nesoulad ve

výši ceny a kvalitě služeb, která jim byla za jejich peníze poskytnuta.

81%

19%

ano ne

35

Otázka č. 7: Ohodnoťte spokojenost s doplňkovými službami.

(1 = nejlepší, 5 = nejhorší, daná doplňková služba není nabízena)

Tabulka 2: Spokojenost s doplňkovými službami

1 2 3 4 5 nenabízí

wellness 8 % 8 % 4 % 80 %

sauna 14 % 9 % 4 % 7 % 66 %

fitness centrum 5 % 8 % 6 % 6 % 9 % 66 %

bazén 100 %

půjčovna kol 10 % 5 % 9 % 3 % 73 %

půjčovna jiného

sportovního nářadí

16 % 7 % 21 % 5 % 51 %

animační služby 100 %

dětský koutek 24 % 6 % 8 % 6 % 8 % 48 %

směnárenské služby 5 % 9 % 2 % 84 %

wi-fi 52 % 29 % 5 % 12 % 2 %

parkoviště, garáže 55 % 22 % 17 % 6 %

cena/kvalita

doplňkových služeb

29 % 28 % 29 % 7 % 7 %

Zdroj: vlastní šetření

Z uvedené tabulky vyplývá, že ve většině případů vyjmenované doplňkové služby

nebyly účastníkům cestovního ruchu vůbec nabízeny. Nejvíce kladných hodnocení

obdržely wi-fi a parkoviště, kde více než polovina lidí hodnotila nejlepší známkou

jedna. Díky dotazníkovému šetření bylo také zjištěno, že lidé nejspíše nemají ponětí, co

jsou animační služby. Vycházím z toho, že všichni respondenti odpověděli tak, že

ubytovací zařízení žádné animační služby nenabízí, i když se určitě s nějakým druhem

těchto služeb setkali. Ve většině zkoumaných ubytovacích zařízení jsou tyto služby

nabízeny.



Otázka č. 8: Jsou nějaké služby, které postrádáte? (pokud ano, které?)

Zdroj: vlastní šetření

U této otázky měli respondenti možnost vyjádřit svůj názor, zda existuje nějaká

služba, která jim při pobytu chyběla, a mohli ji konkrétně pojmenovat. Ve dvou

třetinách se vyjádřili tak, že jim žádná služba ke spokojenosti nechyběla.

Zbylá třetina

již nějakou službu postrádala, ale ne zcela všichni uvedli, kterou konkrétní službu

postrádali. Mezi konkrétními požadavky se objevily informační tabule o akcích v okolí,

počasí; odpočinková místnost pro hosty (po lyžování); směnárna, půjčovna aut, sušárna

(boty, lyže). Nejčastější požadavky byly na saunu, masáže, bazén a wellness.

Otázka č. 9: Ideální nabídka pokrmů v ubytovacím zařízení by měla obsahovat?

(Zaškrtněte, zda máte o dané služby zájem a zda Vám tyto služby byly poskytnuty.)

Tabulka 3: Nabídka pokrmů

Zdroj: vlastní šetření

zájem poskytnuto

česká kuchyně 51 % 88 %

vegetariánská kuchyně 35 % 26 %

dětská jídla 35 % 69 %

zdravá výživa 39 % 25 %

rychlé stravování 38 % 27 %

rybí speciality 61 % 42 %

regionální speciality 38 % 25 %

jiné 20 % 11 %

35%

65%

ano

ne

Graf 7: Postrádání některých služeb

37

Stravovací služby jsou úzce spjaty se službami ubytovacími. Účelem otázky bylo

zjistit, s jakými pokrmy se ubytování setkali, a zda jsou nějaké pokrmy, které jim chybí

a mají o ně zájem. Nejčastěji byla respondentům poskytnuta česká kuchyně.

U vegetariánské kuchyně, zdravé výživy, rychlého stravování a regionálních specialit

převažuje procentuální zastoupení u možností „zájem“ nad možností „poskytnuto“.

Znamená to, že o dané pokrmy byl zájem, ale jen v některých případech byla poptávka

uspokojena. U možnosti rybích specialit se tato situace projevila nejvíce, kde 61 % lidí

mělo o tyto pokrmy zájem, a v 42 % byly rybí speciality poskytnuty.

Otázka č. 10: Ideální nabídka nápojů v ubytovacím zařízení by měla obsahovat?

(Zaškrtněte, zda máte o dané služby zájem a zda Vám tyto služby byly poskytnuty.)

Tabulka 4: Nabídka nápojů

Zdroj: vlastní šetření

Tato otázka se týká nápojů a byla položena obdobně jako předchozí otázka o pokrmech. U všech možností, až na jednu, byla poptávka pokryta. Jediná možnost,

kde to bylo naopak, se týkala koktejlů. Rovných 41 % dotazovaných mělo o koktejly

zájem, avšak jen v 18 % jim bylo vyhověno.

zájem poskytnuto

nealkoholické nápoje 71 % 90 %

pivo 78 % 93 %

vína (bílá, červená, šumivá) 75 % 88 %

destiláty 38 % 74 %

koktejly 41 % 18 %

teplé nápoje 67 % 89 %

38

Otázka č. 11: Jak hodnotíte celkový dojem z pobytu? (1=nejlepší, 5=nejhorší)

Graf 8: Celkový dojem z pobytu

Zdroj: vlastní šetření

Celkový dojem z ubytovacích zařízení v oblasti Černá v Pošumaví vyzněl víc než

pozitivně. Znamka 1 (nejlepší) a 2 byla udělena v 79 % všech hodnocení.

Nejhorší

znamka 5 nebyla udělena ani v jednom případě, avšak známka 4 se objevila v 10 % případů. Svědčí to o veliké nespokojenosti zákazníků s celkovým pobytem. Toto

hodnocení může souviset jedním určitým zařízením, kde poskytované služby nebyly na

úrovni, která byla požadována, a proto celkový dojem nebyl vůbec dobrý.

Otázka č. 12: Jaké je Vaše pohlaví?

Graf 9: Pohlaví návštěvníků

Zdroj: vlastní šetření

Na grafickém znázornění můžeme vidět, že počet respondentů z ženského a pánského pohlaví byl přibližně stejný.

