

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Katedra rekreologie a cestovního ruchu

**Doplňkové a specifické služby jako nástroj rozšíření odvětvové
nabídky turismu**

Sportovně rekreační služby se zaměřením na segment zimní rekreace v
destinaci Deštné v Orlických horách

Bakalářská práce

Autor: Lenka Zábranská
Studijní obor: Management cestovního ruchu

Vedoucí práce: RNDr. Jiří Petera

Hradec Králové

duben 2016

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracovala samostatně a s použitím uvedené literatury.

V Hradci Králové dne 27.4.2016

.....

Lenka Zábranská

Poděkování

Děkuji vedoucímu bakalářské práce panu RNDr. Jiřímu Peterovi za metodické vedení, cenné rady a pomoc, kterou mi ochotně poskytl v průběhu jejího vypracování. Ráda bych touto cestou poděkovala i ostatním lidem, kteří se podíleli na tvorbě mé bakalářské práce, ať už formou vyplnění dotazníků, poskytnutí cenných informací o zkoumané oblasti či poskytnutí rad ohledně zpracování práce.

Anotace

Název: Doplnkové a specifické služby jako nástroj rozšíření odvětvové nabídky turismu

V destinaci Deštné v Orlických horách byla provedena analýza současného stavu nabídky sportovně rekreačních služeb, poskytovaných v zimní sezóně ve zvoleném území. V teoretické části jsou vysvětleny pojmy např. cestovní ruch, destinace, rekreace, dále jsou charakterizovány základní a doplňkové služby. V práci je použita výzkumná technika dotazování a technika obsahové analýzy textu. Dotazník je zaměřen na složení návštěvníků a jejich spokojenost s nabídkou a kvalitou vybraných dostupných služeb. Výsledky jsou uvedeny v praktické části s charakteristikou destinace, souhrnem atraktivit a zajímavých míst a analýzou nabídky sportovně rekreačních služeb, zejména lyžařských areálů a wellness služeb. Podle výsledků šetření jsou navržena možná řešení a doporučení, která by mohla pozitivně ovlivnit rozvoj cestovního ruchu ve vybrané destinaci.

Klíčová slova

služba doplňková, sportovně rekreační služby, zimní sezóna, nabídka cestovního ruchu, Deštné v Orlických horách

Annotation

Title: The additional and specific services as a tool to advance the tourism industry offer

In the destination of Deštné v Orlických horách offer of sports and recreational services provided during the winter season was analyzed, given current conditions in selected area. There are explained terms such as tourism, tourist destination or recreation. In the theses there are also characterized basic and additional services. Then there is used a technique of questioning and content analysis of available resources. The questionnaire is focused on a composition of visitors and their satisfaction with the selected offer and its quality. The results are shown in the practical part of the thesis with a characterization of destination, a summary of attractions and the places of interest including sports and

recreational services offer analysis, especially skiing sites and wellness. According to the results of the survey there are made some proposals and recommendations which may positively influence the development of tourism in the chosen destination.

Keywords

Additional service, sports recreational services, winter season, tourism industry offer, Deštné v Orlických horách

Obsah

1	ÚVOD	1
2	CÍL A METODIKA PRÁCE	2
2.1	Cíl práce	2
2.2	Metodika práce	2
2.2.1	Širší výzkumné cíle	2
2.2.2	Výzkumné otázky	2
3	LITERÁRNÍ REŠERŠE	3
4	TEORETICKÁ ČÁST	5
4.1	Teoretická východiska	5
4.1.1	Cestovní ruch	5
4.1.1.1	Definice pojmu cestovní ruch	5
4.1.2	Rekreace	6
4.1.2.1	Klasifikace rekreace	7
4.1.3	Destinace	8
4.1.3.1	Atributy destinace	10
4.1.4	Služby	11
4.1.4.1	Vlastnosti služeb	11
4.1.4.2	Služby v cestovním ruchu	12
4.1.4.2.1	Vlastnosti služeb cestovního ruchu	12
4.1.4.3	Služby základní a doplňkové	13
4.1.4.3.1	Sportovně rekreační služby	14
5	PRAKTICKÁ ČÁST	15
5.1	Charakteristika turistické oblasti Deštné v Orlických horách	15
5.1.1	Vymezení území	15
5.2	Analýza sportovně rekreačních služeb poskytovaných v zimní sezoně v Deštném v O. h.	18

5.2.1	Lyžařské areály.....	18
5.2.2	Půjčovny lyží a snowboardů.....	20
5.2.3	Běžkařské tratě.....	20
5.2.4	Wellness služby	21
5.2.5	Bowling.....	22
5.2.6	Sportovní prodejny, obchody.....	22
5.2.7	Kulturní a sportovní akce	23
5.3	Shromáždění podkladů a průběh šetření.....	24
5.3.1	Pracovní hypotézy	24
5.3.2	Struktura a obsah dotazníku.....	26
5.3.3	Distribuce a sběr dotazníků.....	27
5.3.4	Metody ověřování hypotéz	27
5.4	Zpracování a interpretace výsledků.....	28
6	SHRUTÍ A DISKUZE VÝSLEDKŮ.....	29
6.1	Analýza výsledků dotazníkového šetření.....	29
6.1.1	Výzkumné výsledky.....	29
6.1.2	Diskuze výsledků	34
7	ZÁVĚRY A DOPORUČENÍ.....	36
8	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	38
8.1	Tištěné zdroje.....	38
8.2	Internetové zdroje.....	39
8.3	Ostatní zdroje	42
9	SEZNAM ZKRATEK, TABULEK, OBRÁZKŮ A GRAFŮ.....	43
10	PŘÍLOHY.....	45
10.1	Seznam příloh	45

1 Úvod

Bakalářská práce se zabývá analýzou nabídky sportovně rekreačních služeb se zaměřením na segment zimní rekreace v destinaci Deštné v Orlických horách. Důvodem výběru tématu práce byla i okolnost, že ve zkoumané oblasti autorka bydlí již od narození, má k ní velmi blízko a dodnes se tam ráda vrací. Dále lze uvést také její zkušenosti s prací v tamějším ubytovacím zařízení, lyžařské škole, půjčovně lyží a snowboardů či lanovém parku. Motivací ke zpracování této práce byl také kladný vztah autorky k přírodě a aktivnímu odpočinku.

Oblast Orlických hor, rovněž i zvolená destinace Deštné v Orlických horách, jsou ideálním místem pro sport a turistiku. V zimním období především pro lyžování a běžkování. Nacházejí se zde i menší lyžařské areály, které mají dobré podmínky pro svůj další rozvoj. Autorka by ráda touto prací přispěla ke zkvalitnění služeb ve sportovně rekreační oblasti.

Cestovní ruch je nedílnou součástí ekonomiky národního hospodářství. Má významný finanční přínos, zvyšuje kvalitu života, životní úroveň v daném místě. Dále přináší nové možnosti pro podnikání a nabízí nová pracovní místa. Dříve obyvatelé obce Deštné v Orlických horách nemuseli dojíždět za prací do měst a mohli tak pracovat v různých odvětvích v místě bydliště. V průběhu let byly místní firmy nuceny ukončit výrobu nebo se přemístit. V současnosti je pro většinu obyvatel zdrojem obživy právě cestovní ruch. Z toho vyplývá, že je důležité této problematice věnovat pozornost a hledat nové možnosti pro podnikání v oblasti turismu a tím zkvalitňovat nabídku destinace.

2 Cíl a metodika práce

2.1 Cíl práce

Cílem této bakalářské práce je analýza a zhodnocení současné situace v nabídce sportovně rekreačních služeb poskytovaných v zimní sezóně v destinaci Deštné v Orlických horách a celkové zhodnocení spokojenosti návštěvníků s vybranými službami.

Dílčím cílem je následné předložení návrhů a doporučení, vyplývajících z výsledků šetření, jak by se dala situace zlepšit.

2.2 Metodika práce

2.2.1 Širší výzkumné cíle

Cílem této bakalářské práce bylo zjistit, jak jsou návštěvníci spokojeni s nabídkou sportovně rekreačních služeb poskytovaných v zimní sezóně v destinaci Deštné v Orlických horách a na základě výsledků výzkumu přinést návrhy a doporučení pro další vývoj.

2.2.2 Výzkumné otázky

- 1) Jaká zimní aktivita nejvíce motivuje k návštěvě Deštného v O. h.?
- 2) Jak návštěvníci hodnotí infrastrukturu a vybavenost Deštného v O. h.?
- 3) Jak jsou návštěvníci spokojeni s poskytovanými službami v této destinaci?
- 4) Který lyžařský areál návštěvníci Deštného v O. h. upřednostňují?
- 5) Jaká je průměrná délka pobytu návštěvníků Deštného v O. h.?
- 6) Jaký typ ubytovacího zařízení je nejvíce využíván návštěvníky Deštného v O. h.?
- 7) Co v nabídce Deštného v O. h. návštěvníkům nejvíce chybí?

3 Literární rešerše

Bakalářská práce věnující se tématu Sportovně rekreačních služeb vychází z kvalitní literatury, ze které je možné čerpat poznatky a postřehy v průběhu zpracování práce.

Základním východiskem pro teoretickou část práce se staly následující publikace, zabývající se problematikou cestovního ruchu a vymezením důležitých termínů cestovního ruchu, jakými jsou například rekreace, destinace či služby.

KIRÁLOVÁ, Alžběta, 2003. *Marketing: destinace cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Ekopress. 173 s. ISBN 80-86119-56-4.

Autorka se v této odborné literatuře věnuje otázce marketingu destinace cestovního ruchu. Tato problematika je rozdělena do šesti kapitol, kde autorka rozebírá např. předpoklady využívání marketingu v destinaci cestovního ruchu, analýzu složek nabídky cestovního ruchu, formulování marketingové strategie, tvorbu produktových balíčků či marketingovou kontrolu. Pro účely této bakalářské práce bylo využito zejména poznatků z kapitoly č. 1, ze které autorka této práce čerpala především definici služeb, jejich vlastností a charakteristiku destinace.

KOTÍKOVÁ, Halina, SCHWARTZHOFFOVÁ, Eva, 2014. *Cestovní ruch a rekreace*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. 190 s. ISBN 978-80-244-4430-7.

Dílo je zaměřeno na problematiku destinačního managementu a marketingu, je rozděleno do tří částí. První část s názvem Rekreace a destinace, management destinace popisuje např. teoretická východiska organizace a řízení destinace. Druhá část se věnuje marketingu destinace cestovního ruchu, třetí případové studii regionu Střední Morava a Jeseníky. Pro účely bakalářské práce bylo využito části první, ze kterých autorka čerpala vymezení pojmů rekreace a destinace, dále klasifikaci rekreace a atributy destinace.

ORIEŠKA, Ján, 2010. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: IDEA SERVIS. 405 s. ISBN 978-80-85970-68-5.

Publikace se zabývá charakteristikou služeb v cestovním ruchu, tato problematika je zpracována do čtrnácti samostatných kapitol. Pro vypracování závěrečné práce byla využita především kapitola č. 1 a kapitola č. 6, které pojednávají o podstatě služeb a jejich znacích v cestovním ruchu, klasifikaci či charakteristice a významu poskytování sportovně rekreačních služeb. Autorka považuje tento zdroj za nejhodnotnější pro zhotovení kapitol

Služby, Vlastnosti služeb, Služby v cestovním ruchu, Vlastnosti služeb v cestovním ruchu a Sportovně rekreační služby.

ORIEŠKA, Ján, 1999. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: IDEA SERVIS. 244 s. ISBN 80-85970-27-9.

Tato publikace byla velkým přínosem jak pro zpracování kapitoly o základních a doplňkových službách, tak i pro kapitolu služby v cestovním ruchu. V práci bylo využito kapitoly č. 1. Spolu s předchozím dílem představuje pro toto téma velmi zásadní studijní materiál.

ZELENKA, Josef, PÁSKOVÁ, Martina, 2012. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha. 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

Dílo komplexně vyjadřuje problematiku cestovního ruchu a velmi podrobnou terminologii týkající se nejen cestovního ruchu, ale i oblastí geografie, sociologie, psychologie či ekologie. Autorka využila tuto publikaci především k vysvětlení některých pojmů, kterými jsou například cestovních ruch či destinace. Slovník byl zařazen z důvodu nejaktuálnějších informací a pojmů v oboru cestovního ruchu.

4 Teoretická část

4.1 Teoretická východiska

4.1.1 Cestovní ruch

V současnosti se v odborné literatuře setkáváme s pojmem cestovní ruch a jeho alternativou turismus, který je odvozený z anglického výrazu tourism. Jiné termíny jako například turistika jsou pro označení cestovního ruchu nepřesné. (Zelenka, Pásková 2012, s. 578)

Cestovní ruch lze chápat jednak jako prostředek k uspokojování potřeb a jednak jako podstatnou součást ekonomiky. Jedná se tedy o sociálně ekonomický jev, který zasahuje do mnoha oblastí lidské společnosti. Cestovní ruch je mnohostranným a složitým jevem, tudíž je na něj nahlíženo z několika hledisek. Nejčastěji je to z hlediska ekonomického, ekologického, geografického, sociologického a psychologického. (Indrová a kol., 2007, s. 8)

4.1.1.1 Definice pojmu cestovní ruch

Výraz cestovní ruch je odvozen od slova cestování. Cestovní ruch se začal rozvíjet teprve na přelomu 19. a 20. století a je dáván do spojitosti s rozvojem vzdělávání v cestovním ruchu. Kotíková (2013, s. 15) cestováním rozumí cesty spojené s přechodným pobytem na jiném místě. Cestovní ruch však považuje za daleko rozsáhlejší pojem. Autorka konstatuje, že *„...o cestovním ruchu (na rozdíl od cestování) mluvíme tehdy, když se cestování stává jevem masovým a je spojeno s poskytováním specifických služeb (ubytování, stravování, doprava a jiné), které zabezpečují specializované organizace.“*

Zelenka, Pásková (2012, s. 83) definují cestovní ruch jako *„komplexní společenský jev, zahrnující aktivity osob cestujících mimo jejich obvyklé prostředí nebo pobývajících na těchto místech ne déle než jeden rok za účelem zábavy, rekreace, vzdělávání, pracovní, či jiným účelem, i aktivity subjektů poskytujících služby a produkty těmto cestujícím osobám, tedy i provozování zařízení se službami pro tyto cestující osoby včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně správních aktivit a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity.“* Tato definice popisuje cestovní ruch jako komplexní jev,

který zahrnuje účastníky cestovního ruchu (poptávku), tak i cílové místo - tedy destinaci cestovního ruchu a také poskytovatele jednotlivých služeb (nabídku cestovního ruchu).

Je důležité rovněž zmínit oficiální definici organizace WTO¹ (1993), která cestovní ruch představuje jako „činnost lidí, spočívající v cestování a pobytu mimo místo jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely.“ (Kotíková 2013, s. 16). Tato definice se tedy od předchozí liší tím, že nezmiňuje poskytovatele služeb a produktů, jakožto podstatnou a nedílnou součást cestovního ruchu. Stejná autorka upozorňuje i na skutečnost, že cestovní ruch nelze chápat pouze jako jev, jako je tomu u výše zmíněné definice WTO, ale že se musí brát zřetel například i na to, že cestovní ruch je významnou součástí ekonomiky. Vedle toho uvádí, že cestovní ruch lze vnímat i jako výraz pro teoretickou či vědeckou disciplínu.

Cestovní ruch dle Aiest² je vymezován jako „souhrn jevů a vztahů, které vyplývají z cestování nebo pohybu osob, přičemž místo pobytu není trvalým místem bydlení a zaměstnání.“ (Ryglová 2009, s. 11)

4.1.2 Rekreace

Důležitým pojmem je nepochybně i rekreace. Jak uvádí autorky Kotíková a Schwartzhoffová (2014, s. 9), pojem rekreace vznikl z latinského slova re-creare. Tento pojem v podstatě vyjadřuje obnovování či znovu vytváření něčeho, co již předtím v určité podobě existovalo. Rekreace je také dána prostorem, který může poskytovat uskutečnění realizace zálib a zájmů, kultivaci vlastních tvořivých sil či schopností. Rekreaci v souvislosti s člověkem vymezují jako „aktivní činnost za účelem obnovení sil jak fyzických, tak psychických, ztracených v průběhu plnění přijatých socioprofesionálních rolí.“ Pod pojmem rekreace uvádějí činnosti prováděné za účelem regenerace, relaxace, kompenzace a zábavy. Veškeré rekreační aktivity dávají do kontextu s volným časem. Rekreaci tedy popisují jako charakteristickou volnočasovou aktivitu.

Autoři Zelenka, Pásková (2012, s. 485) ve svém díle uvádějí rekreaci v užším pojetí jako „souhrn odpočinkových činností, provozovaných ve volném čase (o dovolené) a často jako jednu z forem CR³ (rekreační cestovní ruch), zpravidla však nedaleko bydliště v rámci

¹WTO – World Tourism Organization

²Aiest – Association Internationale d'experts Scientifiques du Tourisme

³CR – Cestovní ruch

druhého bydlení, dětských táborů atd.“ V této publikaci je rekreace vymezena i v širším pojetí a to především jako „využití volného času, jehož součástí může být aktivní pohyb, aktivní nebo pasivní účast na různých akcích, cestování a turistika a jehož cílem je regenerace fyzických i duševních životních sil účastníků.“

Podle autorů Hodaňe a Dohnala (2008, s. 11) by rekreace měla být aktivní činností na rozdíl od pasivního odpočinku. Dále uvádějí, že by měla být v souladu s individuálními zájmy zaměřená na různé oblasti člověka, ať už na fyzickou, psychickou, mentální či emocionální.

K tomuto pojmu se vyjadřuje i Slepíčková (2005, s. 33) a připojuje se s názorem, že termín rekreace je chápán s dobou mimo účast v práci, mimo pracovní povinnosti. Dále uvádí, že každý jedinec preferuje konkrétní způsob a formu rekreace. Rekreací nazývá pouze takovou činnost, která je prováděná ve volném čase a zároveň splňuje tři podmínky - a to zábavu, odpočinek a znovunabytí sil.

4.1.2.1 Klasifikace rekreace

Autorky Kotíková, Schwartzhoffová (2014, s. 11-12) rekreaci člení dle následujících hledisek na jednotlivé druhy.

a) Podle obsahu

- Kulturně umělecká
- Sociální
- Zájmová
- Pohybová

b) Podle klimatických podmínek

- Zimní
- Letní

c) Podle časového hlediska

- Každodenní
- Krátkodobá
- Dlouhodobá

Jak autorky upozorňují, na základě výše zmíněného si lze také všimnout, že pojmy rekreace a cestovní ruch jsou spolu úzce provázané. Jedná se především o krátkodobou a

dlouhodobou rekreaci. Z toho důvodu jsou za účelem přilákání návštěvníků podmínky pro tyto typy rekreace ustavičně zdokonalovány.

Autorky dále podle Hrčky, Drdacké (1992) ve svém díle zmiňují například to, že přírodní faktory pro rekreaci jsou doplňovány zařízeními poskytující regenerační a sportovní služby (půjčovny, lyžařské školy) či dalšími službami cestovního ruchu, které účastníci cestovního ruchu v souvislosti s jejich rekreací považují za nutné (doprava, stravování, ubytování). Rekreační pobyt bývá obvykle doprovázen i dalšími činnostmi, např. návštěvou kulturních zařízení, různých akcí či sportem.

Zelenka, Pásková (2012, s. 485) doplňují předchozí dělení rekreace o následující vybrané druhy.