39%

40%

11%

10% 1

2

3

4

5

48%

52%

muž

žena

39

Otázka č. 13: Váš věk?

Graf 10: Věkové rozložení

Zdroj: vlastní šetření

Věkové skupiny účastníků cestovního 18-30 let a 31-40 let byly ty, které měly

největší zastoupení v ubytovacích zařízeních v Černé v Pošumaví. Obě shodně po 31 %.

Nejmenší počet ubytovaných byl u věkové skupiny nad 65 let, avšak tam to může být

dáno tím, že tato část populace sama o sobě již moc necestuje.

Otázka č. 14: Jaká je dojezdová vzdálenost od Vašeho bydliště do místa ubytování?

Graf 11: Dojezdová vzdálenost

Zdroj: vlastní šetření

Lidé do Černé v Pošumaví zajisté jezdí ze všech koutů republiky. Možnosti dojezdových vzdáleností byly nastaveny do čtyř kategorií. Největší zastoupení měla

8%

31%  
31%  
18%  
8%  
4%  
méně než 18  
let  
18 - 30 let  
31 - 40 let  
41 - 54 let  
55 - 65 let  
nad 65 let

33%  
46%  
11%  
10%  
do 70 km  
do 250 km  
do 350 km  
do 500 km

40  
kategorie 250 km. Tato kategorie byla nastavena na vzdálenost, kde byla jako nejvzdálenější bod nastavena Praha a střední Čechy. Z této vzdálenosti přijelo celkem 46 % všech ubytovaných. Druhé největší zastoupení bylo u kategorie do 70 km, vzdálenost zvolena na oblast českobudějovicka.

## 5.2 Řízené rozhovory

První řízený rozhovor probíhal se zástupcem Hotelu Racek panem Mgr. Najbrtem, který poskytnul informace ze strany ubytovacího zařízení.

### 1. Jak vidíte cestovní ruch v této oblasti?

Lidé přijíždějící do naší oblasti mají neustále více možností, jak využít svůj volný

čas. Hlavní dominantou samozřejmě stále zůstává lipenské jezero a s ním spojená

rekreace a sporty. Stále více lidí sem jezdí kvůli cykloturistice. A v neposlední řadě jsou

to i atraktivity v blízkém okolí, jako například stezka v korunách stromů v Lipně nad

Vltavou, které mají vliv na návštěvnost a ubytovanou u nás.

### 2. Jak dlouho provozujete Váš hotel (co Vás k tomu vedlo)?

Hotel Racek provozujeme asi nějakých 5 let a vedlo nás k tomu to, že v cestovním

ruchu již podnikáme a máme s ním zkušenosti. V Českém Krumlově máme dvě restaurace - Maštal a Šatlava. Když se naskytla možnost, abychom hotel provozovali,

tak jsme neváhali. Z našeho pohledu to byl vhodný podnikatelský záměr.

Podle nás má

hotel velký potenciál, jelikož se nachází na klidném místě v blízkosti Lipna.

### 3. Máte nějaké další plány pro Váš rozvoj?

Plány samozřejmě máme a chceme náš hotel neustále rozvíjet. Jedním z plánů je

výstavba celého nového patra, pro zvýšení celkové kapacity hotelu. Na toto již existuje

projektová dokumentace. Dále bychom chtěli renovovat chatky, které jsou kousek od

hotelu a jsou využívány v létě. Zcela nově bychom chtěli vybudovat sruby, které by byli

také součástí hotelového komplexu, tady také již existuje projektová dokumentace.

4. Vidím, že plány máte opravdu veliké. Váš hotel je v kategorii \*\*\*, když máte

takovéto plány, přemýšlíte, že byste povýšili o kategorii výš?

Budeme se snažit realizovat naše projekty a úpravy v hotelu tak, abychom splňovali

podmínky pro zařazení do kategorie \*\*\*\*. V plánu to máme.

41

5. Lidé se v dotaznících vyjádřili, že v této oblasti postrádají bazén, co si o tom

myslíte?

Krytý bazén vidím jako věc, která by zde našla své uplatnění. V zimních měsících by

vytíženost byla jistě velká. Co se týče léta, tak ne zcela vždy je pěkné počasí, takže

i v tuto dobu by byl využit.

6. Jaký segment zákazníků k Vám jezdí?

Zjednodušeně by se dalo říci, že v podstatě každý. Geograficky k nám jezdí z celé

České republiky, ale i z Rakouska, Německa či Nizozemska. Jinak nejvíce to jsou

rodiny s dětmi a mladí lidé. V posledních letech jsme navázali spolupráci s některými

školami, takže k nám jezdí na lyžařské kurzy či školní výlety. Dále náš hotel využívají

různé sportovní oddíly, které zde mají soustředění. Letos poprvé k nám zavítali i turisté

z Jižní Korey. K tomu jsme se dostali tak, že jsme se domluvili s cestovní kanceláří,

kteřá pro ně dělá různé výlety. U nás vždy přenocují a druhý den pokračují směr Český

Krumlov nebo do zahraničí.

7. Jak je to s vytížeností hotelu?

Nejvíce vytížení jsme samozřejmě v létě, kdy bývá naše kapacita zcela zaplněna.

V posledních letech se situace zlepšila i v zimních měsících, hlavně díky lyžování

a sportovním soustředěním. Horší je to v tzv. „hluchých“ měsících, jako jsou březen

a duben. To je náš provoz omezen. V tuto dobu aspoň využíváme naše kuchyňské

prostory pro přípravu polotovarů pro naše restaurace v Českém Krumlově.

8. Existuje spolupráce mezi Vámi a obcí Černá v Pošumaví anebo jinými místními podnikateli?

Spolupráce s obcí funguje tak, že nám sváží komunální odpad a uklízí příjezdovou

kommunikaci. My naopak obci poskytujeme prostory pro konání různých kulturních akcí

pro místní občany. Takže bych řekl, že naše spolupráce je na nějaké základní úrovni, ale

funguje velmi dobře. S místními podnikateli nespolupracujeme vůbec.

9. Měl byste zájem o zařazení do místní klasifikace ubytovacích zařízení, kdyby

byla vytvořena?

Byl by to jistě zajímavý nápad, takže ano, měli bychom zájem.

Svůj pohled na celkovou situaci cestovního ruchu v oblasti poskytla paní starostka

obce Černá v Pošumaví Irena Pekárková.

1. Co přináší cestovní ruch obci Černá v Pošumaví?

Přínos cestovního ruchu pro naši obec je obrovský, jelikož poplatky které nám

přináší, jsou nezanedbatelnou položkou v našem rozpočtu. Za rok 2014 byly příjmy

z cestovního ruchu více než 1 milion Kč. Ve srovnání s obcí Hořice na Šumavě, kde

počet obyvatel je přibližně stejný, tak náš rozpočet je i díky tomu o 10 milionů Kč

vyšší. A také nesmíme zapomenout, že místním lidem poskytuje pracovní příležitosti.

2. Jaké jsou výdaje na udržitelnost cestovního ruchu v Černé v Pošumaví?

Konkrétní suma či nějaký limit v rozpočtu není. Obec se samozřejmě snaží podporovat lidi, kteří mají zájem něco udělat pro turisty i místní

obyvatelstvo. Zájemci

mohou požádat o finanční příspěvek a na obecním zastupitelstvu se rozhodne, zda

budou peníze poskytnuty. Zde už nějaký limit existuje, částka 200 000 Kč už by asi

zastupitelstvem neprošla.

3. Existuje z Vaše pohledu nějaká další možnost rozvoje cestovního ruchu v obci?

Samozřejmě, že existuje. Můj názor je, že nám tady chybí „věc“ v době, kdy není

pěkné počasí. Když je hezky, tak kempy jsou plné, ale stačí, aby 3 dny přišlo, a turisté

tu nejsou. Mělo by se zrealizovat něco, co by lidi zabavilo i v tomto období. Další

možnost rozvoje vidím ve vybudování nových cyklostezek, které by mohli přilákat více

lidí v mezisezóně. Některé plány existují, ale bude to ještě běh na dlouhou trať. Největší

problém bude s nalezením ideální trasy a s výkupem pozemků pro realizaci takového

projektu.

4. Spolupracujete nějakým způsobem s místními podnikateli?

S některými podnikateli vzniká vlastně spolupráce už tehdy, když jim pronajímáme

kempy. Dále jak už jsem řekla, jsme schopni přispět určitým dílem k uspořádání

kulturní či nějaké jiné akce. Za největší spolupráci by se dala považovat činnost našeho

informačního centra s některými podnikateli. Ti mají možnost se v našem centru

propagovat a i nabízet volná ubytovací místa. Ale nějaký náš jednotný ubytovací systém

nemáme.

5. Jak vidíte současný stav ubytovacích zařízení?

Podle mého názoru v naší lokalitě chybí něco luxusnějšího - dražšího, i když je

pravda, že v Dolní Vltavici je Hotel Relax, který určitě patří k tomu lepšímu, co tady

43

máme. Jinak kapacita je myslím si dostačující. Vše samozřejmě závisí na počasí. Když

je hezky, tak není možné sehnat volné místo, a naopak.

6. Vidíte nějaký konkrétní problém v poskytování služeb?

Myslím si, že stále neumíme prodat svůj potenciál. Druhá věc je ochota a přístup

k zákazníkům. Kontakt s lidmi je strašně důležitý a ne vždy se můžeme setkat s vlídným zacházením. To může lidi odradit a uškodit danému podniku.  
7. Myslíte si, že by bylo přínosem vytvoření místní klasifikace ubytovacích zařízení?

Naše obec se nebrání žádným návrhům a zlepšením a určitý potenciál na zlepšení bych v tom viděla.

#### 5.3 Syntéza zjištěných údajů

Cestovní ruch v oblasti Černá v Pošumaví je v podstatě závislý na přírodních atraktivitách. Konkrétně největší atraktivitou je bezpochyby jezero Lipno, kolem kterého se vše točí. Nabízí širokou škálu sportovní aktivit, které se zde dají vykonávat, anebo pouze pasivně odpočívat. Ostatně jak vyplynulo z dotazníkového šetření, tak nejčastějším účelem cesty lidí byla právě rekreace. Neustále se v této oblasti rozvíjí cykloturistika, jak potvrdil pan Mgr. Najbrt. Paní starostka v této oblasti vidí potenciál a myslí si, že mimo hlavní letní sezónu je to možnost, jak sem přilákat lidi. Prozradila, že i do budoucna existují plány na rozšíření a výstavbu nových cyklostezek v této oblasti. Měla by to být další věc na podporu cestovního ruchu a naplnění ubytovacích kapacit mimo hlavní sezónu.

Právě na otázku kvality služeb v ubytovacích zařízeních bylo dotazníkové šetření

situováno. Jeho pomocí a vlastním pozorováním bylo zjištěno, že úroveň ubytovacích služeb byla poskytována na velmi vysoké úrovni a jejich cena odpovídala jejich kvalitě.

Samozřejmě se objevilo i špatné hodnocení, ale to bude souviset s jedním konkrétním

zařízením, které má špatnou pověst, jak také potvrdila paní starostka.

S ubytovacími službami souvisí i služby stravovací. V dotazníkovém šetření bylo

zjištěno, že lidem byla nejčastěji poskytnuta česká kuchyně. Dále se vyjádřili, že mají

zájem o zdravou výživu a rybí speciality. U těchto položek převažoval zájem o poskytnutí služby nad její realizací.

44

Dotazníkový průzkum byl také zaměřen na spokojenost zákazníků s doplňkovými službami v zařízení. Jeho výsledkem a pozorováním bylo zjištěno, že většina doplňkových služeb není vůbec nabízena. Přitom právě doplňkové služby mohou být

faktorem, jak se odlišit od konkurence a signálem pro potenciální zákazníky. Z toho

zjištěného faktu vznikly podněty k návrhům na zlepšení situace.

#### 5.4 Návrhy

Z dotazníkového šetření, řízených rozhovorů a vlastního průzkumu bylo zjištěno

několik věcí, které by se daly vylepšit či zcela nově vytvořit, aby sloužili ku prospěchu

účastníků cestovního ruchu, ale i místních obyvatel.