- Individuální/hromadná
- Indoorová/outdoorová
- V obvyklém prostředí/mimo obvyklé prostředí
- Jednorázová/pravidelná
- Aktivní/pasivní
- Organizovaná/neorganizovaná
- Přírodní/v antropogenním prostředí

4.1.3 Destinace

Destinace znamená v obecném slova smyslu určité místo, kam směřuje účastník cestovního ruchu, je to i cíl cesty cestujícího. Tento pojem nemusí být vždy spojován jen s turismem. Destinace je taktéž vysvětlována v užším pojetí jako *„cílová oblast v daném regionu se specifickou nabídkou atraktivit cestovního ruchu a infrastruktury cestovního ruchu“*.(Zelenka, Pásková, 2012, s. 105)

V širším pojetí se destinací rozumí země, turistický region či oblast nebo území s vysokou koncentrací atraktivit cestovního ruchu a rozvinutou infrastrukturou poskytující služby cestovního ruchu. Díky těmto aspektům dochází k dlouhodobé návštěvnosti (Zelenka, Pásková, 2012, s. 105).

Kotíková, Schwartzhoffová (2014, s. 37) za destinaci považují *„přirozený celek disponující jedinečnými vlastnostmi, odlišnými od jiných míst.“* Nejdler (2011, s. 49) dle Biegera (2005) prezentuje destinaci jako *„geografický prostor (resort, místo, region, stát), který si konkrétní návštěvník (nebo návštěvnícký segment) vybírá jako cíl své cesty.“* Dále dodává, že

destinace by měla disponovat zařízeními pro ubytování, stravování, zábavu a dalšími aktivitami, která jsou pro pobyt nutná. Palatková (2006, s. 16) se připojuje se svou definicí, že se jedná o „*svazek různých služeb koncentrovaných v určitém místě nebo oblasti, které jsou poskytovány v návaznosti na potenciál cestovního ruchu (atraktivity) místa nebo oblasti.*“ Právě atraktivity destinace tak tvoří základ destinace a zároveň hlavní motivaci, proč danou destinaci navštívit.

Palatková (2011, s. 11) i Nejdler (2011, s. 54) míní destinaci jako produkt, který vstupuje na trh a bojuje s konkurencí o potenciální návštěvníky. Palatková (2006, s. 25) ve svém dalším díle dodává, že destinace je produktem složeným z mnoha dalších produktů. Za marketing destinace označuje vědomou i neúmyslnou kooperaci, protože veškeré subjekty v destinaci spoluvytvářejí její charakter. Autorka považuje destinaci rovněž za „*sociálně-kulturní jednotku fyzickou (geografická lokalita, fyzické charakteristiky) stejně jako nehmotnou (historie, lidé, tradice).*“ Autorka dále doplňuje, že destinace ne vždy musí označovat pouze to, co opravdu existuje, ale že se může jednat i o určitý mentální koncept v klientových myšlenkách. Destinace se od sebe liší z různých hledisek. Například svou velikostí, atraktivitami, infrastrukturou, výhodami pro zákazníky nebo ekonomickou závislostí na cestovním ruchu.

Palatková (2006, s. 19) dle Goodall, Ashworth(1993) vymezuje destinaci jako „rekreační produkt“, protože pojem destinace neznamena jen konkrétní místo, nýbrž také souhrn v destinaci nabízených komodit. Jak uvádí Palatková (2011, s. 11) podle Bartl, Schmidt (1998) destinace plní několik funkcí směřujících k prodeji. Autorka řadu funkcí dělí na:

- Funkci marketingovou (destinační marketing)
- Funkci nabídkovou
- Funkci zastoupení různých zájmových skupin
- Funkci plánovací

Palatková (2011, s. 11) podle Bartl, Schmidt (1998) definuje destinace jako „*regionální, mezinárodně (globálně) konkurenceschopné, strategicky řízené jednotky nabídky na mezinárodním trhu.*“ V destinacích jsou zákazníkům poskytovány příslušné produkty a také zde dochází k uspokojení očekávání klientů. Destinace zpravidla mají snahu o dokonalou a kvalitní organizaci veškerých služeb – tzv. řetězce služeb. (Palatková 2011, s. 11)

Jak dále autorka uvádí, pro klienta je nejdůležitější právě spojitost řetězce služeb s určitým místem, protože návštěvník (klient) vidí řetězec služeb v konkrétním místě jako celek. Právě klientovo vnímání může být určující pro vymezení místa či regionu, které bude pravou destinací turismu.

Kotíková a Schwartzhoffová (2014, s. 37) podle UNWTO⁴ (2007) definují destinaci cestovního ruchu jako „*místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník nebo skupina účastníků cestovního ruchu zvolila pro návštěvu a které poskytovatelé přinášejí na trh.*“

V neposlední řadě Palatková (2006, s. 19) dle Ashworth a Voogd (1993) upozorňuje na skutečnost, že „*do značné míry definuje destinaci sám klient svým vnímáním a výběrem konzumovaných služeb.*“ Autorka dodává, že vymezení velikosti a stanovení charakteru destinace je závislé jednak na atraktivitách (základní nabídce destinace) a jednak na službách (odvozené nabídce), jakožto na dvou činitelích strany nabídky. Nelze však opomenout ani stranu poptávky, která hraje významnou roli při určení destinace, především motivaci k cestě do destinace a vzdálenost mezi výchozím bodem a destinací.

4.1.3.1 Atributy destinace

Autorky Kotíková, Schwartzhoffová (2014, s. 39) se shodují, že o tom, zda se určité území stane turistickou destinací, rozhoduje trh, tedy nabídka. Zásadním předpokladem, aby vznikla turistická destinace, je skutečnost, že určené místo musí lákat účastníky cestovního ruchu tím, že vyhoví jeho požadavkům. Jinými slovy, že disponuje službami a atraktivitami, které uspokojují jeho potřeby.

Zmíněné autorky považují za základní atributy destinace skutečnost, že destinace je:

- Přesně určena dle návštěvníka, který si oblast volí;
- Geograficky vymezená prostorem;
- Nabízí atraktivitu a zařízení poskytující služby v cestovním ruchu.

Királová (2003, s. 16) ve svém díle podle Buhalise (2000) uvádí šest charakteristik destinace cestovního ruchu, nazývaných též „šest A“, které by každá destinace měla mít, jestliže chce přitahovat zájem návštěvníků:

⁴UNWTO – The United Nations World Tourism Organization

- **attractions** - primární nabídka cestovního ruchu, která zahrnuje přírodní, kulturně-historický potenciál, podněcuje návštěvnost
- **accessibility** and **ancillary services** - všeobecná infrastruktura, která umožňuje přístup a pohyb v destinaci, i za atraktivitami. Řadí se sem také služby využívané místními obyvateli (poštovní, bankovní či zdravotnické služby).
- **amenities** - suprastruktura a infrastruktura cestovního ruchu, umožňující pobyt v destinaci a využití jejích atraktivit (ubytovací, hostinská, sportovně-rekreační, kulturně-společenská zařízení)
- **available packages**- připravené produktové balíčky
- **activities** - rozmanité aktivity.

Z výše zmíněných charakteristik je zřejmé, že tyto součásti nabídky cestovního ruchu jsou nezbytné pro realizaci účasti na cestovním ruchu. Také je důležité, aby nabídka cestovního ruchu byla kvalitní a tím směřovala k naplnění očekávání jednotlivých účastníků.

4.1.4 Služby

Orieška (2010, s. 8) chápe službu jako ekonomický statek, který je omezen časem a nelze ho vytvářet do zásoby. Poskytnutí služby se vyznačuje tím, že jde o nemateriální činnost. Služba zahrnuje vnější faktor, jakým je například zákazník nebo zboží a dochází tedy k propojení produkce a spotřeby služby.

Királová (2003, s. 14) podle Payne (1996) uvádí definici služby jako *„činnost, která má v sobě určitý prvek nehmotnosti a vyžaduje určitou interakci se zákazníkem nebo s jeho majetkem.“* Autorka dále dodává, že poskytovaná služba může zapříčinit změnu podmínek a také upozorňuje na fakt, že produkce služby nemusí být vždy v úzké souvislosti s fyzickým produktem.

Vašítková (2014, s. 16) ve své publikaci uvádí definici služby dle Kotlera a kol. (2007), kde služba je chápána jako *„jakákoliv aktivita nebo výhoda, kterou může jedna strana nabídnout druhé, je v zásadě nehmotná a nepřináší vlastnictví.“* Autor doplňuje, že produkce služby může, ale nemusí být slučována s hmotným produktem.

4.1.4.1 Vlastnosti služeb

Základní vlastnosti služeb se u různých autorů liší, dle autorů Királové (2003, s. 14) a Orišky (2010, s. 9) jsou však pro služby typické následující znaky, a to:

- **Nehmatatelnost** – služby jsou nemateriálního charakteru, jsou nehmatatelné
- **Proměnlivost** – služby jsou subjektivní a není možné je standardizovat, protože poskytování služeb závisí na lidském faktoru
- **Nedělitelnost** – soulad poskytování služeb s jejich spotřebou
- **Spjatost s vnějším faktorem** – poskytování služeb je spjata s místem a časem poskytování, vztahuje se na přítomnost zákazníka
- **Pomíjivost** – služby není možné skladovat.

4.1.4.2 Služby v cestovním ruchu

Podle Orišky (1999, s. 6) služby cestovního ruchu uspokojují potřeby účastníků cestovního ruchu. Tyto potřeby jsou uspokojovány skrze tzv. trh cestovního ruchu, na kterém se prodávají především služby. Struktura služeb cestovního ruchu je různorodá. Služby uspokojují především dvě oblasti potřeb. Jedná se o primární a sekundární potřeby. Primární potřeby jsou cílovými potřebami účastníků cestovního ruchu (potřeba sportovního vyžití, odpočinku, relaxace či zábavy.) Sekundární potřeby, též realizační, jsou uváděny jako potřeby, které determinují efektivní uspokojování cílových potřeb (potřebu jídla, ubytování nebo hygieny).

4.1.4.2.1 Vlastnosti služeb cestovního ruchu

K typickým znakům služeb, zmíněným v předchozí kapitole Oriška (2010, s. 9) přidává další speciální znaky, které jsou specifické pouze pro služby v cestovním ruchu. Autor vymezuje následujících osm vlastností služeb cestovního ruchu:

- Časová a místní vázanost služeb na primární nabídku v cestovním 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

4.1.4.3 Služby základní a doplňkové

Orieška (1999, s. 7) klasifikuje služby podle významu ve spotřebě účastníků cestovního ruchu na služby základní a doplňkové.

Mezi základní služby patří přemístění účastníků cestovního ruchu z místa jejich trvalého bydliště do míst rekreace a zpět, dále také služby spojené s pobytem v místě rekreace (ubytovací, stravovací a dopravní služby). Mezi doplňkové služby, též komplementární jsou zařazeny služby uváděné v souvislosti s využíváním atraktivit, vlastností charakteristických pro jednotlivá místa rekreace (např. sportovně rekreační služby, společensko-kulturní služby či služby lázeňské).

Autor dále dělí služby cestovního ruchu na jednotlivé druhy dle funkčního hlediska:

- | | |
|---|-------------------------------|
| - Dopravní služby | - Průvodcovské služby |
| - Ubytovací služby | - Společensko-kulturní služby |
| - Stravovací služby | - Sportovně rekreační služby |
| - Zprostředkovatelské
(obstaravatelské) služby | - Animační služby |
| - Lázeňské služby | - Směnářenské služby |
| - Kongresové služby | - Pojistné služby |
| - Služby účastníkům venkovského
cestovního ruchu | - Služby obchodu |
| | - Komunální služby |
| | - Horská služba |

Zmiňovaný autor ve své publikaci vyjadřuje názor, že výše předložená klasifikace nevyzdvihuje význam doplňkových služeb, které jsou ovšem velice důležité při uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. Kvalita doplňkových služeb značně ovlivňuje spokojenost každého účastníka cestovního ruchu.

Autor upozorňuje na fakt, že potřeby účastníků cestovního ruchu nevystupují jednotlivě, ale že většinou jsou spolu provázány a jsou vzájemně závislé. Jejich uspokojení proto nevyžaduje pouze jednu službu, ale jedná se o tzv. komplex služeb.

4.1.4.3.1 Sportovně rekreační služby

Sportovně rekreační služby lze ve smyslu cíle účasti na cestovním ruchu vnímat jako jedny z nejvýznamnějších služeb. „Umožňují aktivně využívat přírodní i uměle vytvořené podmínky k rozvoji sportu, rekreace a turistiky.“ (Orieška, 2010, s. 17) Poskytování a spotřeba těchto služeb je často dávana do souvislosti s úsilím, jak využít volný čas k aktivnímu odpočinku, který zahrnuje i určitou míru fyzické zátěže. Tyto služby jsou poskytovány ve sportovně rekreačních zařízeních. Tato zařízení často patří k ubytovacím zařízením. Sportovně rekreační služby mohou být poskytovány samostatně nebo v rámci souboru služeb, nejčastěji pobytu. Pojem sportovně rekreační služby bývá často spojován i s termínem animace v cestovním ruchu.

Autor dále vymezuje sportovně rekreační služby společně s kulturně-společenskými službami jako prostředek k uspokojení cílových potřeb účastníků cestovního ruchu. I když jsou tyto služby považovány za doplňkové, bývají pro velké množství účastníků právě hlavním motivem účasti na cestovním ruchu.

Sportovně rekreační služby lze dále rozdělit na dvě skupiny. Jednou skupinou služeb jsou sportovně rekreační zařízení nezávislá na přírodních podmínkách (víceúčelové sportovní haly, kuželkové a tenisové haly, fitness centra, solária, sauny, tělocvičny, plavecké stadiony). Víceúčelové sportovní haly jsou velké samostatné budovy, sloužící nejen pro různé druhy sportů, ale i pro kulturní a společenské události. Druhá skupina služeb má na cestovním ruchu větší význam. Je závislá na přírodních podmínkách s ohledem na letní a zimní sezónu. V letním období to jsou služby různých zařízení jako přírodní koupaliště, pláže u vodních ploch, loděnice, hřiště (fotbalová, volejbalová, basketbalová, badmintonová), tenisové, minigolfové a golfové hřiště, jízďárny, cyklotrasy, in-line stezky a s tím související půjčovny sportovního vybavení. V zimní sezóně je to naopak využití ledových ploch, lyžařských běžeckých tratí, sjezdovek, sánkařských drah i lyžařských škol. (Orieška 2010, s. 166)

5 Praktická část

5.1 Charakteristika turistické oblasti Deštné v Orlických horách

Jako objekt zkoumání byla destinace Deštné v Orlických horách zvolena proto, že autorka osobně lokalitu zná, tráví v ní značnou část volného času a zajímá ji názor návštěvníků vybrané destinace.

5.1.1 Vymezení území

Destinace je lokalizována ve východní části České republiky, v Orlických horách, konkrétně v okrese Rychnov nad Kněžnou. Obec Deštné v Orlických horách se nachází v nadmořské výšce 650 m n. m. a sídlí v ní k 1.1.2016 566 stálých obyvatel. Tato destinace je zasazena do Deštenské pahorkatiny, údolí říčky Bělé a Deštenského potoka. Územní vymezení turistické oblasti je na severovýchodní straně dáno hřebenem Orlických hor s Velkou a Malou Deštnou, na západní straně vrcholem s názvem Špičák. Na území obce se nachází nejvyšší vrchol Orlických hor - Velká Deštná (1 115 m n. m.) a známá Masarykova chata na Šerlichu. (Obec Deštné, 2016a)

Dle oficiálních webových stránek obce Deštné v Orlických horách (2016a), bývá tato obec označována za nejnavštěvovanější středisko turistiky, rekreace a zimních sportů v Orlických horách. Do této destinace návštěvníci přijíždějí především kvůli sjezdovému a běžeckému lyžování, turistice a cykloturistice.

První písemné zmínky o Deštném v O. h. se datují z roku 1362, z doby Karla IV. Deštné bylo původně zemědělská a dřevařská osada. V 16. až 20. století se stalo významným sklářským centrem. Dřívějším zaměstnáním obyvatel obce byla dle oficiálních webových stránek obce Deštného v O. h. těžba dřeva v lese, práce na pilách, pálení popela na výrobu potaše pro sklářství, dřevěného uhlí v milířích, ve mlýnech, sklářských hutích, horském zemědělství. Lidé zde vykonávali téměř všechna řemesla, která využívala dřevo jako surovinu. V roce 1838 bylo Deštné a další horské obce Mnichovským diktátem podstoupeno Německu. V roce 1854 mělo Deštné i s tehdejšími šesti osadami 1208 obyvatel. Ovšem po druhé sv. válce po odsunu německého obyvatelstva zůstalo v Deštném a jeho osadách v roce 1950 922 obyvatel, postupně se počet obyvatel stále zmenšoval. (Obec Deštné, 2016a)

Kulturně historické památky

Na území obce se nachází pouze jedna kulturně-historická památka a to Muzeum zimních sportů, turistiky a řemesel.

Muzeum

O historii obce vypovídá místní Muzeum zimních sportů, turistiky a řemesel, které se řadí k nejmladším v Královéhradeckém kraji. Nachází se zde několik expozic, vstupní expozice přibližuje dávnou historii obce, expozice řemesel ztvárňuje řezbáře, hrnčíře, uhlíře, barvíře látek, kamnáře, kameníky, výrobce šindelů a mnoho dalších. Expozice ve velkém sále je věnována rozsáhlé sbírce předmětů z historie zimních sportů. Jsou zde k vidění např. dávné sněžnice, lyže dlouhé a široké s dlouhými špicemi, původním proutěným vázáním a jednou holí. Expozice dále obsahuje například lyžařskou výstroj, různé druhy saní – dopravní i sportovní. Předmětem expozice je mnohaletá aktivní, preventivní i záchranná činnost Horské služby. Další část se věnuje úspěšné závodní i reprezentační činnosti skuhrovských běžců na lyžích, a to včetně známých závodů jako je Orlický maraton. Pozornost je věnována i dalším oblastem jako jsou závody na skútrech, skibobech, ale i psích spřeženích. Nelze opomenout ani expozici věnovanou Chráněné krajinné oblasti Orlické hory, kde lze spatřit doklady z historie organizované turistiky v Orlických horách. Další expozice jsou věnovány např. ruční textilní výrobě nebo vývoji praní prádla. V zahradním areálu muzea návštěvníci mohou spatřit ještě malou sklářskou pec na tavbu skla dřevem. Již tradičně se každým rokem v muzeu ve spolupráci s novoborskými sklářskými mistry o prvním srpnovém víkendu koná nejvýznamnější akce - experimentální tavba a tvarování skla „Tavení skla dřevem“ viz Přílohy – Obrázek 2. Otevírací doba muzea je každý den mimo pondělí od 9:00 do 17:00. (Obec Deštné, 2016b) Vstupné dle informací referentky obce Deštné v O. h. činí 40 Kč pro dospělé, 20 Kč pro děti a seniory.

Církevní památky

K církevním památkám Deštného v O. h. lze řadit barokní kostel sv. Máří Magdalény, od slavného stavitele J. B. Santiniho s přilehlou plastikou Nejsvětější Trojice, nacházející se v centru obce. Dominantou místní části Jedlová je barokní kostel sv. Matouše, který byl po požáru v roce 1833 následně obnoven. Kostel za doby komunistického režimu prošel devastací, ale po revoluci v roce 1989 se ho podařilo zachránit od demolice a následně

částečně obnovit (viz Přílohy – Obrázek 1). Dalším dříve vyhledávaným poutním místem byla místní část Dříš, kde se nalézá nedávno znovu postavená a vysvěcená kaple Panny Marie s léčivým pramenem, dále také několik zastavení křížové cesty. (Obec Deštné, 2016a)

Atraktivita a zajímavá místa

Na území obce a v nedalekém okolí se nachází několik přírodních rezervací. Za nejznámější se považuje národní přírodní rezervace Bukačka. Dále se v blízkosti nachází přírodní rezervace Pod Vrchmezím, Sedloňovský vrch, Jelení lázeň nebo např. přírodní památka Kačenčina zahrádka. (Mojeorlickehory.cz, 2016a)

Pokud jde o památky a atraktivita Deštného v O. h., mezi ty nejnavštěvovanější lze dle webových stránek vychodni-cechy.info (2016) zařadit nejvyšší vrchol Orlických hor Velkou Deštnou a Masarykovu chatu na Šerlichu.