Krytý bazén

Na základě vyjádření se respondentů v dotaznících a následné diskuzi v řízených

rozhovorech vyplynul jako jeden z možných plánů k realizaci vybudování krytého bazénu.

Černá v Pošumaví se nachází přímo u Lipenského jezera a to je bezpochyby největší

atraktivita, kterou může tato oblast nabídnout. Účastníci cestovního ruchu sem přijíždějí

hlavně kvůli rekreaci. Ovšem tato vodní plocha a její okolí přináší velké množství

sportovního a jiného vyžití. Návštěvnost ubytovacích zařízení a celé oblasti je silně

ovlivněna příznivým počasím. Nastane-li opak, lidé se vytráčí anebo nepřijedou vůbec.

Proto je potřeba věc, která by v nastalé situaci uspokojovala potřeby lidí. V dojezdové vzdálenosti 20 km se nacházejí asi 3 kryté bazény, což by mohlo tuto

situaci vyřešit. Ze strany poskytovatelů těchto služeb je tedy zapotřebí větší propagace

svých objektů, aby se dostali do podvědomí turistů z oblasti Černá v Pošumaví

a přilákali je. S tím však souvisí problém s mobilitou lidí, kteří sem nepřijeli vlastním

automobilem. Doprava veřejnou hromadnou dopravou do těchto míst není zcela ideální.

Ale jak už se lidé vyjádřili v dotaznících, právě krytý bazén byl jednou z věcí, kterou

v této destinaci postrádali. Tudiž lidé nemají zájem cestovat jinam a pro větší

spokojenost a pohodlí si dokážou představit bazén právě v této destinaci. Řešením této

situace by měla být jeho výstavba. Při řízeném rozhovoru se zástupce Hotelu Racek

vyjádřil, že se mu nápad zamlouvá, a dokáže si jeho realizaci představit. Bazén by byl

45

primárně určen pro hosty z hotelu, ale v případě neobsazenosti by byl přístupný

místnímu obyvatelstvu, široké veřejnosti a hostům z jiných ubytovacích zařízení.

Bazén by se měl nacházet ve skladových prostorách hotelu, kde se dříve skladovala

paliva pro vytápění hotelu, a měl by mít rozměry 13 m x 5 m x 1,4 m.

Realizace by

probíhala tak, že by se nejdříve museli zlikvidovat stávající prostory, kde by měl být

bazén umístěn. Dále by na řadu přišly výkopové práce, vyztužení základů hotelu

a samotné vybudování bazénu. S tím souvisí zavedení technologií na vytápění a klimatizování bazénových prostor. V neposlední řadě je to výstavba šaten, sprch

a toalet.

Kalkulace na výstavbu byla konzultována s lidmi, kteří pracují ve stavebnictví.

Rozpočet na realizaci projektu:

- stavební dozor: 24 000 Kč

- likvidace stávajících prostor, výkopové práce, odvoz materiálu: 175 500 Kč

- základová deska: 112 000 Kč

- bazén s izolací a technologií na čištění 13 m x 5 m x 1,4 m: 775 500 Kč

- ostatní stavební práce (dlažba, obklady, okna, obklady, zednické práce):

- 64 740 Kč + 26 940 Kč + 191 302 Kč + 364 000 Kč = 646 982 Kč

- vybavení bazénu (lehátka, lavičky): 11 352 Kč + 2 577 Kč = 13 929 Kč
- vzduchotechnika + osvětlení: 536 000 Kč
- ekologická kotelna pro hotel i bazén: 950 000 Kč
- sociální zařízení: 86 000 Kč
- šatna: 31 000 Kč
- terénní úpravy: 48 000 Kč
- cena celkem: 3 463 651 Kč
- DPH4
- (21 %): 727 367 Kč
- cena celkem včetně DPH: 4 191 018 Kč

Toto jsou pouze počáteční náklady výstavbu. Avšak je třeba mít na paměti, že se

musí počítat i s náklady na jeho provozování. Konkrétně by se jednalo o finanční prostředky na údržbu vody, úklid kolem bazénu včetně šaten a sociálního zařízení, obměnu vybavení u bazénu. Největší částky by zajisté připadly na energie na provoz bazénu a na pracovní sílu.

4

DPH= daň z přidané hodnoty

46

Místní klasifikace ubytovacích zařízení

Nápad, k zřízení místní klasifikace ubytovacích zařízení, vzešel z vlastního šetření

a následné konzultace s panem Mgr. Najbrtem a paní starostkou, která k tomu vyjádřila

také svůj postoj.

Klasifikace ubytovacích zařízení by měl být projekt, který by zmapoval, zhodnotil

a přiřadil patřičnou úroveň jednotlivým ubytovacím zařízením. Zároveň by měl být

měřítkem kvality poskytovaných služeb zákazníkům. Měl by se také stát marketingovým nástrojem, který by přilákal potenciální účastníky cestovního ruchu do

destinace a jednotlivých ubytovacích zařízení. Projekt je zcela dobrovolný.

Na jeho

počátku budou oslovena emailem všechna ubytovací zařízení v oblasti. Bude jim

představen projekt místní klasifikace a do určitého data se budou moci závazně

přihlásit. S přihláškou bude zaplacen i poplatek. Výsledkem bude udělení certifikátu

a samolepky.

Obrázek 5: Samolepka místní klasifikace ubytovacích zařízení

Zdroj: vlastní zpracování

Každá úroveň klasifikace by byla vyjádřena červenou pětilistou růží, jejíž motiv

nalezneme na znaku i vlajce obce Černá v Pošumaví. Každé ubytovací zařízení by bylo

hodnoceno v kategoriích personál, hygiena, vybavenost pokojů, kvalita služeb, celkový

47

dojem. Hodnotilo by se body od 1 do 5, kdy 5 bodů je maximum. Z toho by vyšly

4 úrovně, které by byly znázorněny počtem růží na samolepce a certifikátu.

V následující tabulce č. 5 je přehled jednotlivých úrovní.