Deštné v O. h. je známé tradičními sportovními akcemi jako je například Šediváčkův long, Rampušák nebo Orlický maraton, kterými se podrobněji zabývá podkapitola 5.2.7.

5.2 Analýza sportovně rekreačních služeb poskytovaných v zimní sezoně v Deštném v O. h.

V této kapitole se autorka bude zabývat analýzou vybraných sportovně rekreačních služeb dostupných v zimním období v destinaci Deštné v O. h. Autorka tedy záměrně vynechává analýzu jinak na území velmi vyhledávané cykloturistiky či pěší turistiky a dalších aktivit provozovaných výhradně mimo zimní sezonu.

5.2.1 Lyžařské areály

Dle webových stránek Ski centra Deštné v Orlických horách je nejvíce navštěvovaným lyžařským areálem ve zkoumané oblasti právě Ski centrum Deštné v Orlických horách - areál je rozdělen na střediska MARTA I a II. V následující tabulce je provedeno srovnání zmíněného Ski centra Deštné s ostatními lyžařskými areály na území obce Deštné v O. h.

Tabulka 1: Lyžařské areály

Název areálu	Počet vleků	Celková délka sjezdovek	Ostatní služby
Ski centrum Deštné	7+1 sedačková lanovka	4900 m	Snowpark, lyžařská škola s vlastním areálem, Yettiho hřiště, večerní lyžování, půjčovna a servis lyží a snowboardů, horská služba, skibus, občerstvení, parkování, směnárna, umělé zasněžování, sportovní akce
Tendr Šerlišský mlýn	2	560 m	Lyžařská škola, dětský vlek, půjčovna a servis lyží a snowboardů, občerstvení, parkování
Lyžařský vlek na Špičáku	1	610 m	Vytápěné občerstvení, dětský koutek, snowboardové překážky, parkování
Lyžařský vlek Start Jedlová	1	500 m*	Lyžařská škola, Út+Čt večerní lyžování, umělé zasněžování, občerstvení, půjčovna a servis lyží a snowboardů, parkování

Lyžařský areál pod Masarykovou chatou	1	550 m	Parkování a občerstvení na Masarykově chatě, lyžařská škola formou zájezdů SKI KLUB Dobruška.
---------------------------------------	---	-------	---

Zdroj: vlastní zpracování dle skicentrumdestne.cz, skidestne.cz, roznet.cz, tendrsvejda.cz, skidobruska.cz, 2016

*Poznámka: Údaj nebyl na www stránkách lyžařského vleku Start Jedlová uveden, jedná se o autorčin odhad.

Z tabulky č. 1 je na první pohled patrné, že Ski centrum Deštné je největším areálem co do počtu vleků, délky sjezdovek tak i poskytovaných doplňkových služeb. Bezplatné parkování a občerstvení je standardem každého z areálů vyjma areálu pod Masarykovou chatou. Kromě lyžařského vleku na Špičáku všichni ostatní nabízejí výuku v lyžařské škole.

Autorka zvolila pro srovnání cen časového jízdného na 1 den hlavní kategorie dospělé a děti do 10 let. Z tabulky č. 2 lze tedy vyčíst cenové rozdíly jízdenek jednotlivých lyžařských areálů.

Tabulka 2: Ceny jízdného na 1 den

Lyžařský areál	Dospělí	Děti do 10 let
Ski centrum Deštné	460,-	360,-
Tendr Šerlišský mlýn	300,-	250,-
Lyžařský vlek na Špičáku	290,-	230,-
Lyžařský vlek Start Jedlová	290,-	220,-
Lyžařský areál pod Masarykovou chatou	250,-	150,-*

Zdroj: vlastní zpracování dle skicentrumdestne.cz, skidestne.cz, roznet.cz, tendrsvejda.cz, skidobruska.cz, 2016

Poznámka: ceny jsou uvedeny v CZK, jsou platné v hlavní sezoně

* cena za dětské jízdné do 12 let

Z provedené analýzy vyplývá, že dražší jsou permanentky u Ski centra Deštné, u ostatních poskytovatelů se pohybují ve stejné cenové relaci. Kompletní informace o cenách jednotlivých typů jízdenek jsou uvedeny na internetových stránkách provozovatelů.

5.2.2 Půjčovny lyží a snowboardů

V Deštném v O. h. se nacházejí tři půjčovny lyží a snowboardů nabízející i kompletní servis. Do následující tabulky bylo zpracováno srovnání cen za vypůjčení setu pro děti do 110 cm, dospělé a běžeckého setu. Jak je z tabulky patrné, ceny kromě běžeckého setu v půjčovně POHL sport se příliš neliší. Kompletní informace o cenách za další dny a případný servis jsou uvedeny na internetových stránkách půjčoven.

Tabulka 3: Půjčovny lyží a snowboardů

Název půjčovny	Děti do 110 cm - lyže SET	Dospělí - lyže/snowboard SET	Běžky SET
Sport profi	200,-	340,-	220,-
Pohl sport	180,-	350,-	350,-
Tendr Ski	180,-	310,-	200,-

Zdroj: vlastní zpracování dle *sportprofi.cz*, *pohlspport.cz*, *skidestne.cz*, 2016

Poznámka: ceny jsou uvedeny v CZK za vypůjčení na 1 den

5.2.3 Běžkařské tratě

Konkrétně v Deštném v O. h. jsou dostupné běžecké okruhy o délkách 1, 2, 3, 4 a 5 km, ze kterých se lze přímo napojit na hlavní hřebenové trasy. Tyto okruhy jsou známé pod názvem Skuhrovské okruhy a slouží především pro tréninky lyžařského klubu Wikov SKI Skuhrov nad Bělou, z. s. (*Ski-skuhrov.cz*, 2016)

Lyžařský areál Ski centrum Deštné se stará i o úpravu běžeckých tratí, které navazují na síť 150 km upravovaných tras v rámci celých Orlických hor. Běžecké trasy jsou značené a upravované rolbou pro klasické lyžaře i pro ty, co raději na sněhu bruslí. Jako nejoblíbenější trasa se uvádí 22 km dlouhá trasa, které směřuje i přes nejvyšší vrchol Orlických hor. Zmíněná trasa začíná v Deštném, pokračuje přes Bunkrovku, Masarykovu chatu (Šerlich), Velkou Deštnou, Luisino údolí, Studený vrch a končí opět v Deštném. Jako alternativa pro běžkaře, kteří zrovna nevyhledávají převýšení je Jiráskova cesta, na kterou lze nastoupit na Šerlichu, kam lze pohodlně dojet autem. (*Mojeorlickehory.cz*, 2016b)

5.2.4 Wellness služby

V Deštném v O. h. se nenachází přímo specializované veřejné wellness centrum, které by tyto služby nabízelo. Wellness služby jsou zde poskytovány prostřednictvím hotelu nebo penzionů. Srovnání cen dostupných saun, vířivek a masáží bylo zpracováno do následujících tabulek.

Tabulka 4: Sauny v Deštném v O. h.

Název zařízení	Cena
Hotel Alfa Resort	2 os. 300 Kč/1 hod
Penzion Kozí chlívek	1-2 os. 390 Kč/1 hod
Penzion Köhler	2 os. 280 Kč/1 hod

Zdroj: vlastní zpracování dle www stránek zařízení, 2016

Tabulka 5: Vířivky v Deštném v O. h.

Název zařízení	Cena
Penzion Kozí chlívek	1-2 os. 390 Kč/1 hod
	3-4 os. 590 Kč/1 hod
Penzion Köhler	1-3 os. 390 Kč/1 hod
	4 os. 440 Kč/1 hod

Zdroj: vlastní zpracování dle www stránek zařízení, 2016

Tabulka 6: Masáže v Deštném v O. h.

Název zařízení	Cena*
Hotel Alfa Resort	450- 500 Kč
Penzion Kozí chlívek	380 - 790 Kč
Penzion Köhler	350 - 600 Kč

Zdroj: vlastní zpracování dle www stránek zařízení a vlastního zjištění, 2016

* cena závisí na typu masáže a délce trvání

U všech zařízení je nutné si termín masáže předem zarezervovat. Penzion Kozí chlívek nabízí klasické i netradiční masáže jakou je např. medová detoxikační masáž. Více informací lze dohledat na www.kozichlivek.cz/cs/masaze. V obci Deštné v O. h. jsou nabízeny také masáže, které jsou poskytovány jednotlivými soukromými subjekty, které masáže provozují přímo u zákazníka doma. Ceny těchto masáží se pohybují od 300 Kč do 700 Kč, opět záleží na typu masáže a délce trvání.

Penzion Kozí chlívek nabízí vedle zmíněných wellness služeb také aroma koupel v přírodní dřevěné vaně. Tato koupel trvá 20 minut a činí 250 Kč. Dále je zde k dispozici posilovna. (Kozichlivek.cz, 2016d a 2016e)

Posilovny lze využít i v budově Základní a Mateřské školy v Deštném v O. h. Dle zjištěných informací zde pronájem tělocvičny po předchozí domluvě činí 300 Kč/hod.

V obci Deštné v O. h. není žádný veřejný krytý bazén. Hotel Alfa Resort a penzion Köhler kryté bazény mají. Ty jsou určeny především pro ubytované hosty, ale po domluvě může i veřejnost této služby využít. Absenci veřejného krytého bazénu autorka hodnotí jako stěžejní nedostatek nabídky sportovně rekreačních služeb.

Další služby jako je pedikúra a manikúra dle internetových stránek TIC⁵ Deštné v O. h. (2016) zajišťuje Alena Havlíčková.

5.2.5 Bowling

Srub Karolina v Deštném v Orlických horách nabízí bowling jako další možnost odreagování a využití volného času. K dispozici jsou tři plně automatizované bowlingové dráhy. Otevřeno je denně od 14:00 do 22:00 hodin, v pátek a v sobotu až do 23:00 hodin. Vyžadují rezervaci termínu, po předchozí domluvě lze dohodnout i jiný čas mimo otevírací dobu. Pronájem dráhy na 1 hodinu činí 180 Kč - 290 Kč. Podrobnější informace o cenách lze dohledat na www.srub-karolina.cz/bowling/.

5.2.6 Sportovní prodejny, obchody

Dle autorčina zjištění se v obci nacházejí dvě sportovní prodejny a to konkrétně POHL SPORT a prodejna velkoobchodu JAKO. V prodejně SUVENÝR lze zakoupit zboží s místní tematikou, jakými jsou např. čokoláda s Masarykovou chatou, Rampušákovo víno, tričko s vládcem Orlických hor Rampušákem, Pohádky z Orlických hor či různé odznaky na turistické hole. V Reznerově pekařství lze pořídit domácí Deštenský žitný chléb. Dále se v obci nacházejí dvě prodejny s potravinami, kterými jsou COOP a Kačenčina cukrárna. V obci nechybí ani čerpací stanice EuroOil, prodejní galerie Ateliéru zvonaře a hrnčířky a nově otevřený módní salon Zdeňka.

⁵ TIC – Turistické informační centrum

5.2.7 Kulturní a sportovní akce

Kulturní a sportovní program Deštného v O. h. je dle členky kulturní komise obce Deštné v O. h. v zimních měsících celkem pestrý.[ústní sdělení], 19. 2. 2016

V příloze č. 3 je uveden kompletní seznam sportovních a kulturních akcí konaných v Deštném v O. h. v období podzim - zima 2015/2016.

Autorka se zde rozhodla přiblížit pouze několik nejznámějších akcí. Tradiční akcí je závod psích spřežení Šediváčkův long. Tento závod se koná vždy na konci ledna, letos proběhl jubilejní 20. ročník. (*Sedivackuv-long.cz*, 2016). Obrázek č. 4 je názornou ukázkou toho, jak závod probíhá – viz Přílohy.

Deštné v O. h. je známé rovněž sportovní akcí Excelent Soldiers, dříve známou pod názvem O'Neill Soldiers. Jedná se o freeski akci na největším skoku ve střední Evropě. Akce je tematicky stylizovaná do období Sudet. Na 10 metrů vysokém skoku, připomínajícím pevnost závodí nejlepší světoví freeskieři, kteří mají připomínat vojáky – „soldiery“ bránící pevnost neboli bunkr. Součástí této akce jsou večerní koncerty a party. (*Excelentsoldiers.cz*, 2016) Jak takový závod vypadá, je zřejmé z obrázku č. 5. (viz Přílohy)

5.3 Shromáždění podkladů a průběh šetření

Jak již bylo zmíněno v kapitole 2.2 Metodika práce, v počáteční fázi práce byly stanoveny výzkumné otázky společně s jednotlivými hypotézami. Hypotéz bylo určeno celkem sedm, z nichž jsou tři považovány za hlavní (první tři) a další čtyři za vedlejší. Následně byl vytvořen dotazník, který poslouží jako hlavní zdroj k ověření či vyvrácení hypotéz.

5.3.1 Pracovní hypotézy

Autorkou bylo zformulováno 7 hypotéz. Z toho jsou tři hlavní (první tři) a čtyři vedlejší hypotézy, které byly ověřovány především na základě výsledků dotazníkového šetření a také na základě odborné analýzy dat sekundárního výzkumu.

Tabulka 7: Hypotézy, jejich zdůvodnění a způsoby ověřování

Hypotéza č. 1	„Nejzajímavější zimní aktivita motivující k návštěvě Deštného v O. h. je lyžování.“
Zdůvodnění	Lyžování je velmi oblíbenou zimní sportovní rekreační aktivitou, v České republice má dlouholetou tradici. Je tedy možné konstatovat, že právě tato zimní aktivita nejvíce motivuje návštěvníky Deštného v O. h.
Způsob ověřování hypotézy	Hypotéza byla ověřována na základě výsledků dotazníkového šetření.
Hypotéza č. 2	„Návštěvníci hodnotí infrastrukturu a vybavenost Deštného v O. h. spíše špatně.“
Zdůvodnění	Z určitých zjištění vyplývá, že jednotlivé položky v otázce na infrastrukturu a vybavenost destinace budou návštěvníci hodnotit spíše špatně. Značný podíl na jejich názoru jistě budou hrát i nízké nákupní možnosti či frekvence jízd skibusů.
Způsob ověřování hypotézy	Hypotéza byla ověřována na základě výsledků dotazníkového šetření a obsahové analýzy dat.
Hypotéza č. 3	„Návštěvníci jsou se službami pro lyžaře/snowboardisty; příležitostmi pro zábavu, společenským vyžitím a nabídkou programů pro

	volný čas spíše spokojeni.“
Zdůvodnění	Výše zmíněné poskytované služby ve zkoumané destinaci lze vzhledem k nabídce okolních destinací vymežit za dostačující. Na základě toho je možné konstatovat, že návštěvníci Deštného v O. h. budou tyto služby hodnotit spíše dobře.
Způsob ověřování hypotézy	Hypotéza byla ověřována na základě výsledků dotazníkového šetření a obsahové analýzy dat.
Hypotéza č. 4	„Upřednostňovaným lyžařským areálem v Deštném v O. h. je Ski centrum Deštné.“
Zdůvodnění	Lyžařský areál Ski centrum Deštné je upřednostňován z důvodu jeho umístění, rozlohy, sedačkové lanovky, umělého zasněžování, večerního lyžování i sportovních akcí.
Způsob ověřování hypotézy	Hypotéza byla ověřována na základě výsledků dotazníkového šetření.
Hypotéza č. 5	„Průměrná délka pobytu návštěvníků Deštného v O. h. je 1-2 noci.“
Zdůvodnění	Z určitých zjištění vyplývá, že nejvíce návštěvníků přijíždí na víkendový dvoudenní pobyt, který je na poznání území, i přes jeho atraktivitu, dostačující. Zformulovaná hypotéza byla rovněž stanovena s přihlédnutím k všeobecnému trendu zkracujícího se pobytu (dovolené).
Způsob ověřování hypotézy	Hypotéza byla ověřována na základě výsledků dotazníkového šetření a obsahové analýzy dat.
Hypotéza č. 6	„Nejvíce využívaným ubytovacím zařízením v Deštném v O. h. jsou penziony.“
Zdůvodnění	Tato hypotéza byla stanovena na základě e-mailové korespondence s referentkou obce Deštné v O. h., kdy byl autorce zaslán seznam ubytovacích zařízení zvolené destinace (viz příloha č. 2). Převažujícím typem

	ubytovacích zařízení jsou zmíněné penziony.
Způsob ověřování hypotézy	Hypotéza byla ověřována na základě výsledků dotazníkového šetření a obsahové analýzy dat.
Hypotéza č. 7	„Návštěvníkům v nabídce destinace nejvíce chybí kulturní akce.“
Zdůvodnění	Z určitých zjištění vyplývá, že návštěvníci v nabídce nejvíce postrádají kulturní akce, přestože kulturní program v destinaci je pestrý (např. Ochotnické divadlo, Muzejní vlastivědné středky, Snow Film Fest – beseda + promítání, koncerty, plesy viz Příloha č. 3). Jako problém lze určit formu jejich propagace. Tato hypotéza byla podpořena sdělením členky kulturní komise.
Způsob ověřování hypotézy	Hypotéza byla ověřována na základě výsledků dotazníkového šetření.

Zdroj: vlastní zpracování, 2016

5.3.2 Struktura a obsah dotazníku

Součástí práce je zmiňovaný dotazník přiložený v příloze č. 1. Dotazník byl převzat z agentury CzechTourism a autorkou následně upraven. V úvodu dotazníku byl respondent seznámen s informacemi, co je cílem dotazníku, na co je zaměřen a k čemu bude sloužit, také se zde dotazovaný dočetl, že se jedná o anonymní dotazník. U jednotlivých otázek se vyskytovaly pokyny ke správnému vypracování. V závěru dotazníku bylo umístěno poděkování za odpovědi a čas věnovaný vyplnění dotazníku.

Obsahem dotazníku je dvacet otázek, z nichž bylo devatenáct uzavřených a jedna otevřená. Z uzavřených otázek byly tři hodnotící (na škále 1-5) a jedna otázka na zaškrtnutí líbilo/nelíbilo, případně na dopsání vlastního doplňujícího komentáře. Celkově z uzavřených otázek bylo jedenáct, které požadovaly výběr pouze jedné odpovědi, čtyři otázky dovolovaly výběr více odpovědí. Otázky v dotazníku se týkaly zjištění základních identifikačních údajů respondenta, jeho spokojenosti s dostupnými službami, hodnocení infrastruktury a vybavenosti. Zároveň byla respondentovi položena otázka týkající se zjištění, co mu v Deštném v Orlických horách nejvíce chybí. Jednotlivé otázky byly směřovány na cílovou skupinu návštěvníků zkoumané destinace.

5.3.3 Distribuce a sběr dotazníků

Dotazník byl vypracován v tištěné podobě a také byl dostupný v online podobě na stránkách Survio.com. Autorka požádala o spolupráci několik subjektů cestovního ruchu v oblasti Deštné v Orlických horách, a to konkrétně TIC⁶ Deštné v Orlických horách, Obecní úřad v Deštném v Orlických horách, Internetovou knihovnu obce Deštné v Orlických horách, penzion a restauraci Kozí chlívek, podnikovou chatu OSEVA UNI, a.s. a vedoucího okrsku Horské služby rovněž v Deštném v Orlických horách.

Jednotlivým subjektům byl na základě dohody zaslán určitý počet dotazníků. TIC⁷ bylo předáno 60 kusů, Obecnímu úřadu, Internetové knihovně, penzionu a restauraci Kozí chlívek 20 kusů, podnikové chatě OSEVA UNI, a.s. 35 kusů. Vedoucí deštnského okrsku Horské služby Deštné v Orlických horách byl nápomocný při zajišťování respondentů na internetové stránce Survio.com.

Dotazníkové šetření probíhalo v měsících leden až březen 2016. Výzkum byl záměrně uskutečňován pouze v uvedených měsících v zimním období v souvislosti s tématem bakalářské práce, která se zabývá právě problematikou sportovně rekreačních služeb v zimním období.

Dva z pěti výše zmíněných subjektů byly schopny zajistit vyplnění všech dotazníků, a to v poměrně krátkém časovém rozmezí. Zbývající tři subjekty bohužel nedokázaly potenciální respondenty o jejich vyplnění přesvědčit. Jako nejčastější důvod nezájmu o vyplnění dotazníků byla podle rozhovorů s jednotlivými subjekty identifikována větší délka a časová náročnost dotazníků.

5.3.4 Metody ověřování hypotéz

Jednotlivými použitými metodami k ověřování hypotéz bylo zvoleno dotazníkové šetření, jako jedna z velmi často používaných kvantitativních metod marketingového průzkumu, dále obsahová analýza textu a sekundárních zdrojů. Metoda dotazníkového šetření se autorce pro tento výzkum jevila jako vhodná, jelikož není finančně náročná a lze s její pomocí oslovit relativně velké množství osob. V této metodě autorka spatřuje i výhodu anonymity dotazovaných, která, jak se domnívá, do jisté míry ovlivňuje i rozhodnutí, zda se šetření zúčastnit či nikoliv.

⁶ TIC – Turistické informační centrum

⁷ TIC – Turistické informační centrum

Autorka při přípravě výzkumu postupovala následovně. Nejprve prostudovala relevantní odbornou literaturu, dále provedla obsahovou analýzu regionálního tisku, propagačních letáků, map atd. Následně se zaměřila na průzkum webových stránek TIC⁸ Deštné v Orlických horách, Obce Deštné v Orlických horách a na obsahovou analýzu etapové zprávy zima 2014 Královéhradeckého kraje, kterou provedla agentura Ipsos s.r.o. pro Českou centrálu cestovního ruchu (CzechTourism). V další fázi výzkumu byl sestaven dotazník a následně bylo zahájeno dotazníkové šetření. Především získané výsledky z dotazníkového šetření posloužily autorce k ověření hypotéz, stanovených na základě výzkumných otázek. Dle výsledků práce a zjištěných poznatků autorka předložila návrhy či doporučení na zlepšení stavu sportovně rekreačních služeb ve zkoumané oblasti.

5.4 Zpracování a interpretace výsledků

Po fázi sběru dotazníků následovala fáze zpracování dat. Pro zpracování dat byl autorkou zvolen program Microsoft Excel, ve kterém nasbíraná data setřídila do tabulek, z nichž poté výsledky za účelem lepší přehlednosti převedla do grafů. Na základě zjištěných faktů z dotazníkového šetření, ale i dle obsahové analýzy textu byly jednotlivé hypotézy potvrzeny či vyvráceny.

⁸ TIC – Turistické informační centrum

6 Shrnutí a diskuze výsledků

6.1 Analýza výsledků dotazníkového šetření

Výzkumu se zúčastnilo 194 respondentů, z nichž 89 vyplnilo dotazník online na internetové stránce <http://www.surveio.com/survey/d/X60706P7S6I6B1N6V>, dalších 105 dotazníků bylo vyplněno v podobě tištěné. Z třech prvních a zároveň hlavních hypotéz byly všechny hypotézy potvrzeny. Ze čtyř vedlejších hypotéz byly dvě potvrzeny a další dvě vyvráceny. Celkově tedy ze sedmi hypotéz jich bylo pět potvrzeno a dvě vyvráceny.

Do následující podkapitoly autorka zařadila pouze výsledky určitých otázek z dotazníkového šetření, které se bezprostředně týkají výzkumných otázek, a tedy i stanovených hypotéz. Kompletní výsledky dotazníkového šetření včetně vyhodnocení všech otázek doplněných o grafy jsou umístěny v Příloze č. 4.

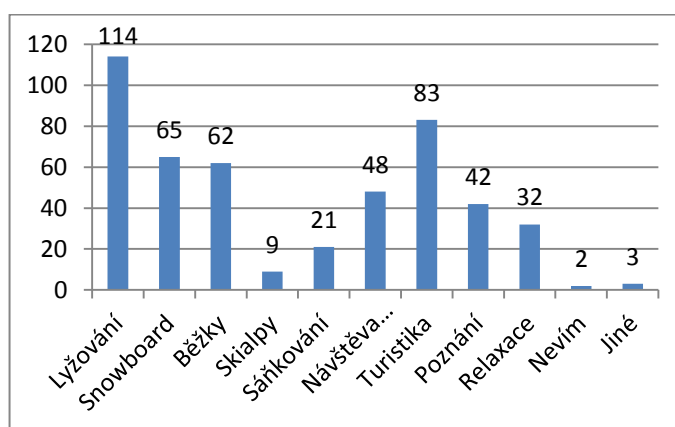
6.1.1 Výzkumné výsledky

Hypotéza č. 1

„Nejzajímavější zimní aktivita motivující k návštěvě Deštného v O. h. je lyžování.“

Tato hypotéza byla **potvrzena** na základě vyhodnocení otázky č. 16 („Která z těchto zimních aktivit je podle Vás největším lákadlem Deštného v O. h.?“)

Nejlákavější zimní aktivitou je podle respondentů opravdu lyžování. Za druhou nejlákavější zimní aktivitu respondenti považují turistiku. Na třetí místo zařadili snowboard, hned za něj běžky. Dotazovaní neopomenuli ani návštěvu sportovních akcí, které se v zimě na území Deštného v O. h. hojně konají.



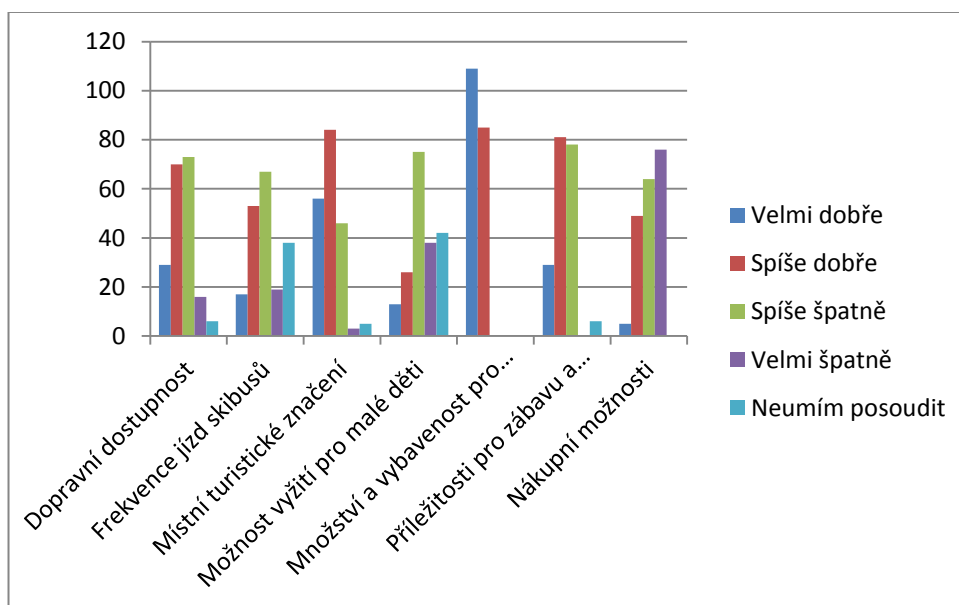
Graf 1: Zimní aktivity, které lákají návštěvníky do Deštného v O. h.
Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Hypotéza č. 2

„Návštěvníci hodnotí infrastrukturu a vybavenost Deštného v O. h. spíše špatně.“

Hypotéza č. 2 byla rovněž **potvrzena** na základě výsledků otázky č. 13 („Jak hodnotíte infrastrukturu a vybavenost?“)

Otázka hodnocení infrastruktury a vybavenosti se skládala z několika položek. Výsledky vypovídají, že dopravní dostupnost byla jen těsně hodnocená spíše špatně, položka frekvence jízd ski busů rovněž spíše špatně. Místní turistické značení je respondenty oceňováno spíše dobře, možnost vyžití pro malé děti opět spíše špatně. U položky množství a vybavenost pro sportovní aktivity jasně převládala odpověď velmi dobře. Příležitosti pro zábavu a společenské vyžití jsou posuzovány spíše dobře. U hodnocení nákupních možností byli respondenti kritičtí a hodnotili tuto položku velmi špatně. Celkově v součtu všech těchto položek hodnocení infrastruktury a vybavenosti jsou jednotlivé body posuzovány spíše špatně.



Graf 2: Infrastruktura a vybavenost

Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Názor respondentů šetření prováděného v rámci této práce na položky místní turistické značení; množství a vybavenost pro sportovní aktivity a příležitosti pro zábavu a společenské vyžití, se shoduje s výsledky etapové zprávy zadané centrálou CzechTourism(IPSOS s.r.o. 2014).

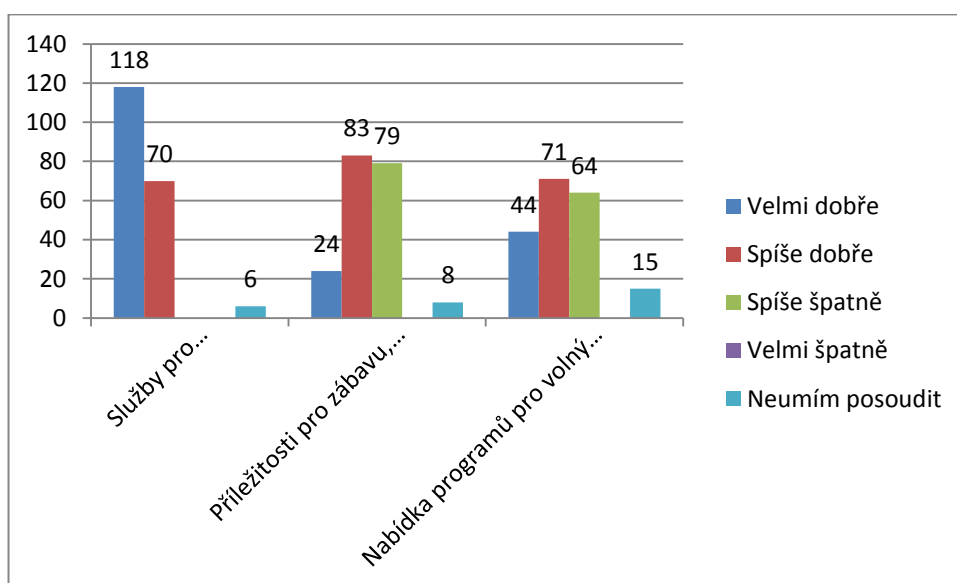
Hypotéza č. 3

„Návštěvníci jsou se službami pro lyžaře/snowboardisty; příležitostmi pro zábavu, společenským vyžitím a nabídkou programů pro volný čas spíše spokojeni.“

Výsledky otázky č. 11 („Jak jste spokojeni s následujícími službami poskytovanými v této destinaci?“) tuto hypotézu **potvrzují**.

Respondenti nejlépe hodnotili položku služby pro lyžaře/snowboardisty. Zde převládala odpověď velmi dobře. Další položky příležitosti pro zábavu, společenské vyžití a také nabídku programů pro volný čas posuzovali spíše dobře.

Výsledky hodnocení výše zmíněných položek, uskutečněných šetřením v rámci této práce, se shodují s výsledky průzkumu zadaného centrálou CzechTourism (IPSOS s.r.o. 2014).



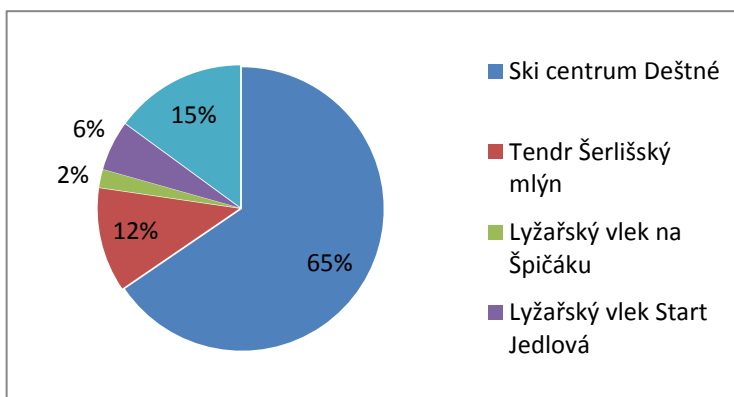
Graf 3: Spokojenost s nabídkou
Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Hypotéza č. 4

„Upřednostňovaným lyžařským areálem v Deštném v O. h. je Ski centrum Deštné.“
Tato hypotéza byla **potvrzena** na základě výsledků otázky č. 18 („Který lyžařský areál upřednostňujete?“)

Lyžařský areál Ski centrum Deštné je dle výsledků dotazníkového šetření skutečně nejvíce preferovaným lyžařským areálem. 65% dotazovaných dle uvedených odpovědí preferuje tento lyžařský areál z důvodu vyhovující dostupnosti, sedačkové lanovky, nejlepšímu zázemí, nejdelším sjezdovkám, největšímu počtu sjezdovek, výběru obtížnosti

tratě či lyžařské školičce. Dále zde respondenti uváděli odpovědi typu, že se rádi vrací tam, kde byli spokojeni nebo například, že Ski centrum Deštné nejvíce vyhovuje požadavkům, které onen respondent na ski areály má. 15% respondentů uvedlo, že neví, jaký lyžařský areál upřednostňuje. Dále 12% dotazovaných preferuje Tendr Šerlišský mlýn z důvodu klidného prostředí, vhodného pro rodiny s dětmi.



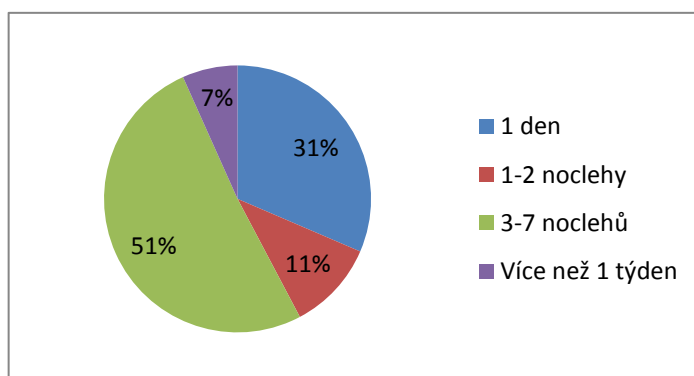
Graf 4: Preferovaný lyžařský areál
Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Hypotéza č. 5

„Průměrná délka pobytu návštěvníků Deštného v O. h. je 1-2 noci.“

Hypotéza č. 5 byla na základě výsledků otázky č. 5 („Jak dlouho jste se obvykle zdržel/a?“) a také na základě obsahové analýzy textu etapové zprávy Zima 2014, zadanou centrálou CzechTourism, **vyvrácena**.

Autorka se domnívala, že nejvíce návštěvníků přijíždí do destinace na víkendový dvoudenní pobyt, tedy na 1-2 noci. Nicméně dotazníkové šetření ukázalo, že zhruba polovina respondentů (51%) se v destinaci zdržuje na 3-7 nocí. Následují ti, kteří přijíždí pouze na 1 den. Méně návštěvníků zůstává na 1-2 noci, zřídka více než na 1 týden. Dotazování se uskutečnilo v měsících leden až březen, tedy v době jarních prázdnin, kdy se návštěvníci obvykle zdrží na více než 3 noci. Tato skutečnost pravděpodobně ovlivnila výsledek této otázky.



Graf 5: Délka pobytu
Zdroj: vlastní zpracování, 2016

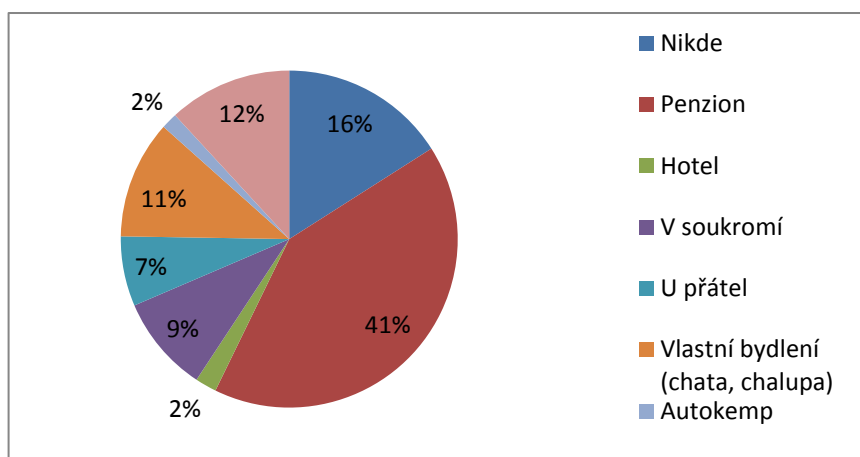
Hypotéza č. 6

„Nejvíce využívaným ubytovacím zařízením v Deštném v O. h. jsou penziony.“

Dle výsledků dotazníkového šetření a obsahové analýzy seznamu ubytovacích zařízení Deštného v O. h. (viz Příloha č. 2) jsou penziony nejvyužívanějším typem ubytování. Hypotéza tedy byla dle výsledků u otázky č. 6 („Kde jste se ubytoval/a?“) **potvrzena**.

Nejvíce dotazovaných se tedy ubytovalo v penzionu. Dále se jednalo o tzv. jednodenní návštěvníky, kteří se nikde neubytovali. Následovali ti, kteří zvolili možnost jiné, kde nejčastěji doplňovali vlastní odpověď - podniková chata. Jako další možnosti byly vybírány odpovědi vlastní bydlení a ubytování v soukromí. Velmi nepatrnou částí se staly hotely a autokemp.

Výsledek této otázky potvrzuje skutečnost, že ve zkoumané oblasti převažují penziony (viz Příloha č. 2). Do značné míry na častějším výskytu odpovědi jiné – podniková chata má jistě vliv fakt, že značný počet dotazníků (konkrétně 35) byl distribuován na podnikovou chatu OSEVA UNI, a. s.



Graf 6: Typ ubytování

Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Hypotéza č. 7

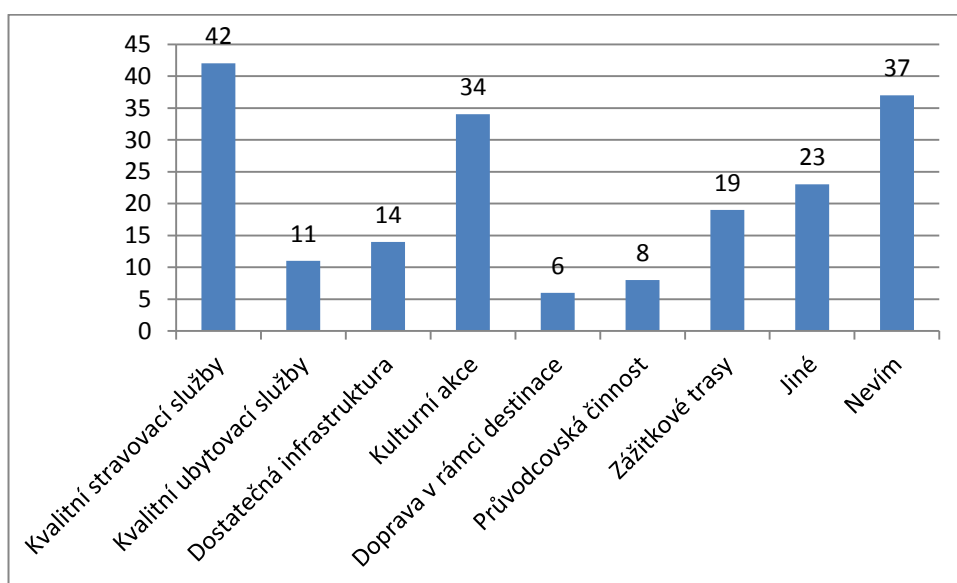
„Návštěvníkům v nabídce destinace nejvíce chybí kulturní akce.“

Tato hypotéza byla na základě výsledků u otázky č. 20 („Co podle Vás Deštnému v O. h. chybí?“) **vyvrácena**.