Tabulka 5: Úrovně místní klasifikace

Počet růží Body

4 100-81

3 80-61



2 60-41

1 40-0

Zdroj: vlastní zpracování

Hodnocení by měla na starost čtyřčlenná komise, složená z 3 komisařů - starosta,

odborník na cestovní ruch, vedoucí informačního centra, a čtvrtým hodnotitelem budou

sami ubytování. Ti se budou vyjadřovat v online hodnocení na stránkách informačního

centra Černá v Pošumaví. Aby se zamezilo případnému falšování výsledků, budou

ubytovaným přidělovány kódy k přihlášení pro hodnocení. Data pro hodnocení jednotlivých ubytovacích zařízení budou sbírána v plné vytiženosti podniků, to znamená

během letní sezóny. Samotná 3 členná komise navštíví jednotlivá ubytovací zařízení

v různých datech bez ohlášení. Po ukončení letní sezony proběhne vyhodnocení dat,

přidělí se jednotlivé úrovně. Poté budou pozváni zástupci jednotlivých ubytovacích

zařízení na slavnostní předání certifikátů a samolepek, které proběhne na obecním

úřadě. Po obdržení hodnocení budou majitelé povinni vylepit samolepku na viditelném

místě ve svém zařízení. Tímto mají právo používat tuto známku ve svých propagačních

materiálech a zároveň budou vedeni v nabídkovém seznamu ubytovacích zařízení na

stránkách informačního centra obce Černá v Pošumaví a stránkách [www.lipno.info](http://www.lipno.info).

Další propagace projektu by byla prezentována v informačních centrech v oblasti

Lipenska.

Obnova klasifikace by byla prováděna každé 3 roky. V případě kladné odezvy poskytovatelů ubytovacích služeb je možnost rozšíření klasifikace

ubytovacích zařízení

do jiných oblastí regionů Lipenska a vytvoření nové regionální značky.

Projekt by byl financován z obecního rozpočtu za přispění jednotlivých zájemců

o klasifikaci, kteří by složili vstupní poplatek ve výši 1 000 Kč.

Kalkulace byla

diskutována se zástupci firem TISKÁRNA ČERNÝ s. r. o. a Wakers.cz.

48

Rozpočet projektu:

- grafický návrh certifikátů a samolepek: 2 000 Kč

- náklady na výrobu certifikátů a samolepek (bude vyrobeno 100 ks) :  
1 ks 4,50 Kč x 100 + 1 ks 9,80 Kč x 100 = 1 430 Kč

- IT služby: 3 500 Kč

- odměny komisařům: 3 x 3 500 Kč = 10 500 Kč

- catering (dodání občerstvení + servírování): 4 550 Kč

- cena celkem: 21 980 Kč

- DPH (21 %): 4 616 Kč

- cena včetně DPH: 26 596 Kč

Směnárna

Jelikož z dotazníkového šetření vyšlo, že směnárenské služby nebyly v drtivé většině

poskytovány, a proto bylo by na místě přemýšlet o realizování směnárny. Již z pohledu

geografického umístění Černé v Pošumaví by to mělo mít logické opodstatnění. Tato

oblast je navštěvována v letních měsících také zahraničním obyvatelstvem, takže by tuto službu jistě také využili. Čeští turisté hojně navštěvují rakouská lyžařská střediska, i tady by se našlo využití. A v neposlední řadě by bylo i místní obyvatelstvo. Stále se zvyšuje trend nakupování potravin a oblečení v Rakousku či Německu, tudíž je nutná směna českých korun za eura. Směnárna by měla být provozována v prostorách informačního centra, které se nachází na křižovatce hlavních cest, které obcí prochází.

Byla by tedy na dostupném místě pro všechny. Při realizaci tohoto plánu bychom museli postupovat podle platného zákona č. 277/2013 Sb. o směnářské činnosti, který upravuje podmínky pro výkon činnosti směnárníka a provozování směnářské činnosti. Prvním krokem by byla žádost o oprávnění směnárníků, které uděluje Česká národní banka. Směnárníky by se stali ti, kteří v informačním centru již pracují. Pokud bude vyhověno žádosti o povolení, zapíše Česká národní banka směnárníky do registru směnárníků. Dále se určí provozovna, kde se bude směna provádět, v tomhle případě tedy informační centrum. Provozovna musí být označena obchodní firmou nebo jménem a příjmením anebo názvem provozovatele. Směnářská činnost se nesmí provozovat mimo tuto provozovnu. Poté se oznámí ČNB, alespoň 3 pracovní dny před zahájením činnosti, kde se tato provozovna nachází. A poslední zásadní povinnost je, že v provozovně musí být uveřejněn kurzovní lístek, který musí mít své náležitosti. Mezi

49

ně patří název a jméno provozovatele a identifikační číslo osoby, názvy a označení měn, informace o směnných kurzech a informace o úplatě za provedení směnářského obchodu.

Z toho vyplývá, že žádné větší přestavby by se v informačním centru dělat nemusely.

Dosavadní prostory jsou již vybaveny kamerový systémem. Pro větší bezpečnost, by se ale zřídila přepážka s tvrzeným sklem, kde by byl trezor s penězi. Přepážka by byla zamykatelná a v případě směny by se pracovník přesunul dovnitř, aby mohl být obchod uskutečněn. Jinak by přepážka byla po celou dobu zamčena a pracovník informačního centra by se věnoval poskytování informačních služeb.

50

## 6 Závěr

Hlavním cílem bakalářské práce je analýza infrastruktury podniků ubytovacích služeb ve vybraném území a definování možností dalšího rozvoje zkoumaných podniků ve vybraném území na základě průzkumů zákaznických potřeb, vyjádření podnikatelů a dalších subjektů věnujících se cestovnímu ruchu a rozvoji vybraného území.

Vedlejším cílem práce je získání celkového přehledu o podnicích poskytující

ubytovací služby a jejich doplňkových službách. Na základě provedených analýz bylo dosaženo stanovených cílů.

Ve zkoumané oblasti byl proveden dotazníkový průzkum, řízené rozhovory a vlastní

pozorování. Na začátku práce byly stanoveny tři hypotézy, které by na základě těchto metod verifikovány.