Autorka se domnívala, že nejvíce návštěvníkům v nabídce Deštného v O. h. chybí kulturní akce. Nicméně nejčastější odpovědí se staly kvalitní stravovací služby. Následovala poměrně velká skupina respondentů, kteří nedokázali určit, co jim v destinaci chybí. Přestože byla hypotéza vyvrácena, kulturní akce se umístili na třetím místě. Z toho lze vyvodit myšlenku, že kulturní akce hrají pro návštěvníky velkou roli, i co se týče spokojenosti s nabídkou destinace. Dále byla čteněji vybírána možnost jiné, kde

respondenti nejčastěji vpisovali vlastní komentáře, jako např. lepší nákupní možnosti, bazén, saunu, více sedačkových lanovek či letní sportoviště. Poté následovaly v pořadí zážitkové trasy, dostatečná infrastruktura, kvalitní ubytovací služby.

Návštěvníci v nabídce destinace nejméně absentují průvodcovskou činností a dopravu v rámci destinace. Z etapové zprávy zadané centrálou CzechTourism vyplývá, že návštěvníci Královéhradeckého kraje v drtivé většině přijíždějí autem (IPSOS s.r.o. 2014). Z toho autorka vyvozuje názor, že většina návštěvníků se po destinaci dopravuje vlastním automobilem, tudíž k přepravě nevyužívá dopravy v rámci destinace (skibusy). To považuje za vysvětlení, proč odpověď doprava v rámci destinace zvolilo pouze šest respondentů.



Graf 7: Co návštěvníkům v Deštném v O. h. chybí
Zdroj: vlastní zpracování, 2016

6.1.2 Diskuze výsledků

Cílem mé bakalářské práce bylo analyzovat nabídku současného stavu sportovně rekreačních služeb poskytovaných v zimní sezoně na území obce Deštné v Orlických horách a také prostřednictvím návštěvníků zhodnotit spokojenost s nabídkou těchto služeb. Pro

analýzu současného stavu nabídky zmíněných služeb bylo využito obsahové analýzy internetových stránek TIC⁹ Deštné v O. h., oficiálních stránek obce Deštné v O. h., stránek poskytovatelů služeb a dalších. Pro účely zjištění názorů a spokojenosti cílové skupiny bylo použito dotazníkového šetření, jehož kompletní výsledky jsou uvedeny v příloze č. 4.

Z výsledků obou forem průzkumu vyplynulo, že Ski centrum Deštné je nejpreferovanějším (viz otázka č. 18 a 19) a největším lyžařským areálem s největším výběrem doplňkových služeb na tomto území. Dalším poznatkem je nedostatek wellness služeb a to především krytého bazénu.

Dále lze na základě dotazníkového šetření konstatovat, že návštěvníci do destinace přijíždějí především kvůli lyžování a turistice, oceňují přírodu, místní turistické značení, služby pro lyžaře a snowboardisty a také kvalitu ubytování. Naopak v destinaci jim chybí kvalitní stravovací služby a kulturní akce. Objevují se i stížnosti na výši cen za služby, která podle nich často není odpovídající. Návštěvníci by rovněž uvítali lepší nákupní možnosti, více příležitostí pro zábavu a společenské vyžití a možnost vyžití pro malé děti. Častým upozorněním byl komentář návštěvníků k dopravní infrastruktuře, kdy upozorňovali na nedostatek parkovacích míst a neorganizovanost především při konání sportovních akcí.

Na základě poznatků z výzkumu byly vypracovány návrhy a doporučení, která jsou uvedena v kapitole č. 7.

⁹ TIC – Turistické informační centrum

7 Závěry a doporučení

Cílem této bakalářské práce bylo zjištění, jaký je současný stav nabídky sportovně rekreačních služeb poskytovaných v zimní sezoně v obci Deštné v Orlických horách a dále také zjištění, jak jsou návštěvníci s nabídkou těchto služeb spokojeni.

Dle výsledků jednotlivých šetření lze říci, že turistická destinace Deštné v Orlických horách je pro návštěvníky atraktivní především z důvodu možnosti provozování oblíbených zimních aktivit, jako je sjezdové a běžecké lyžování či snowboard (viz graf č. 23). K atraktivitě destinace přispívá i množství konaných sportovních akcí pro veřejnost, kterou je například světově známý freeski závod Excelent Soldiers (viz graf č. 24). Jako další plus pro atraktivitu destinace z hlediska cestovního ruchu je dle odpovědí návštěvníků (graf č. 21) uváděna příroda, údržba krajiny a atraktivita destinace. Kvalita ubytování je dle respondentů na vysoké úrovni. Zde návštěvníci především vyzdvihují stylové objekty, jakým je Srub Karolina a Penzion Kozí chlívěk.

Na základě získaných výsledků obou šetření autorka stanovila doporučení a návrhy, která by mohla přispět k zvýšení turistické atraktivity a zlepšení stavu sportovně rekreačních služeb nabízených v zimní sezoně.

- Zvýšit počet parkovacích míst (u lyžařských areálů, na Masarykově chatě)
- Při velkých sportovních akcích zajistit obsluhu parkoviště
- Zlepšit údržbu pozemních komunikací k některým ubytovacím zařízením
- Vytvořit zázemí pro běžkaře v běžeckém areálu
- Zajistit lepší stravovací služby na hřebeni Orlických hor (i v souvislosti s předpokládaným nárůstem návštěvníků po vystavění rozhledny na Velké Deštné v roce 2017)
- Rozšířit nabídku poskytovaných wellness služeb (především v případě nepříznivého počasí, nedostatku sněhu pro zimní sporty)
- Obnovit bazén v hotelu Area
- Zajistit společenský sál pro konání plesů, společenských akcí (hasičská zbrojnice jako náhrada společenského sálu mnohdy kapacitně nestačí)
- Aktualizovat a sjednotit základní údaje na www stránkách obce Deštné v O. h. (viz počet obyvatel - titulní strana 566, záložka historie obce 600 obyvatel)
- Aktualizovat a doplnit informace na www stránce TIC Deštné v O. h. (např. více rozvést tipy na výlety v okolí, tipy kam zajít na dobré jídlo – o stravovacích

zařízeních zde není ani zmínka, v záložce služby uvést informace o dostupných wellness službách včetně kontaktů na provozovatele, přidat mapy běžeckých tras a naučných stezek)

- Prodloužit otevírací dobu prodejen s potravinami (viz návštěvníci přijíždějící v sobotu odpoledne si nemají kde koupit ani pečivo)
- Zajistit lepší propagaci kulturních akcí (plakáty na veřejné nástěnce na návsi často strhne vítr, proto doporučuji dávat odkazy na konající se akce na titulní stranu www stránek obce Deštné nebo např. distribuovat info letáčky ubytovacím a stravovacím zařízením)
- Prodloužit otevírací doby barů, i restaurací (i ve všední dny, návštěvníci jsou zde např. o jarních prázdninách i v týdnu)
- Spolupráce jednotlivých subjektů cestovního ruchu (např. ihned po hlavní sezoně většina provozovatelů ubytovacích a stravovacích zařízení přeruší provoz ve stejný čas, doporučením je tedy domluva na prostřídání se přerušeno provozu)
- Pokusit se přilákat návštěvníky na vícedenní pobyty (např. formou balíčků služeb)
- Spolupracovat s místními drobnými podnikateli a tím vzájemně podporovat cestovní ruch

Autorka si je vědoma, že vše je z velké části otázkou ochoty místních lidí a dalších zájmových subjektů, peněz, provozuschopnosti i vlastnictví nemovitosti.

8 Seznam použitých zdrojů

8.1 Tištěné zdroje

- [1] HODAŇ, Bohuslav, DOHNAL, Tomáš, 2008. *Rekreologie*. 2. upr. a rozš. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. 281 s. ISBN 978-80-244-2197-1.
- [2] INDROVÁ, Jarmila a kol., 2007. *Cestovní ruch (základy)*. 1. vyd. Praha: Oeconomica. 120 s. ISBN 978-80-245-1252-5.
- [3] KIRÁLOVÁ, Alžběta, 2003. *Marketing: destinace cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Ekopress. 173 s. ISBN 80-86119-56-4.
- [4] KOTÍKOVÁ, Halina, 2013. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada. 208 s. ISBN 978-80-247-4603-6.
- [5] KOTÍKOVÁ, Halina, SCHWARTZHOFFOVÁ, Eva, 2014. *Cestovní ruch a rekreace*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. 190 s. ISBN 978-80-244-4430-7.
- [6] NEJDL, Karel, 2011. *Management destinace cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika. 204 s. ISBN 978-80-7357-673-8.
- [7] ORIEŠKA, Ján, 2010. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: IDEA SERVIS. 405 s. ISBN 978-80-85970-68-5.
- [8] ORIEŠKA, Ján, 1999. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: IDEA SERVIS. 244 s. ISBN 80-85970-27-9.
- [9] PALATKOVÁ, Monika, 2011. *Marketingový management destinací: strategický a taktický marketing destinace turismu, systém marketingového řízení destinace a jeho financování, řízení kvality v destinaci a informační systém destinace*. 1. vyd. Praha: Grada. 207 s. ISBN 978-80-247-3749-2.
- [10] PALATKOVÁ, Monika, 2006. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada. 341 s. ISBN 80-247-1014-5.
- [11] RYGLOVÁ, Kateřina, 2009. *Cestovní ruch – soubor studijních materiálů*. 3. rozš. vyd. Ostrava: Key Publishing. 187 s. ISBN 978-80-7418-028-6.
- [12] SLEPIČKOVÁ, Irena, 2005. *Sport a volný čas*. 2. vyd. Praha: Karolinum. 115 s. ISBN 80-246-1039-6.
- [13] VAŠTÍKOVÁ, Miroslava, 2014. *Marketing služeb – efektivně a moderně*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada. 268 s. ISBN 978-80-247-5037-8.

[14] ZELENKA, Josef, PÁSKOVÁ, Martina, 2012. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha. 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

8.2 Internetové zdroje

[15] ABBREVIATION FINDER.org. *Co je AIEST?* [online]. 2016. [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.abbreviationfinder.org/cs/acronyms/aiest.html>

[16] ALFA RESORT. *Ceník ubytování se snídaní 2015-2016*. [online]. 2016b. [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.alfaresort.cz/sites/default/files/styles/slideshow/public/cenik-ubytovani-2016.pdf>

[17] ALFA RESORT. *Služby resortu*. [online]. 2016a. [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.alfaresort.cz/sluzby-resortu>

[18] ANONYM. *Skicentrum Deštné v Orlických horách*. Kdyzjemizima.cz [online]. Poslední změna 08.04.2016 15:55 [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: http://www.kdyzjemizima.cz/destne-v-orlickych-horach/11_30_skicentrum-destne-v-orlickych-horach/?t=298

[19] DESTNE.info *Služby*. Turistické informační centrum [online]. 2016. [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.destne.info/sluzby/>

[20] EXCELENT SOLDIERS. *Soldiers Story*. [online]. 2016. [cit. 2016-04-17]. Dostupné z: <http://www.excelentsoldiers.cz/#>

[21] FANTA, Michal. *Excelent Soldiers poznalo svého vítěze*. [obrázek]. In: *rychnovský.denik.cz* [online]. Poslední změna 09.03.2015. [cit. 2016-04-17]. Dostupné z: http://rychnovsky.denik.cz/ostatni_region/excelent-soldiers-poznalo-sveho-viteze-20150309.html

[22] GRULICH, Ivan. *Ceník lyžařského vleku*. Roznět. [online]. Deštné v O. h. 2008b. [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: <http://www.roznet.cz/lyzarsky-areal-na-spicaku/cenik-lyzarskeho-vleku>

[23] GRULICH, Ivan. *O lyžařském areálu*. Roznět. [online]. Deštné v O. h. 2008a. [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: <http://www.roznet.cz/lyzarsky-areal-na-spicaku/o-lyzarskem-arealu>

[24] IPSOS s.r.o., Výzkum zaměřený na domácí cestovní ruch – souhrnná etapová zpráva. *Královéhradecko – Vyhodnocení etapy Zima 2014*. [online]. 2014. [cit. 2016-01-10]. Dostupné z: http://monitoring.czechtourism.cz/CzechTourism/res/zima2014/Kralovehradecko_Zi ma-2014_CZ.pdf

[25] KÖHLER s.r.o. *O pensionu Köhler*. [online]. 2016a. [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://kohler.cz/pension/>

- [26] KÖHLER s.r.o. *Ubytování – ceník*. [online]. 2016b. [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://kohler.cz/ubytovani/>
- [27] KOZÍ CHLÍVEK. *Aroma koupele*. [online]. 2016d. [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.kozichlivek.cz/cs/aroma-koupele>
- [28] KOZÍ CHLÍVEK. *Masáže*. [online]. 2016c. [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.kozichlivek.cz/cs/masaze>
- [29] KOZÍ CHLÍVEK. *Posilovna*. [online]. 2016e. [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.kozichlivek.cz/cs/posilovna>
- [30] KOZÍ CHLÍVEK. *Sauna*. [online]. 2016a. [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.kozichlivek.cz/cs/sauna>
- [31] KOZÍ CHLÍVEK. *Vířivka*. [online]. 2016b. [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.kozichlivek.cz/cs/virivka>
- [32] KRÁLOVÉHRADECKÝ KRAJ. *Turistická atraktivita (kostel/kaple)*. [obrázek]. In: *Mojeorlickehory.cz* [online]. [cit. 2016-01-30]. Dostupné z: http://www.mojeorlickehory.cz/destne-v-orlickych-horach/13_43582_kostel-sv-matouse/
- [33] MOJE ORLICKÉ HORY. *Bukačka – národní přírodní rezervace – Deštné v Orlických horách*. [online]. 2016a. [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: http://www.mojeorlickehory.cz/destne-v-orlickych-horach/13_4015_bukacka-narodni-prirodni-rezervace/
- [34] MOJE ORLICKÉ HORY. *Skicentrum Deštné v Orlických horách*. [online]. 2016b. [cit. 2016-01-31]. Dostupné z: http://www.mojeorlickehory.cz/destne-v-orlickych-horach/11_30_skicentrum-destne-v-orlickych-horach/
- [35] OBEC DEŠTNÉ. *Historie obce*. [online]. 2016a. [cit. 2016-01-30]. Dostupné z: <http://www.obec-destne.cz/obec-284/historie-obce/>
- [36] OBEC DEŠTNÉ. *Muzeum*. [online]. 2016b. [cit. 2016-01-30]. Dostupné z: <http://www.obec-destne.cz/obec-284/historie-obce/muzeum/>
- [37] POHLSPORT. *Půjčovna*. [online]. 2016. [cit. 2016-04-17]. Dostupné z: <http://www.pohlsport.cz/cs/pujcovna>
- [38] SKICENTRUM DEŠTNÉ. *Ceny – Ceny lyžařských vleků pro sezónu 2015/2016*. [online]. [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: <http://www.skicentrumdestne.cz/>
- [39] SKICENTRUM DEŠTNÉ. *Foto*. [obrázek]. [online]. [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: <http://www.skicentrumdestne.cz/#>
- [40] SKI KLUB Dobruška, o.p.s. *Lyžařská škola*. [online]. Poslední změna 18.03.2016a. [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: <http://www.skidobruska.cz/skola/>

- [41] SKI KLUB Dobruška, o.p.s. *Provoz vleku – ceník jízdného 2015/2016*. [online]. Poslední změna 18.03.2016b. [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: <http://www.skidobruska.cz/provoz-vleku.php>
- [42] SKI SKUHROV. *Lyžařské tratě v Deštném v Orlických horách*. [online]. Poslední změna 10.12.2014 18:26. [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: http://skiskuhrov.cz/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=12&Itemid=122
- [43] SPORT PROFI spol. s r. o. *Ceník půjčovny lyžařského vybavení a snowboardů 2015 – 2016*. [online]. [cit. 2016-04-17]. Dostupné z: <http://www.sportprofi.cz/rentservis/cenik.html>
- [44] SRUB KAROLINA. *Bowling*. [online]. 2016. [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.srub-karolina.cz/bowling/>
- [45] ŠEDIVÁČKŮV LONG. *Fotogalerie*. [obrázek]. [online]. 2010. [cit. 2016-04-17]. Dostupné z: http://www.sedivackuv-long.cz/?page_id=128
- [46] ŠEDIVÁČKŮV LONG. *Nepřízeň počasí zkrátila dvacátý ročník Šediváčkova Longu*. [online]. Poslední změna 29. 01. 2016. [cit. 2016-04-17]. Dostupné z: <http://www.sedivackuv-long.cz/?p=2950>
- [47] TENDR SKI s.r.o. – Skidestne.cz. *Ceník jízdného zima 2015/2016*. [online]. 2016b. [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: <http://www.skidestne.cz/sjezdovka-serlisskymlyn/cenik-jizdneho-zima-2015/>
- [48] TENDR SKI s.r.o. – Skidestne.cz. *Ceník půjčovny lyží a snowboardů Deštné*. [online]. 2016c. [cit. 2016-04-17]. Dostupné z: <http://www.skidestne.cz/pujcovna-a-servis-lyzi-a-snowboardu/cenik-pujcovny-lyzi-a-snowboardu-destne/>
- [49] TENDR SKI s.r.o. – Skidestne.cz. *Sjezdovka Šerlišský mlýn v Deštném*. [online]. 2016a. [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: <http://www.skidestne.cz/sjezdovka-serlisskymlyn/>
- [50] TENDR Švejda s.r.o. *Ceník lyžařského vleku START*. [online]. [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: http://www.tendrsvajda.cz/index.php?page=cenik_vlek
- [51] TENDR Švejda s.r.o. *O nás*. [online]. [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: <http://www.tendrsvajda.cz/index.php?page=uvod>
- [52] VÝCHODNÍ ČECHY. *Deštné v Orlických horách – Památky-atraktivita*. [online]. 2016. [cit. 2016-04-15]. Dostupné z: <http://www.vychodni-cechy.info/destne-v-orlickych-horach/pamatky-atraktivita/>
- [53] ŽLÁBKOVÁ, Ludmila. *Skláři v Deštném po roce roztopili pec na dřevo*. [obrázek]. In: *Novinky.cz* [online]. Poslední změna 02.08.2015. [cit. 2016-01-30]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/cestovani/376575-sklari-v-destnem-po-roce-roztopili-pec-na-drevo.html>

8.3 Ostatní zdroje

- [54] ČLENKA KULTURNÍ KOMISE OBCE DEŠTNÉ V O. H. *Diskuze o kulturních, sportovních a církevních akcích pořádaných v Deštném v O. h.* [ústní sdělení], osobní komunikace. Deštné v O. h., 19. 2. 2016.
- [55] ČLENKA KULTURNÍ KOMISE OBCE DEŠTNÉ V O. H. *Dotaz ohledně kalendáře pořádaných kulturních a sportovních akcí v zimě v Deštném v O. h.* [písemné sdělení - email], osobní komunikace, 17. 2. 2016.
- [56] KATALOGOVÁ MAPA DEŠTNÉ V O. H. Tištěný propagační leták.
- [57] REFERENTKA OBCE DEŠTNÉ V O. H. *Dotaz ohledně seznamu a kapacitě ubytovacích zařízení v Deštném v O. h.* [písemné sdělení - email], osobní komunikace, 13. 1. 2016.
- [58] SKICENTRUM DEŠTNÉ V O. H. Tištěný propagační leták. 2015-2016.
- [59] ŠEDIVÁČKŮV LONG. *Mezinárodní etapový závod psích spřežení – XX. ročník.* Tištěný propagační leták. 2016.