H1: Více než polovina lidí přijíždí do oblasti kvůli rekreaci.

H2: Ve zkoumané oblasti se nenachází bazén.

H3: Neexistuje žádná spolupráce mezi poskytovateli ubytovacích služeb ve zkoumané oblasti.

První hypotéza byla potvrzena na základě dotazníkového šetření, řízeného rozhovoru

a vlastního pozorování. 65 % respondentů se v dotaznících vyjádřilo, že účelem jejich

pobytu je právě rekreace. Jelikož se zkoumaná oblast nachází v regionu bohatém na

přírodní atraktivitu, právě toto je ideální místo pro rekreaci. Druhá hypotéza zněla, že ve

zkoumané oblasti se nenachází bazén. Potvrzení této hypotézy bylo jednoznačně

potvrzeno v dotazníkovém průzkumu, ale ve všech dalších metodách jako byly vlastní

pozorování, řízené rozhovory či internetové zdroje. V této oblasti se opravdu nenachází

žádný krytý bazén, za takovouto atraktivitou se musí z této oblasti pouze dojíždět.

I poslední třetí hypotéza, která zněla, že neexistuje žádná spolupráce mezi poskytovateli

ubytovacích služeb ve zkoumané oblasti, byla potvrzena. Toto potvrzení se zakládá na

vlastním pozorování a hlavně také na řízeném rozhovoru. Je to nejspíše dáno tím, že

není žádná potřeba ke spolupráci a každý si jde vlastní cestou.

Na základě vyhodnocení získaných údajů byly navrženy určité plány a projekty na

další možný rozvoj cestovního ruchu ve zkoumané oblasti. Již ze slov paní starostky

vzešla idea, že ve zkoumané oblasti neexistuje atraktivita, která by sloužila lidem při

špatném počasí. Proto byl jako jeden z návrhů zvolen bazén, který by se měl nacházet

51

uvnitř Hotelu Racek, jelikož i zástupci hotelu se tato myšlenka zamlouvala. Návrh je

podložen samotným vyjádřením respondentů v dotazníkovém průzkumu, kteří jako

další možný rozvoj v destinaci, navrhli právě bazén. Projekt by byl jistě uvítán

i místními obyvateli. Realizace takového projektu by byla velice nákladná, avšak našla

by své opodstatnění. Další návrh na zlepšení situace by bylo zřízení trvalé směnárny.

S ohledem na geografické postavení oblasti, které se nachází v dosahu rakouských

a německých hranic, se tato myšlenka nejeví jako lichá. Směnárenské služby by byly

využívány v sezóně hlavně turisty, ale i širokou veřejností, protože se zvyšuje trend

nakupování domácího obyvatelstva v zahraničí. Poslední návrh vzešel z vlastního pozorování a byl podpořen ze strany zástupce obce a zástupce ubytovacího zařízení.

V podstatě by se jednalo o vytvoření vlastní klasifikace ubytovacích zařízení, která by fungovala v oblasti Černé v Pošumaví. Mělo by se jednat o místní označení úrovně ubytovacích zařízení. Které by mělo sloužit k jejich vlastní propagaci, propagaci obce.

Zároveň by to mělo být měřítko pro to, aby jejich služby byly poskytovány na co nejvyšší úrovni.

Na začátku práce byla vymezena oblast a zanalyzována infrastruktura podniků ubytovacích služeb, které se v této oblasti nachází. Pomocí dotazníkového šetření, řízených rozhovorů a vlastního pozorování byl vyzkoumán aktuální stav těchto podniků, na jehož základě byly vytvořeny návrhy, které by měly v ideálním případě v oblasti přinést zlepšení aktuálního stavu a poskytovaných služeb.

52

## 7 Summary

The main objective of this bachelor thesis is the analysis of infrastructure of businesses providing accommodation in a selected area, and definition of opportunities for further development of enterprises surveyed in the selected area, based on surveys of customer needs, expression of entrepreneurs and other entities dedicated to tourism and development of the selected area. The secondary objective is to obtain an overview of enterprises providing accommodation services and additional services. The objectives have been achieved based on the analysis.

A questionnaire survey, structured interviews and personal observations were made in the study area. At the beginning of the work three hypotheses were made - more than a half of the people come to the area for recreation, there is no swimming pool in the study area and there is no cooperation among providers of accommodation services within the study area. All of these scenarios were verified based on research methods.

Certain plans and projects on possible further development of tourism in the surveyed area were designed, based on the evaluation of the obtained data. One of the proposals is a swimming pool, which should be located within one hotel, whose owner also liked the idea. Another suggestion for improvement would be the establishing of a permanent exchange office. With regards to the geographical position of the area, which is situated not far from the Austrian and German borders, foreign exchange services would be used by tourists and general public. The last suggestion is to create own classification of

accommodation facilities that would work in Černá v Pošumaví. It should be a local classification of the level of accommodation facilities. At the beginning of the thesis, an area with infrastructure businesses of accommodation services, which are located in this area was defined and analyzed. Questionnaires, structured interviews and personal observations researched the current status of these enterprises and based on them, suggestions that should ideally lead to an improvement in the area in the current situation and provided services were made.

Keywords:

accommodation facilities, Černá v Pošumaví, services, tourism, Lipensko.

53  
8 Seznam použitých zdrojů

Literatura

Bednářová, D., a Škodová-Parová, D., (2010): Malé a střední podnikání. České

Budějovice: Jihočeská univerzita, Ekonomická fakulta.

Beránek, J., (2004): Provozujeme pohostinství a ubytování. Praha: MAG Consulting.

Čertík, M., (2001): Cestovní ruch: vývoj, organizace a řízení. Praha: OFF.

Francová, E., (2003): Cestovní ruch. Olomouc: Univerzita Palackého

Gúčík, M., (2000): Základy cestovního ruchu. Banská Bystrica: UMB.

Hesková, M., (2011): Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. Praha:

Fortuna.

Horner, S., & Swarbrooke, J., (2003): Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití

volného času. Praha: Grada Publishing.

Indrová, J., (2004): Cestovní ruch I. Praha: Oeconomica.

Kaspar, C., (1995): Základy cestovního ruchu. Banská Bystrica: UMB.