9 Seznam zkratek, tabulek, obrázků a grafů

Seznam použitých zkratek

AIEST	Association Internationale d'experts Scientifiques du Tourisme (Mezinárodní asociace vědeckých expertů cestovního ruchu)
CR	Cestovní ruch
DS	Divadelní spolek
TIC	Turistické informační centrum
UNWTO	The United Nations World Tourism Organization (Světová organizace cestovního ruchu)
WTO	World Tourism Organization (Světová organizace cestovního ruchu)

Seznam tabulek

Tabulka 1: Lyžařské areály	18
Tabulka 2: Ceny jízdného na 1 den	19
Tabulka 3: Půjčovny lyží a snowboardů	20
Tabulka 4: Sauny v Deštném v O. h.	21
Tabulka 5: Vířivky v Deštném v O. h.	21
Tabulka 6: Masáže v Deštném v O. h.	21
Tabulka 7: Hypotézy, jejich zdůvodnění a způsoby ověřování	24
Tabulka 8: Uváděné důvody výběru preferovaného lyžařského areálu.....	XXI

Seznam obrázků

Obrázek 1: Kostel sv. Matouše	XXIII
Obrázek 2: Tavení skla dřevem	XXIII
Obrázek 3: Ski centrum Deštné - Areál MARTA I	XXIII
Obrázek 4: Šediváčkův Long.....	XXIV
Obrázek 5: Excelent Soldiers	XXIV

Seznam grafů

Graf 1: Zimní aktivity, které lákají návštěvníky do Deštného v O. h.	29
Graf 2: Infrastruktura a vybavenost	30
Graf 3: Spokojenost s nabídkou	31
Graf 4: Preferovaný lyžařský areál.....	32
Graf 5: Délka pobytu	32
Graf 6: Typ ubytování.....	33
Graf 7: Co návštěvníkům v Deštném v O. h. chybí	34
Graf 8: Pohlaví respondentů.....	IX
Graf 9: Věk respondentů	IX
Graf 10: Zásah reklamou	X
Graf 11: Návštěvnost	X
Graf 12: Délka pobytu	XI
Graf 13: Typ ubytování	XI
Graf 14: S kým návštěvníci přijeli.....	XII
Graf 15: Dojezdová vzdálenost	XII
Graf 16: Důvod návštěvy	XIII
Graf 17: Spokojenost s návštěvou destinace	XIII
Graf 18: Spokojenost s nabídkou	XIV
Graf 19: Spokojenost s úrovní běžkařských tratí	XV
Graf 20: Infrastruktura a vybavenost.....	XVI
Graf 21: Spokojenost návštěvníků destinace s jednotlivými aspekty	XVII
Graf 22: Budoucí návštěva destinace	XVII
Graf 23: Zimní aktivity, které lákají návštěvníky do Deštného v O. h.....	XVIII
Graf 24: Sportovní akce	XIX
Graf 25: Preferovaný lyžařský areál	XIX
Graf 26: Co návštěvníkům v Deštném v O. h. chybí	XXII

10 Přílohy

10.1 Seznam příloh

Příloha č. 1: Dotazník.....	I
Příloha č. 2: Seznam ubytovacích zařízení v Deštném v O. h.....	VI
Příloha č. 3: Kalendář akcí PODZIM - ZIMA 2015/2016.....	VIII
Příloha č. 4: Kompletní výsledky dotazníkového šetření.....	IX
Příloha č. 5: Obrazová příloha.....	XXIII
Příloha č. 6: Zadání práce.....	XXV

Příloha č. 1: Dotazník

Dotazník*Sportovně rekreační služby se zaměřením na segment zimní rekreace v destinaci
Deštné v O. h.*

Cílem tohoto dotazníku je získat přehled o názorech respondentů na destinaci Deštné v O. h., především na jejich spokojenost s poskytovanými službami. Výsledky všech dotazníků budou zpracovány jako podklad pro bakalářskou práci studentky Univerzity Hradec Králové.

Dotazník je **anonymní**.

1. Pohlaví: Muž Žena**2. Věk:** Méně než 18 let 36-45 let 18-26 let 46-59 let 27-35 let 60 a více**3. Zaznamenal/a jste před svým příjezdem nějakou reklamu/upoutávku na tuto destinaci? Pokud ano, jakou? (Zaškrtněte max. 3 odpovědi.)** Nezaznamenal/a jsem žádný druh Venkovní reklama

reklamy

 Reklama na internetu Reklama v tisku TV reklama Reklama v rádiu Jiné**4. Už jste někdy navštívil/a tuto destinaci?** Ne, jsem zde poprvé. Ano, pravidelně tuto destinaci navštěvuji. Ano, 1 - 2x. Ano, více než 3x.**5. Jak dlouho jste se obvykle zdržel/a?** 1 den 1-2 noci 3-7 nocí Více než 1 týden

6. Kde jste se ubytoval/a?

Nikde

Penzion

Hotel

V soukromí

U přátel

Vlastní bydlení (chata, chalupa)

Autokemp

Jiné

7. S kým jste Deštné v O. h. navštívil/a?

Sám/sama

S partnerem/partnerkou

S přáteli/známými

S rodinou/děťmi

Se školou

Jiné

8. Z jaké vzdálenosti jste přijel/a?

Do 20 km

21- 40 km

41- 60 km

61-100 km

Nad 100 km

9. Převažujícím důvodem Vaší návštěvy Deštného v O. h. je: (Vyberte jen 1)

Poznání

Relaxace

Turistika a Sport

Kulturní akce a Zábava

Návštěva přátel, příbuzných

Práce

Zdraví

Jiné

10. Byl/a jste spokojený/á s návštěvou Deštného v O. h.?

Ano

Spíše ano

Spíše ne

Ne

11. Jak jste spokojeni s následujícími službami poskytovanými v této destinaci? (hodnoťte na stupnici 1 až 5 kdy 1: Velmi dobře, 2: Spíše dobře, 3: Spíše špatně, 4: Velmi špatně, 5: Neumím posoudit)

Služby pro lyžaře/snowboardisty

1 2 3 4 5

Příležitosti pro zábavu, společenské vyžití

1 2 3 4 5

Nabídka programů pro volný čas

1 2 3 4 5

12. Jak jste spokojeni s běžkařskými tratěmi? (1: Velmi dobře, 2: Spíše dobře, 3: Spíše špatně, 4: Velmi špatně, 5: Neumím posoudit)

Upravenost 1 2 3 4 5

Množství 1 2 3 4 5

Značení 1 2 3 4 5

13. Jak hodnotíte infrastrukturu a vybavenost?(1: Velmi dobře, 2: Spíše dobře, 3: Spíše špatně, 4: Velmi špatně, 5: Neumím posoudit)

Dopravní dostupnost 1 2 3 4 5

Frekvence jízd skibusů 1 2 3 4 5

Místní turistické značení 1 2 3 4 5

Možnost vyžití pro malé děti 1 2 3 4 5

Množství a vybavenost pro sportovní aktivity 1 2 3 4 5

Příležitosti pro zábavu a společenské vyžití 1 2 3 4 5

Nákupní možnosti 1 2 3 4 5

14. Ohodnoťte, co se Vám při návštěvě destinace líbilo či nelíbilo. (Zaškrtněte, případně dopište.)

	Líbilo (+)	Nelíbilo (-)	Nevím
Kvalita ubytování			
Kvalita stravování			
Dopravní infrastruktura (silnice, parkoviště)			
Údržba krajiny			
Přístup místních lidí			
Atraktivita destinace			

Příroda			
Značení tras			
Výše cen za služby			
Jiné (vypíšte)			

15. Uvažujete o opakované návštěvě destinace?

- Ano, v nejbližší době
 Spíše ne
 Ano, ale někdy později
 Nevím, nedokážu říci

16. Která z těchto zimních aktivit je podle Vás největším lákadlem Deštného v O. h.?

(Pokud zaškrtnete více odpovědí, zvolte pořadí.)

- Lyžování
 Turistika
 Snowboard
 Poznání
 Běžky
 Relaxace
 Skialpy
 Nevím
 Sáňkování
 Jiné.....
 Návštěva sportovních akcí

17. Která z těchto sportovních akcí, konajících se v zimním období v Deštném v O. h., je podle Vás nejatraktivnější?

(Pokud zaškrtnete více odpovědí, zvolte pořadí.)

- Šediváčkův long
 Freeride Just Ride
 Orlický maraton
 Rampušák
 Excelent Soldiers
 Nevím

18. Který lyžařský areál upřednostňujete?

- Ski centrum Deštné
 Lyžařský vlek Start Jedlová
 Těndr Šerlišský mlýn
 Nevím
 Lyžařský vlek Na Špičáku

*Pokud jste odpověděli **nevím**, přeskočte na otázku č.20.*

19. A proč?

.....

20. Co podle Vás Deštnému v O. h. chybí? (Zaškrtněte max. 3 odpovědi.)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Kvalitní stravovací služby | <input type="checkbox"/> Doprava v rámci destinace |
| <input type="checkbox"/> Kvalitní ubytovací služby | <input type="checkbox"/> Průvodcovská činnost |
| <input type="checkbox"/> Dostatečná infrastruktura (<i>silnice, parkoviště, ...</i>) | <input type="checkbox"/> Zážitekové trasy |
| <input type="checkbox"/> Kulturní akce | <input type="checkbox"/> Jiné |
| | <input type="checkbox"/> Nevím |

Děkuji za Vaše odpovědi a čas věnovaný vyplnění tohoto dotazníku.

**Příloha č. 2: Seznam ubytovacích zařízení v Deštném v O. h
Hotely**

R.2008 lůžek	Číslo domu	Zařízení	Adresa
50 (70)	Čp. 180	Alba	
58 (60)	Čp. 2	Area	Jiří Kylar, Poděbradova 211, 547 01 Náchod (nájemce)
68 (92)	Čp. 9, če. 0106	Deštná	Vratislav Hejzlar, Běloveská 944, 547 01 Náchod
50 (53)	Čp. 178	Domov	Horská chata, s.r.o., čp. 178, 517 91 Deštné v O. h.
70 (60)	Če. 0270	Jedlová	
45 (50)	Čp. 322	Masarykova chata	Drahomír Tyburec, nám. TGM. 46, 547 01 Náchod
20	Čp. 145	Na Staré cestě	Jiří Tomeš, čp. 432, 517 91 Deštné v O. h.
40 (48)	Čp. 184	Orlice	Jaroslav Žert, Jana Zajíce 21, 170 00 Praha 7 (majitel) Pavel SaksI, Červenková 526, 182 00 Praha 8 (nájemce)
60 (65)	Čp. 18 a 19	Panorama	Ladislav Čtvrtečka, Na škvárovně 368, 549 32 Velké Poříčí
47 (48)	Čp. 175	Praha	Renova s. r. o., Houdkovice 12, 518 01 Dobruška
90	Čp. 314, 315, 418	Šerlišský Mlýn	Jiří Elsner, čp. 349, 517 91 Deštné v O. h.

Penziony

R.2008 lůžek	Číslo domu	Zařízení	Adresa
12+	Čp. 379, 381	Arnika	Tanger Club s. r. o., Jana Mikešová, čp. 379, 517 91 Deštné v O. h.
35 (39)	Čp. 427	Zákoutí + chatky	Jiří Dařílek, Dvořákova 990, 516 01 Rychnov n. Kn.
18 (20)	Čp. 65	Detecha	Roman Hercík – Betostav, Nádražní 362, 549 01 Nové Město n.M.
32 (38)	Čp. 226	Eva	Josef Brychta, čp. 59, 517 91 Deštné v O. h.
15 (17)	Čp. 63	Hofman	Jan Hofman, čp. 63, 517 91 Deštné v O. h.
30 (35)	Čp. 45	Jiskra	Nikol Musilová, Tř. Míru 2669, 530 02 Pardubice (nájemce) Josef Drašner, Smilova 403, 530 02 Pce (majitel)
32	Čp. 315	Kačenka u ŠM	Tomáš Klinský, Mokrý 239, 500 03 HK
28 (35)	Čp. 329	Köhler	Jiří Köhler, Havlíčkova 1113, 547 01 Náchod
35 (47)	Čp. 176	Květa	Josef Mervart, Opočenská 833, 518 01 Dobruška
76 (70)	Čp. 239 a 240	Kristýna a Lenka	Karel Zachariáš a Jiří Pacourek, čp. 239, 517 91 Deštné v O. h.
41	Čp. 10	Na Lučině	Zdeněk Čipera, U suchého dubu 1408, 530 02 Pardubice
35 (20)	Čp. 187	Sport	Pavel Synek, Mírová 1438, 516 01 Rychnov n. Kn.
36	Čp. 155	Orličan	František Špulák, Hroška 67, 518 01 Dobruška
47 (56)	Čp. 221	Prim	Jan Štěpán, Jedlová 221, 517 91 Deštné v O. h.
55 (85)	Čp.11 a če. 0269	Na potoce	RM-S Holding, a. s. Podvinný mlýn 2178/6, 190 00 Praha Libeň
14	Čp. 350	Patera	Tomáš Patera, Hrubínova 1457, 500 02 HK 2
43 (35)	Če. 0256-0264, 124	Radost	Pavel Špulák, Hroška 67, 518 01 Dobruška
30 (28)	Če. 0281	Satelit	Hana Smutná, Kaštánky 1438, 549 01 Nové Město n. Met.
28 (20)	Čp. 29	Kukačka	Čtibor Bortlík, E. Beneše 1432, 500 12 HK
20 (38)	Čp. 183	Šedý vlk	Renova s. r. o., Houdkovice 12, 518 01 Dobruška (majitel) Irena Lörinczová, Říčanská 101, 252 43 Průhonice
14 (35)	Če. 0204	Mlýn u skály	Lucie Taterová, Lipová 53, 503 21 Stěžery
18 (23)	Čp. 366	Tendr SKI	Tomáš Klinský, Mokrý 239, 500 03 HK
39 (38)	Čp. 417	Horská chata START	TENDR Švejda s. r. o., čp. 60, 517 91 Deštné v O. h.
20 (32)	Če. 0112	U Supa	Pepas, s. r. o., Sadová 1360, 517 41 Kostelec n. Orl.
24	Čp. 258	U Sv. Matouše	Vilém Matyáš, čp. 258, 517 91 Deštné v O. h.
50 (45)	Če. 0105	Veba	Eva Smutná, čp. 432, 517 91 Deštné v O. h.
12 (16)	Čp. 425	Veranda	Petr Vysoký, Tyršova 866, 547 01 Náchod

Podnikové chaty

R.2008 lůžek	Číslo domu	Zařízení	Adresa
21	Če. 0277	ČP PCE	Česká pošta, s. p. OZ VČ, Na Hrádku 105, 532 05 Pce
22 (28)	Čp. 27	Jakub	Ústav územního rozvoje Brno, Jakubské nám.3, 602 00 Brno
23	Čp. 229	Jeřábinka	Stavební bytové družstvo, V lipkách 894, HK
80	Čp. 78 a 79	Jitřenka	Východočeská energetika, a. s. Sladkovského 215, 501 03 HK
10	Čp. 316	LČR	Přemyslova 1106, 501 68 Hradec Králové
20	Čp. 51	Orlická nemocnice Rk	Orlická nemocnice, Jiráskova 506, 516 23 Rychnov n. Kn.
21	Čp. 31	Oseva UNI	Oseva UNI, a. s., Na Bílé 1231, 565 01 Choceň
31	Čp. 157	Perla	PV OS TOK ČaM, Lochmanova 64, 562 19 Ústí n. Orl.
20	Čp. 24	TJ Černilov	Tělocvičná jednota Sokol v Černilově, čp. 409, 503 43 Černilov
25	Čp. 28	VAK HK	VAK HK, a. s., Víta Nejedlého 893, 500 03 HK
86	Če. 05-09	Vojenské výcv. středisko HK	VÚ 6950 Boleslav, 250 02 Stará Boleslav
30+48	Čp. 266 a če. 0241-0252	DCŽM Vesmír	DCŽM Vesmír, Čp. 266, 517 91 Deštné v O. h.

Soukromí

R.2008 lůžek	Číslo domu	Zařízení	Adresa
12	Čp. 62	Drašnarová	Zdeňka Drašnarová, Orlická 981, 518 01 Dobruška
10 (19)	Čp. 125	Disk	Josef Hepnar, čp. 125, 517 91 Deštné v O. h.
12	Čp. 341	Kotroušová	Miloslava Kotroušová, čp. 341, 517 91 Deštné v O. h.
14 (15)	Če. 0135	Kunc	Vlastislav Kunc, Orlická 993, 518 01 Dobruška
10	Čp. 441	Krob	Petr Krob, Hroška 23, 518 01 Dobruška
10	Če. 055	Křoustková	Vendula Křoustková, Rybníčky 261, 517 03 Skuhrov n. B.
10	Čp. 172	Musilová, Matějková	Iva Musilová, Průmyslová 931, 500 02 Hradec Králové
14	Čp. 350	Patera	Tomáš Patera, Hrubínova 1457, 500 02 Hradec Králové 2
25	Čp. 241	Truhlárna	Petr Verner, 517 91 Deštné v O. h.
12 (10)	Čp. 7	Verner	Václav Verner, čp. 7, 517 91 Deštné v O. h.
20	Če. 072	U Brodu	Miroslava Špinarová, čp. 169, 582 51 Šlapánov

Apartmány v trojčatech

R.2008 lůžek	Číslo domu	Zařízení	Adresa
4	Čp.	Pod vlekem	Petr Kovář, Kramolna 203, 547 01 Náchod
8	Čp.	U vleku	Lenka Vysoká, Krásnohorské 275, 547 01 Náchod
36	Čp.	Barvita	Barvita a. s., Štřelecká 45, 500 22 HK
4	Čp.	Apartmán	Miroslav Sychrovský, Kramolna 202, 547 01 Náchod
4	Čp.	Až u vleků	Ivana Průšová Limonová, Kramolna 82, 547 01 Náchod
4	Čp.	Deštné	Petr Vysoký viz. Veranda
6	Čp.	U Marty	Infoapartman
4	Čp. 438	Boček	Petr Boček, Štefánikova 1149, 517 41 Kostelec n. O.
8	Čp. 439	Meca	Valdemar Meca, Vodnická 52/8139, 149 00 Praha 4
4	Čp.	SAV	SAV s. r. o., Turkovice 101, 533 63 Turkovice
4	Čp. 439	Kristlová	Eva Kristlová, Dr. E. Beneše 284, 517 21 Týniště n.O.
?	Čp.	SKIPRO	SKIPRO s. r. o. Evropská 116, Praha 6, 160 00 Praha

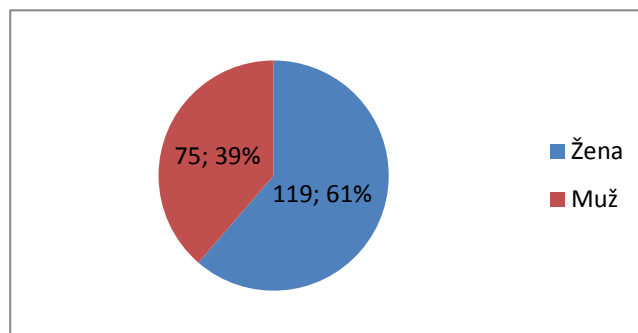
Příloha č. 3: Kalendář akcí PODZIM - ZIMA 2015/2016

datum	akce	místo
24. 10. 2015	Podzimní krmítkování	Muzeum
30. – 31. 10. 2015	Zvěřinové hody	Kozí chlívek
	Den s Horskou službou	Parkoviště
6. – 8. 11. 2015	Svatomartinská husa	Karolina
13. - 15. 11. 2015	Svatomartinská husa	Kozí chlívek
14. 11. 2015	Poslední leč	Radost
29. 11. 2015	Adventní dílny	ZŠ a MŠ Deštné v O. h.
29. 11. 2015	Rozsvěcení vánočního stromu	Náves
4. 12. 2015	Vypouštění balónků	
4. 12. 2015	Mikulášská besídka	Orlice
5. 12. 2015	Čerti	obec
19. - 20. 12. 2015	Odpoledne s pohádkovou babičkou a kořenářkou	Kozí chlívek
21. – 22. 12. 2015	Vánoční prodej kaprů	Alba
27. 12. 2015	Snow film fest	Muzeum
27. 12. 2015	Orlický pohár	Běžecký areál
28. 12. 2015	Vánoční koncert	Kostel sv. Máří Magdalény
29. 12. 2015	Ochotnické divadlo	Hasičská zbrojnice
30. 12. 2015	Snow film fest	Muzeum
31. 12. 2015	Silvestrovský koncertek	Kostel sv. Máří Magdalény
31. 12. 2015	Konec roku, hladu a žizni	Krmelec u Kozího chlívku
31. 12. 2015	Silvestr na stráni Open air Marta II	Deštnenské svahy Skicentrum
14. 1. 2016	Ochotnické divadlo	Hasičská zbrojnice
15. – 17. 1. 2016	Český pohár ve snowboardingu Just ride	Skicentrum
20. 1. 2016	Vlastivědná muzejní středa	Muzeum
21. 1. 2016	Ochotnické divadlo	Hasičská zbrojnice
26. - 30. 1. 2016	Šediváčkův long	Jedlová
27. 1. 2016	Vlastivědná muzejní středa	Muzeum
28. 1. 2016	Ochotnické divadlo	Hasičská zbrojnice
2. 2. 2016	Pohádka	Muzeum
3. 2. 2016	Vlastivědná muzejní středa	Muzeum