Királová, A., (2003): Marketing destinace cestovního ruchu. Praha: Ekopress.

Kotler, P., (2007): Moderní marketing: 4. evropské vydání. Praha: Grada.

Malá, V., (1999): Cestovní ruch: (vybrané kapitoly). Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze.

Malá, V., (2002): Základy cestovního ruchu. Praha: VŠE.

Maslow, A. H., (2014): O psychologii bytí. Praha: Portál.

Morrison, M. A., (1995): Marketing pohostinství a cestovního ruchu. Praha: Victoria Publishing.

Orieška, J., (2010): Služby v cestovním ruchu. Praha: Idea servis.

Palatková, M.; Zichová, J., (2011): Ekonomika turismu: turismus České republiky:

vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu,

charakteristika turismu České republiky. Praha: Grada.

Payne, A., (1996): Marketing služeb. Praha: Grada.

Ryglová, K., (2003): Cestovní ruch: učební texty pro studenty BA (Hons) in Business

Management a studenty PEF MZLU v Brně. Brno: Brno International Business School.

Štikar, J., (2003): Psychologie ve světě práce. Praha: Karolinum.

Vašítková, M., (2008): Marketing služeb: efektivně a moderně. Praha: Grada

Zelenka, J., & Pásková, M., (2012): Výkladový slovník cestovního ruchu.

Praha: Linde

## Internetové zdroje

Asociace hotelů a restaurací ČR. Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení

České republiky 2013-2015. [online]. 2015 [cit. 2015-4-14]. Dostupné z: [www.hotelstars.cz/?do=methodology](http://www.hotelstars.cz/?do=methodology)

Asociace regionálních značek, o. s. O asociaci [online]. 2010-2014 [cit. 2015-04-14].

Dostupné z: <http://www.regionalni-znacky.cz/arz/cs/o-nas/>

Černá v Pošumaví. Informace o obci. [online]. 2010- 2015 [cit. 2015-4-15]. Dostupné

z: <http://www.cernavposumavi.cz/index.php/obecni-urad/informace-o-obci>

Černá v Pošumaví. Turistika. [online]. 2010- 2015 [cit. 2015-4-15].

Dostupné z:

<http://www.cernavposumavi.cz/index.php/turistika>

Česká televize. Na cestě po Lipensku. [online]. 2011 [cit. 2015-4-11].

Dostupné z:

<http://www.ceskatelevize.cz/porady/1185966822-na-cestech/211562260130005-na-cestech-po-lipensku/>

po-lipensku/

Český statistický úřad. Seznam ubytovacích zařízení Černá v Pošumaví.

[online]. 2015

[cit. 2015-04-10]. Dostupné z: <http://apl.czso.cz/huz/obhuz.jsp?k=545457>

Český statistický úřad. Statistická ročenka Jihočeského kraje. [online].

2014 [cit. 2015-

04-15]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/13002e46cb>

Hotel Jestřábí. O hotelu [online]. 2012 [cit. 2015-04-12]. Dostupné z:

<http://hoteljestrabi.cz/>

Hotel Racek. Ubytování [online]. 2009- 2015 [cit. 2015-4-14]. Dostupné z:

<http://www.hotel-racek.cz/2/cz/ubytovani-ubytovani-lipno/>

Hotel Relax. O hotelu Relax [online]. 2013 [cit. 2015-04-12]. Dostupné z:

[http://www.hotelresortrelax.cz/o-hotelu-relax\\_2.html](http://www.hotelresortrelax.cz/o-hotelu-relax_2.html)

Hotel Swing. Ubytování [online]. 2014 [cit. 2015-04-13]. Dostupné z:

[http://www.hotel-](http://www.hotel-swing.cz/clanky/ubytovani.html/)

[swing.cz/clanky/ubytovani.html/](http://www.hotel-swing.cz/clanky/ubytovani.html/)

Kronika obce Černá. Historie pivovaru. [online]. 2015 [cit. 2015-4-14].

Dostupné z:

[http://www.kronikaobcecerna.estranky.cz/clanky/historie-obce-](http://www.kronikaobcecerna.estranky.cz/clanky/historie-obce-celkove/historie-pivovaru.html)

[celkove/historie-](http://www.kronikaobcecerna.estranky.cz/clanky/historie-obce-celkove/historie-pivovaru.html)

[pivovaru.html](http://www.kronikaobcecerna.estranky.cz/clanky/historie-obce-celkove/historie-pivovaru.html)

Kronika obce Černá. Historie v několika odstavcích. [online]. 2015 [cit.

2015-4-14].

Dostupné z: [http://www.kronikaobcecerna.estranky.cz/clanky/historie-obce-](http://www.kronikaobcecerna.estranky.cz/clanky/historie-obce-celkove/historie-v-nekolika-odstavcich.html)

[celkove/historie-v-nekolika-odstavcich.html](http://www.kronikaobcecerna.estranky.cz/clanky/historie-obce-celkove/historie-v-nekolika-odstavcich.html)

Kudyznudy.cz. Jihočeský kraj. [online]. 2014 [cit. 2015-4-14]. Dostupné z:

<http://www.kudyznudy.cz/Kam-pojedete/Jizni-Cechy.aspx>

55

Lipno baví. Lipensko. [online]. 2015 [cit. 2015-4-15]. Dostupné z:

<http://www.lipno.info/aktivita/region.html>

Lipno.cz. Obec Černá v Pošumaví. [online]. 2010-2011 [cit. 2015-4-7].