4. 2. 2016	Ochotnické divadlo	Hasičská zbrojnice
5. 2. 2016	Maškarní zábava	Orlice
6. – 7. 2. 2016	Orlický maraton	Běžecký areál
9. 2. 2016	Pohádka	Muzeum
10. 2. 2016	Vlastivědná muzejní středa	Muzeum
11. 2. 2016	Ochotnické divadlo	Hasičská zbrojnice
16. 2. 2016	Pohádka	Muzeum
17. 2. 2016	Vlastivědná muzejní středa	Muzeum
18. 2. 2016	Ochotnické divadlo	Hasičská zbrojnice
19. 2. 2016	Školní ples	Tělocvična
23. 2. 2016	Pohádka	Muzeum
24. 2. 2016	Vlastivědná muzejní středa	Muzeum
25. 2. 2016	Ochotnické divadlo	Hasičská zbrojnice
3. – 5. 3. 2016	ExcelentSoldiers	Skicentrum
1.3. 2016	Pohádka	Muzeum
2. 3. 2016	Vlastivědná muzejní středa	Muzeum
3. 3. 2016	Ochotnické divadlo	Hasičská zbrojnice
8. 3. 2016	Pohádka	Muzeum
9. 3. 2016	Vlastivědná muzejní středa	Muzeum
9. 3. 2016	Okresní přebor	Běžecký areál
10. 3. 2016	Ochotnické divadlo	Hasičská zbrojnice
11. 3. 2016	Den mozku	ZŠ a MŠ Deštné v O. h.
12. 3. 2016	Kritérium posledního sněhu	Běžecký areál
16. 3. 2016	Vlastivědná muzejní středa	Muzeum
17. 3. 2016	Ochotnické divadlo	Hasičská zbrojnice
19. 3. 2016	Rampušák	Skicentrum
23. 3. 2016	Vlastivědná muzejní středa	Muzeum
26. 3. 2016	Karneval pro děti	Orlice
26. – 27. 3. 2016	Velikonoční putování	
30. 3. 2016	Vlastivědná muzejní středa	Muzeum

Příloha č. 4: Kompletní výsledky dotazníkového šetření**Identifikační údaje - Otázka č.1: Pohlaví**

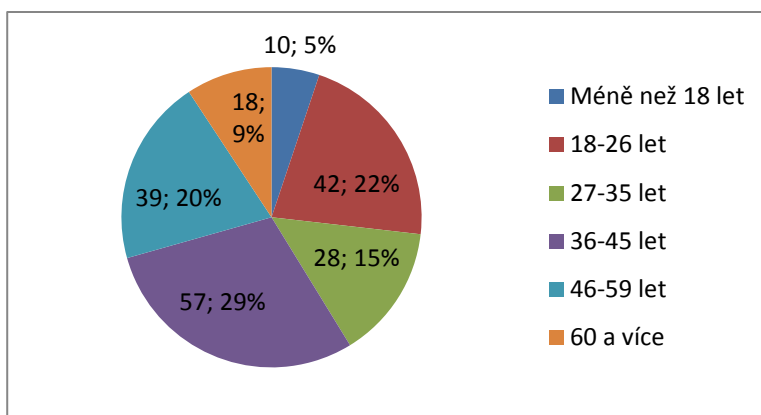
Z celkového počtu 194 respondentů se dotazníkového šetření zúčastnilo 119 žen (61%) a 75 mužů (39%).



Graf 8: Pohlaví respondentů
Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Identifikační údaje - Otázka č.2: Věk

Co se týče věkové skladby respondentů, nejpočetnější skupinou byli respondenti ve věku 36 - 45 let (57). Jako druhá nejpočetnější skupina se projevila skupina respondentů ve věku 18 - 26 let (42). Jen o něco méně četnou skupinou byli dotazovaní ve věku 46 - 59 let (39), dále následovali respondenti ve věku 27 - 35 let (28). Méně odpovědí se autorce vrátilo od lidí ve věku 60 a více let (18) a nejméně od osob mladších 18ti let (10). Z grafu č. 2 lze vyčíst procentuální vyjádření věkového složení respondentů.

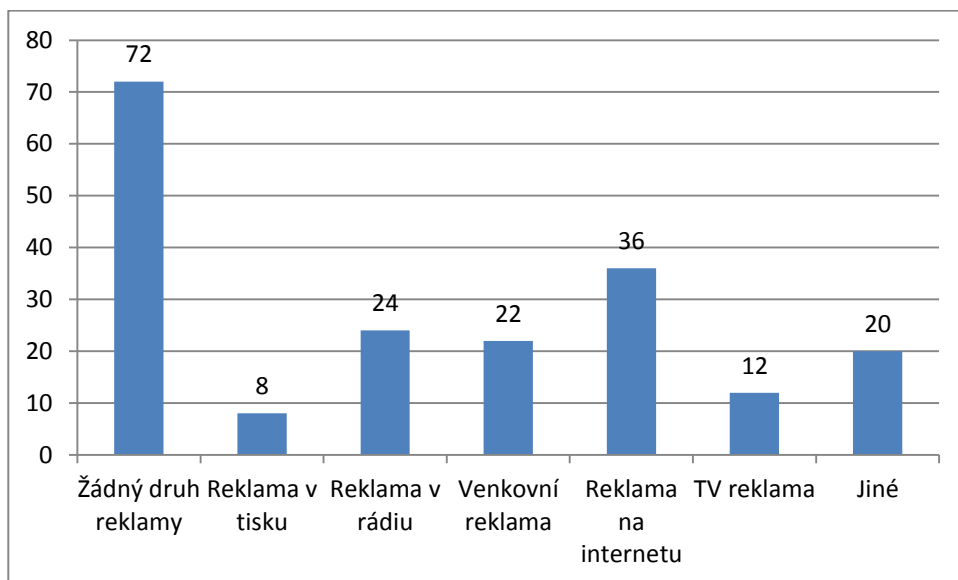


Graf 9: Věk respondentů
Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Otázka č. 3: Zaznamenal/a jste před svým příjezdem nějakou reklamu/upoutávku na tuto destinaci?

U této otázky značně převládala odpověď, že návštěvníci před svým příjezdem nezaznamenali žádný druh reklamy. Tuto odpověď zvolilo 72 respondentů. Jako častá odpověď byla uváděna reklama na internetu (36 respondentů). Následovaly možnosti

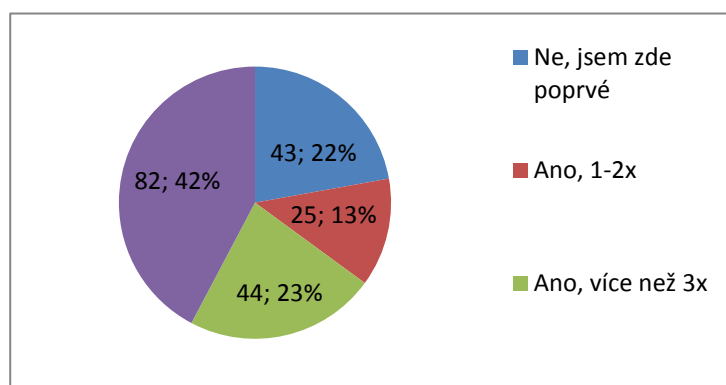
s vyrovnaným počtem odpovědí – reklama v rádiu (24 respondentů), venkovní reklama (22), možnost jiné zvolilo 20 dotazovaných, kteří uváděli odpovědi např. Facebook, školu, Holidayinfo nebo skutečnost, že destinaci znají, tudíž žádné informace nevyhledávali. Jen nepatrnou část představovaly možnosti TV reklama (12) a reklama v tisku (8).



Graf 10: Zásah reklamou
Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Otázka č. 4: Už jste někdy navštívil/a tuto destinaci?

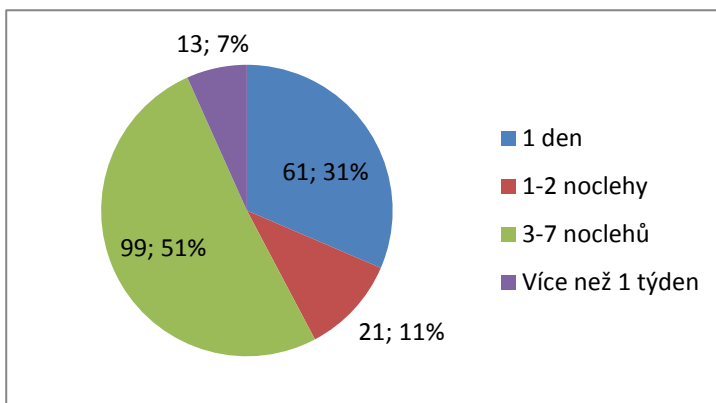
Na tuto otázku tvořila významnou část odpověď respondentů, že destinaci pravidelně navštěvují (82). Téměř shodně odpovědi získaly možnosti, že respondent destinaci navštívil více než 3x (44) a možnost, že je zde návštěvník poprvé (43). Nejméně respondentů navštívilo destinaci 1-2x (25).



Graf 11: Návštěvnost
Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Otázka č. 5: Jak dlouho jste se obvykle zdržel/a?

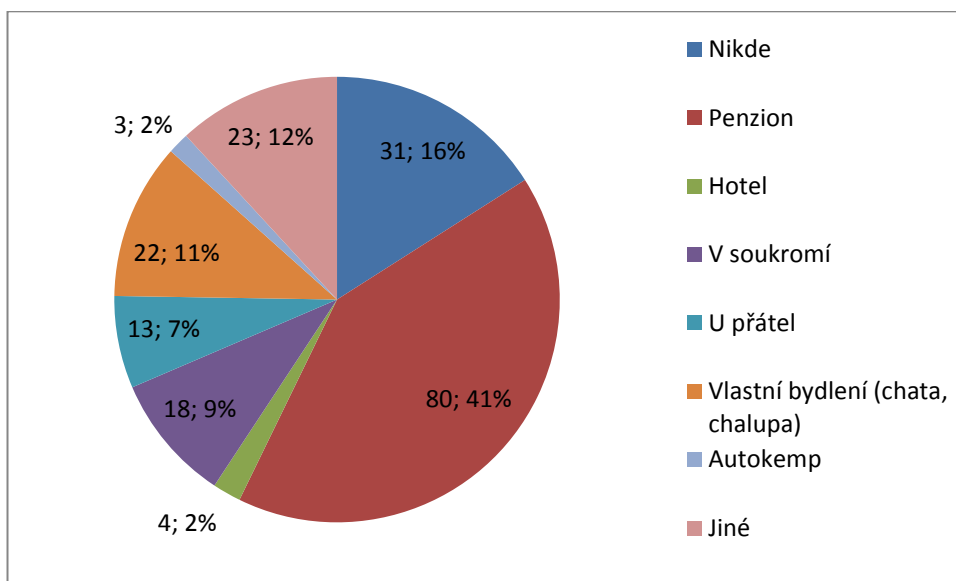
Největší skupinu tvoří ti, kteří se v destinaci zdrželi na 3-7 noclehů (99 respondentů). Následují ti, kteří se zdrželi pouze na 1 den (61). Méně návštěvníků zůstává na 1-2 noclehy (21), natož více než na 1 týden (13). Tento výsledek byl ovlivněn jarními prázdninami, kdy se návštěvníci obvykle zdrží na více než 3 noclehy.



Graf 12: Délka pobytu
Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Otázka č. 6: Kde jste se ubytoval/a?

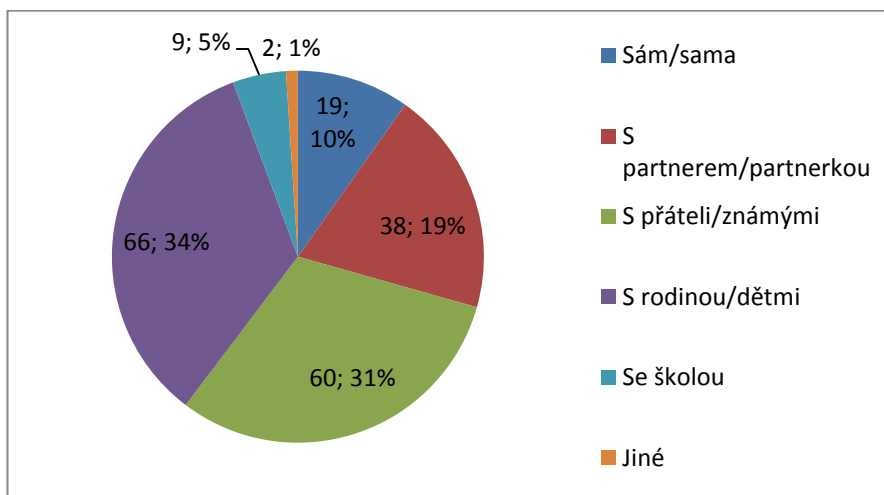
Z grafu si lze všimnout, že celých 41% dotazovaných se ubytovalo v penzionu. Dále se jednalo o tzv. jednodenní návštěvníky, kteří se nikde neubytovali (16%). 12% respondentů zvolilo možnost jiné, kde nejčastěji doplňovali vlastní odpověď - podniková chata. Jako další možnosti byly vybírány odpovědi vlastní bydlení (11%), ubytování v soukromí (9%). Velmi nepatrnou částí se staly hotely (2%) a autokemp (2%). Tento výsledek potvrzuje skutečnost, že ve zkoumané oblasti převažují penziony. Do značné míry na častějším výskytu odpovědi jiné - podniková chata má jistě vliv fakt, že značný počet dotazníků (konkrétně 35) byl distribuován na podnikovou chatu OSEVA UNI, a.s.



Graf 13: Typ ubytování
Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Otázka č. 7: S kým jste Deštné v O. h. navštívili/a?

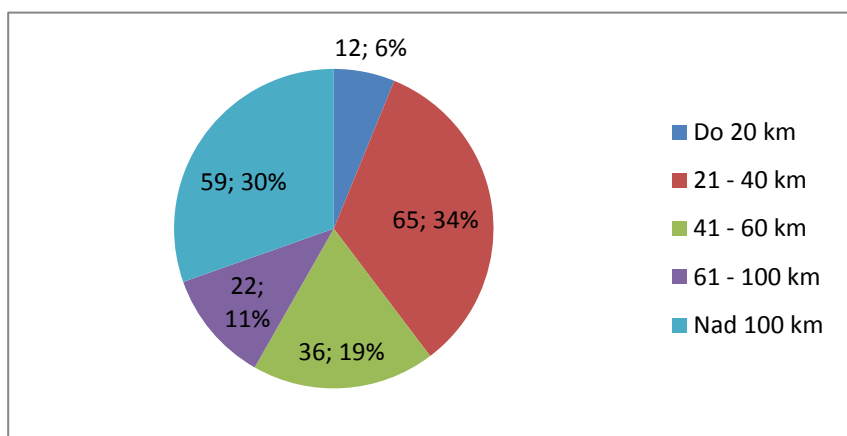
Dotazování do destinace nejčastěji přijíždějí s rodinou/děťmi (34%), nebo s přáteli/známými (31%). 19% respondentů navštívilo území s partnerem/partnerkou, 10% pouze sami, 5% se školou a pouze 1% zvolilo možnost „jiné“, kde vepsali odpověď, že území navštívili několikrát, ale pokaždé s někým jiným.



Graf 14: S kým návštěvníci přijeli
Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Otázka č. 8: Z jaké vzdálenosti jste přijel/a?

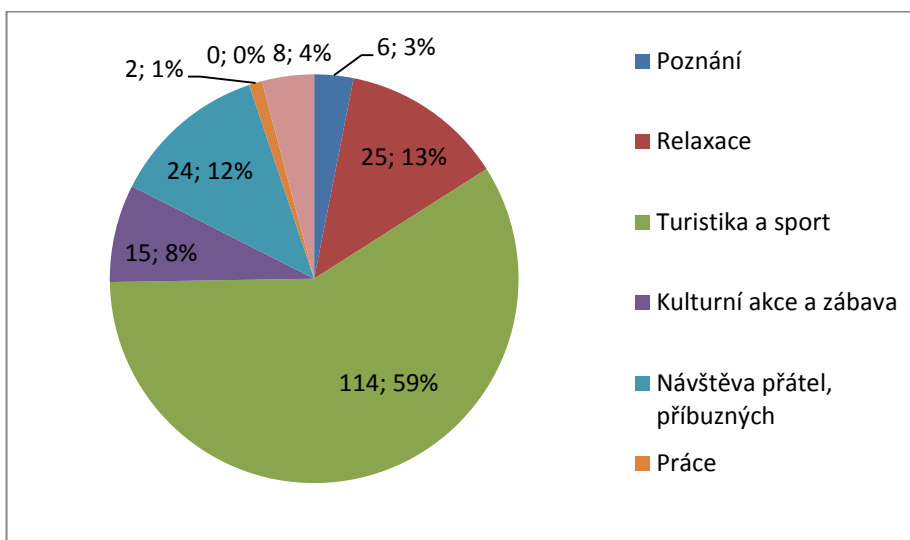
Nejvíce respondentů do destinace přijelo ze vzdálenosti 21- 40 km (34%), poté následuje skupina s největší dojezdovou vzdáleností – nad 100 km (30%). Dále jde o respondenty ze střední vzdálenosti 41 – 60 km (19%). Méně bylo dotazovaných ze vzdálenosti 61 - 100 km (11%) a z nejbližšího okolí se dotazníkového šetření účastnilo pouze 6%.



Graf 15: Dojezdová vzdálenost
Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Otázka č. 9: Převažujícím důvodem Vaší návštěvy Deštného v O. h. je:

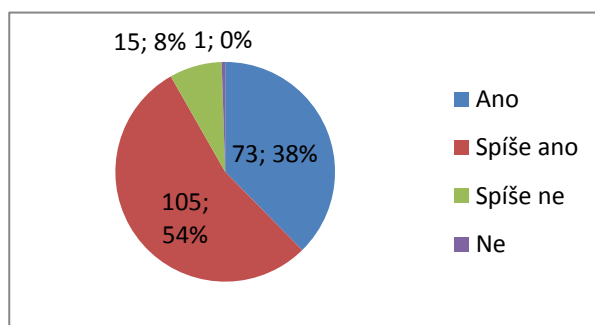
V rámci otázky týkající se hlavního důvodu návštěvy destinace byla nejčastější odpovědí turistika a sport (59%). Jako druhý nejčastější důvod své návštěvy respondenti zvolili relaxaci (13%), hned za ní návštěvu přátel a příbuzných (12%). 8% dotazovaných do Deštného v O. h. vyrazí za kulturními akcemi a zábavou, 4% dotazovaných má jiný důvod – zde respondenti doplňovali např. pobyt s rodinou, školní výlet či chalupaření. Jen nepatrná část (3%) se v zimě vydá do Deštného v O. h. za poznáním, za prací je to pak pouze 1%. Jako důvod své návštěvy - zdraví nevedl žádný z respondentů.