Dostupné z:

<http://www.lipno.cz/obce-regionu/cerna-v-posumavi/>

Penzion Sen. Ubytování Lipno [online]. 2010 [cit. 2015-04-14]. Dostupné z:

<http://www.penzionsen.eu/ubytovani/>

Portál veřejné zprávy. Vyhláška č. 501/2006 Sb., o obecných požadavcích na využívání

území. [online]. 2014 [cit. 2015-01-18]. Dostupné z:

[http://portal.gov.cz/app/zakony/zakon.jsp?page=0&fulltext=&nr=501~2F2006&pa-](http://portal.gov.cz/app/zakony/zakon.jsp?page=0&fulltext=&nr=501~2F2006&part=&)

[rt=&name=&rpp=15#seznam](http://portal.gov.cz/app/zakony/zakon.jsp?page=0&fulltext=&nr=501~2F2006&part=&)

Turisma. Lipensko. [online]. 2010- 2015 [cit. 2015-4-15]. Dostupné z:

<a href="http://www.turisma.cz/stranky/cs/lipensko.php">http://www.turisma.cz/stranky/cs/lipensko.php</a> Wizard's club Lipno. Ubytování [online]. 2014 [cit. 2015-04-11]. Dostupné z: <a href="http://www.wizardsclub.net/ubytovani-lipno/">http://www.wizardsclub.net/ubytovani-lipno/</a> 56	
9 Seznam grafů, tabulek, obrázků, zkratk	
Seznam grafů	
Graf 1: Typ ubytovacího zařízení	.....
.....	31
Graf 2: Motiv výběru ubytovacího zařízení.....	.....
. 31	
Graf 3: Účel pobytu	.....
.....	32
Graf 4: Délka pobytu	.....
.....	33
Graf 5: Hodnocení úrovně ubytovacích služeb.....	33
Graf 6: Kvalita služeb odpovídá poskytnuté ceně	.....
.....	34
Graf 7: Postrádání některých služeb	.....
.....	36
Graf 8: Celkový dojem z pobytu.....	.....
.....	38
Graf 9: Pohlaví návštěvníků	.....
.....	38
Graf 10: Věkové rozložení.....	.....
.....	39
Graf 11: Dojezdová vzdálenost.....	.....
.....	39
Seznam tabulek	
Tabulka 1: Přehled ubytovacích zařízení v oblasti Černá v Pošumaví.....	28
Tabulka 2: Spokojenost s doplňkovými službami	.....
.....	35
Tabulka 3: Nabídka pokrmů	.....
.....	36
Tabulka 4: Nabídka nápojů.....	.....
.....	37
Tabulka 5: Úrovně místní klasifikace.....	.....
.....	47
Seznam obrázků	
Obrázek 1: Struktura systému cestovního ruchu podle Kaspara	.....
.....	6
Obrázek 2: Maslowova hierarchie potřeb.....	.....
.....	9
Obrázek 3: Gúčikova pyramida potřeb v cestovním ruchu	.....
.....	11

Obrázek 4: Druhové členění služeb v cestovním ruchu	14
Obrázek 5: Samolepka místní klasifikace ubytovacích zařízení	46
Seznam zkratk	
AZO Asociace regionálních značek	
ČSÚ Český statistický úřad	
DPH daň z přidané hodnoty	
HDP hrubý domácí produkt	
57	
10 Seznam příloh	
Příloha 1: Dotazník	58
11 Přílohy	
Příloha 1: Dotazník	
Dotazník	
Dobrý den, jmenuji se Karel Strnad a jsem studentem ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. V rámci svého studia zpracovávám bakalářskou práci na téma „Infrastruktura podniků ubytovacích služeb v oblasti Černa v Pošumaví“. Dovolil bych si Vás požádat o zodpovězení otázek v dotazníku, které budou sloužit pouze pro mé účely. Děkuji Vám za spolupráci a za Váš čas.	
1. Jste ubytován/a v?	
a) penzionu	
b) hotelu	
c) v soukromí (rodinný dům/byt)	
d) kempu	
e) jiné	
2. Jaký byl Váš motiv při výběru daného ubytovacího zařízení?	
a) cena	
b) lokalizace	
c) předcházející pozitivní zkušenost	
d) dobré jméno (image ubytovacího zařízení)	
e) jiný	
3. Jaký je Váš účel pobytu?	
a) zábava	
b) služební cesta	
c) rekreace	
d) návštěva přátel	
e) zdravotní	
f) jiný	
59	
4. Jaká je délka Vašeho pobytu?	
a) bez přenocování	
b) 1-2 noci	
c) 3-7 nocí	
d) 8-14 nocí	
e) déle	
5. Jak hodnotíte úroveň poskytovaných ubytovacích služeb? (prosím ohodnotte od 1 do 5; 1= nejlepší, 5= nejhorší)	
a) personál	
b) hygiena	
c) recepční služby	
d) vybavenost pokoje	
e) atmosféra	
6. Myslíte si, že ceny za poskytované ubytovací služby odpovídají jejich kvalitě?	
a) ano	
b) ne	



7. Ohodnoťte spokojenost s doplňkovými službami. (1= nejlepší, 5=nejhorší, ubytovací zařízení danou doplňkovou službu nenabízí)

1 2 3 4 5 nenabízí

wellness

sauna

fitness centrum

bazén

půjčovna kol

půjčovna jiného sportovního

náradí

animační služby

dětský koutek

směnárenské služby

wi-fi

parkoviště, garáže

cena/kvalita doplňkových služeb

60

8. Jsou nějaké služby, které postrádáte?

a) ano; (pokud ano, které?)

b) ne

9. Ideální nabídka pokrmů v ubytovacím zařízení by měla obsahovat?

(Zaškrtněte, zda máte o dané služby zájem a zda Vám tyto služby byly poskytnuty.)

zájem poskytnuto

česká kuchyně

vegetariánská

kuchyně

dětská jídla

zdravá výživa

rychlé stravování

rybí speciality

regionální speciality

jiné

10. Ideální nabídka nápojů v ubytovacím zařízení by měla obsahovat?

(Zaškrtněte, zda máte o dané služby zájem a zda Vám tyto služby byly poskytnuty.)

zájem poskytnuto

nealkoholické nápoje

pivo

vína (bílá, červená,

šumivá)

destiláty

koktejly

teplé nápoje

11. Jak hodnotíte celkový dojem z pobytu? (1= nejlepší, 5= nejhorší)

12. Vaše pohlaví?

a) muž

b) žena

61

13. Váš věk?

a) méně než 18 let

b) 18 - 30 let

c) 31 - 40 let

d) 41 - 54 let

e) 55 - 65 let

f) nad 65 let

14. Jaká je dojezdová vzdálenost od Vašeho bydliště do místa ubytování?

a) do 70 km

b) do 250 km

c) do 350 km