Graf 16: Důvod návštěvy
Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Otázka č. 10: Byl/a jste spokojený/á s návštěvou Deštného v O. h.?

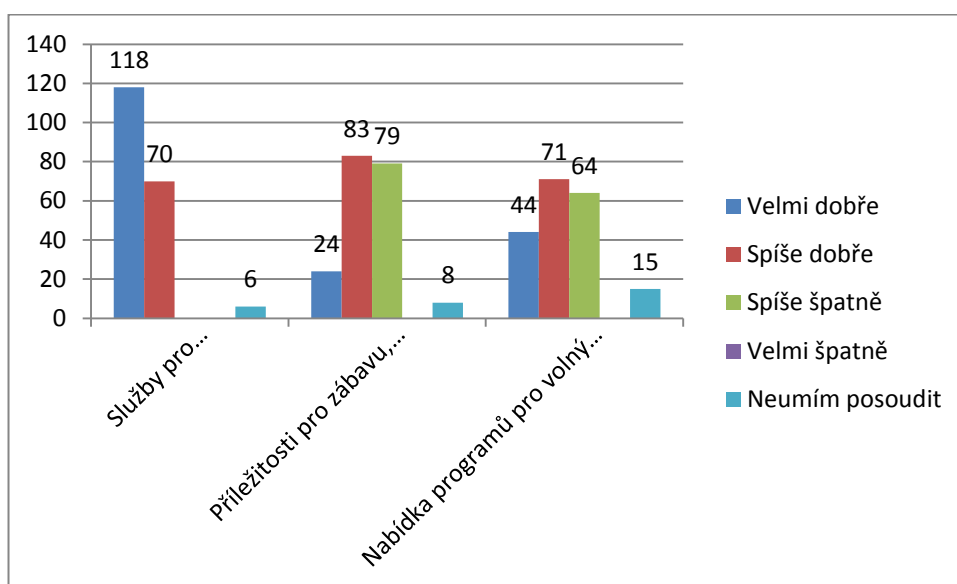
U otázky týkající se spokojenosti s návštěvou Deštného v O. h. si 54% dotazovaných zvolilo možnost spíše ano. Následovala skupina respondentů, kteří byli s návštěvou destinace spokojeni (38%). 8% dotazovaných bylo s návštěvou spíše nespokojeno a pouze 1 respondent byl s návštěvou vyloženě nespokojen.



Graf 17: Spokojenost s návštěvou destinace
Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Otázka č. 11: Jak jste spokojeni s následujícími službami poskytovanými v této destinaci?

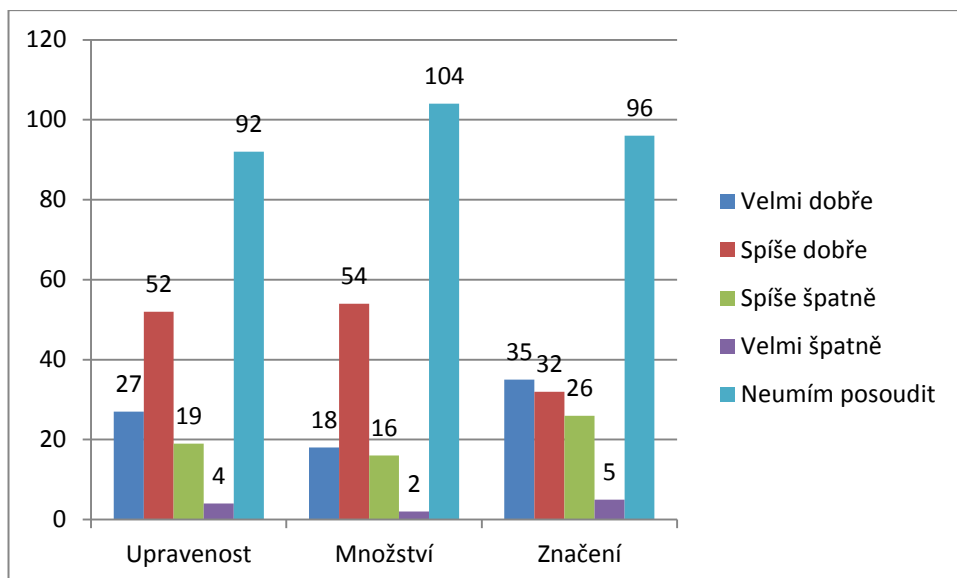
V této otázce měli respondenti za úkol vyjádřit, jak jsou spokojeni se službami poskytovanými v destinaci. Respondenti nejvíce ocenili služby pro lyžaře/ snowboardisty, zde převládala odpověď velmi dobře (118x). 83 respondentů hodnotilo příležitosti pro zábavu, společenské vyžití spíše dobře. 71 dotazovaných nabídku programů pro volný čas posuzovalo spíše dobře.



Graf 18: Spokojenost s nabídkou
Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Otázka č. 12: Jak jste spokojeni s běžkařskými tratěmi?

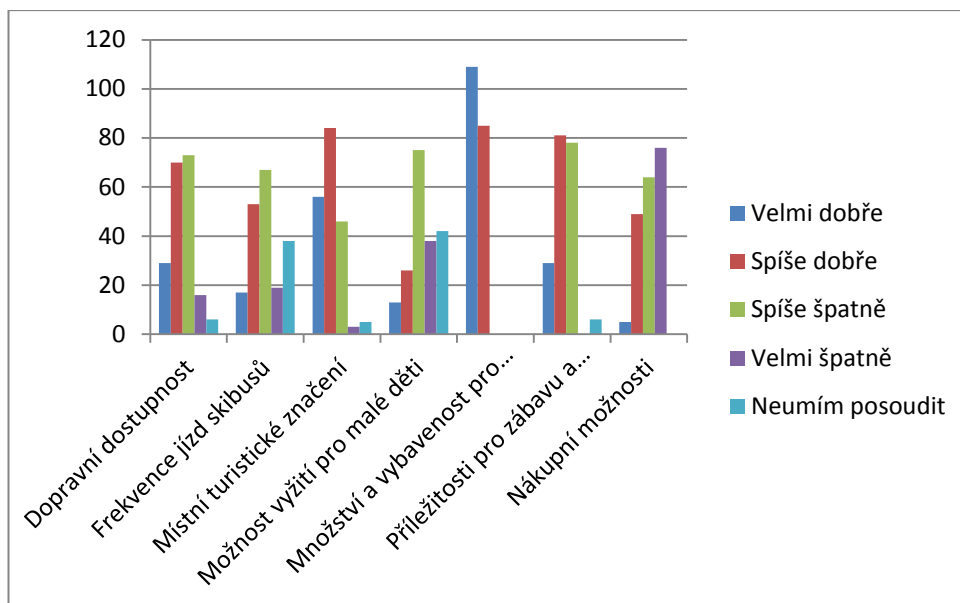
U této otázky měli respondenti ohodnotit upravenost, množství a značení běžkařských tratí. Zde naprosto převládala odpověď, že respondenti nejsou schopni posoudit kvalitu běžkařských tratí. Z grafu č. 19 lze vyčíst, že zbývající část respondentů hodnotila položky upravenost a množství spíše dobře. Značení běžkařských tratí je respondenty posuzováno velmi dobře.



Graf 19: Spokojenost s úrovní běžkařských tratí
Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Otázka č. 13: Jak hodnotíte infrastrukturu a vybavenost?

Otázka hodnocení infrastruktury a vybavenosti se skládala z několika položek. Výsledky vypovídají, že dopravní dostupnost byla jen těsně hodnocena spíše špatně (73x), položka frekvence jízd ski busů rovněž spíše špatně (67x). Místní turistické značení je respondenty oceňováno spíše dobře (84x), možnost vyžití pro malé děti opět spíše špatně (75x). U položky množství a vybavenost pro sportovní aktivity jasně převládala odpověď velmi dobře (109x). Příležitosti pro zábavu a společenské vyžití jsou posuzovány spíše dobře (81x). U hodnocení nákupních možností byli respondenti kritičtí a hodnotili tuto položku velmi špatně (76). Celkově v součtu všech těchto položek hodnocení infrastruktury a vybavenosti jsou jednotlivé body posuzovány spíše špatně.



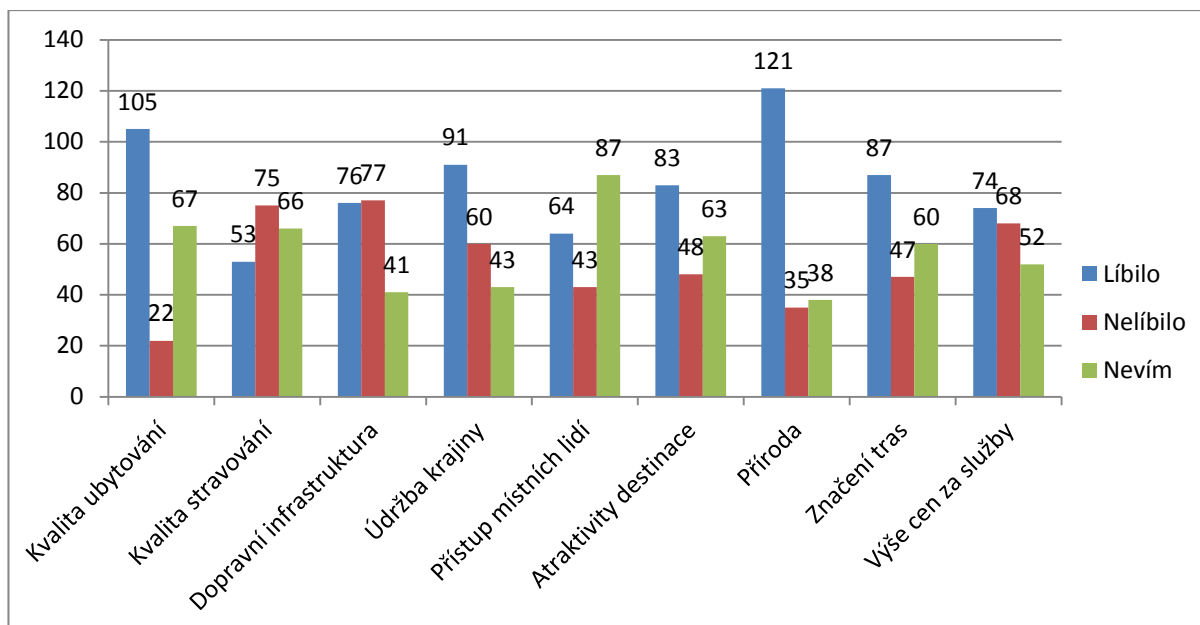
Graf 20: Infrastruktura a vybavenost

Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Otázka č. 14: Ohodnoťte, co se Vám při návštěvě destinace líbilo či nelíbilo.

Jak lze z grafu č. 21 vyčíst, u návštěvníků destinace Deštné v O. h. převažovala spíše spokojenost. Nejvíce návštěvníci oceňují přírodu, kvalitu ubytování, údržbu krajiny a značení tras. Oproti tomu jsou nejvíce nespokojeni s dopravní infrastrukturou a kvalitou stravování. Přístup místních lidí většina dotazovaných nedokázala zhodnotit.

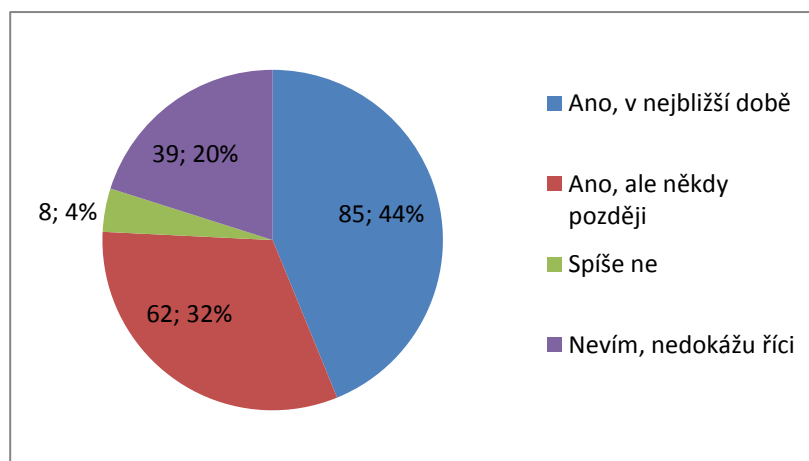
Nejvíce připomínek se vyskytovalo u položky dopravní infrastruktura, kde si respondenti stěžovali nejčastěji na „nedostačující parkoviště při konání sportovních akcí“ a také na „neorganizovanost“. O výši cen za služby se respondenti místy vyjadřovali jako o „často neodpovídající“. V kolonce kvalita stravování se vyskytoval komentář „malý výběr“ nebo také „proměnlivá“.



Graf 21: Spokojenost návštěvníků destinace s jednotlivými aspekty
Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Otázka č. 15: Uvažujete o opakované návštěvě destinace?

Na dotaz, zda návštěvníci Deštného v O. h. plánují v budoucnu opakovanou návštěvu, odpovědělo 44% respondentů ano, v nejbližší době. 32% dotázaných odpovědělo rovněž ano, ale návštěvu plánují někdy později. 20% respondentů nedokázalo vyjádřit, zda znovu destinaci navštíví. 4% dotázaných uvedla, že se opětovně navštívit Deštné v O. h. spíše nechystá.

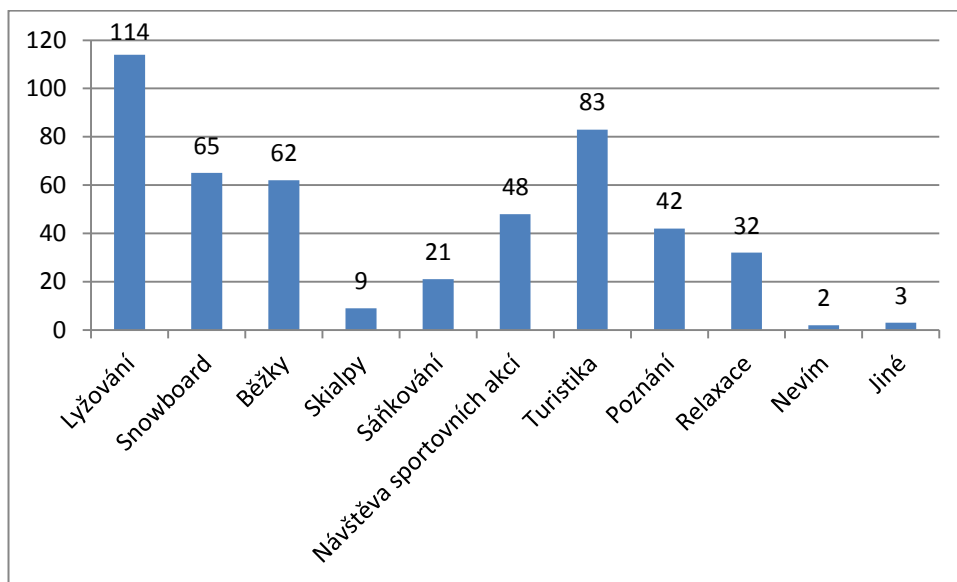


Graf 22: Budoucí návštěva destinace
Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Otázka č. 16: Která z těchto zimních aktivit je podle Vás největším lákadlem Deštného v O. h.?

Lyžování jako nejlákavější zimní aktivita byla respondenty zvolena 114x. Za druhou nejlákavější zimní aktivitu respondenti považují turistiku (83). Na třetí místo zařadili

snowboard (65), hned za něj běžky (62). Dotazovaní neopomenuli ani návštěvu sportovních akcí (48), které se v zimě na území Deštného v O. h. hojně konají (např. Šediváčkův Long, Orlický maraton, Rampušák atd.). V možnosti jiné se objevily např. skiboby nebo divadlo DS¹⁰ Kačenka.



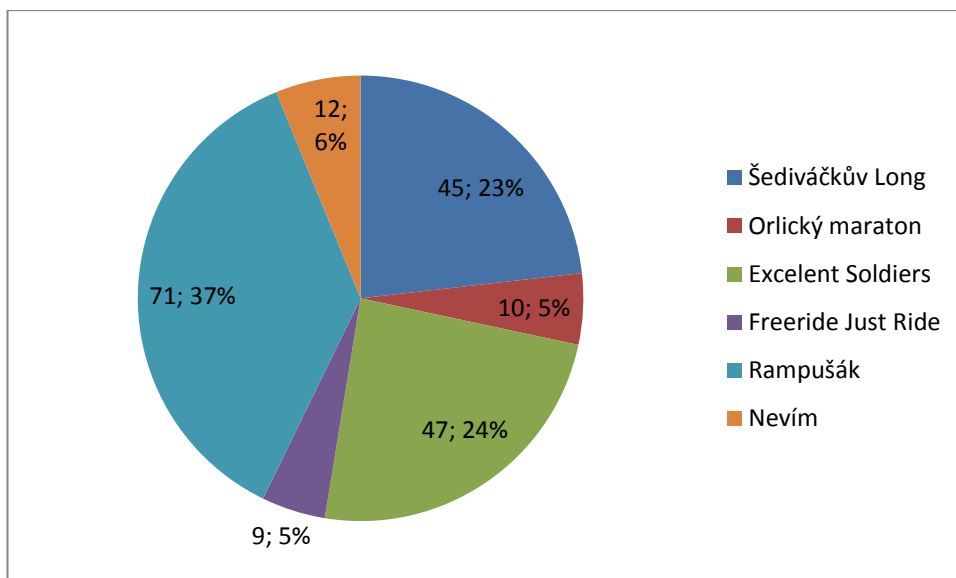
Graf 23: Zimní aktivity, které lákají návštěvníky do Deštného v O. h.
Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Otázka č. 17: Která z těchto sportovních akcí, konajících se v zimním období v Deštném v O. h., je podle Vás nejatraktivnější?

Jak ukazuje graf č. 24, dle respondentů je nejatraktivnější sportovní akcí Rampušák (37%). Poté následuje skupina dotazovaných, u které převládá sportovní akce Excelent Soldiers (24%). Hned za touto akcí se umístil Šediváčkův Long (23%). 6% respondentů nedokázalo určit, jaká sportovní akce je podle nich nejatraktivnější, poté shodně 5% získal Orlický maraton a Freeride Just Ride.

Výsledky u této otázky jsou patrně lehce ovlivněny převládající věkovou skupinou dotazovaných 36-45 let (viz otázka č. 2), pro které je akce Rampušák tradiční a tudíž lze předpokládat, že ji považují za nejznámější. U druhé největší skupiny dotazovaných (18-26 let) lze přikládat preferenci novodobé sportovní freestyleové akce Excelent Soldiers.

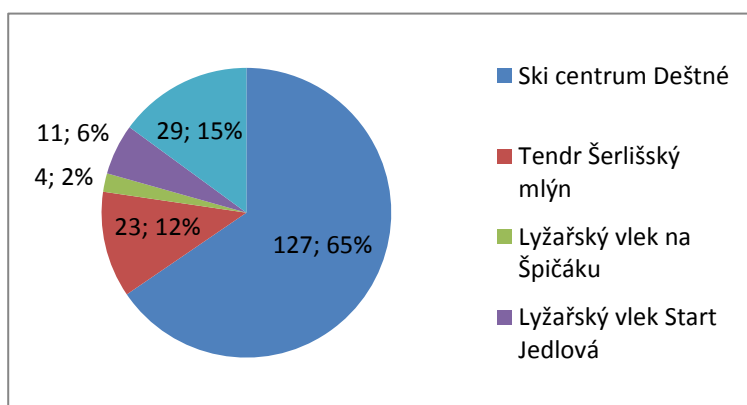
¹⁰ DS – Divadelní spolek



Graf 24: Sportovní akce
Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Otázka č. 18: Který lyžařský areál upřednostňujete?

Další otázka se týkala preferovaného lyžařského areálu. Lyžařský areál Ski centrum Deštné je dle výsledků dotazníkového šetření skutečně nejvíce preferovaným lyžařským areálem (127 respondentů). 29 dotazovaných uvedlo, že neví, jaký lyžařský areál upřednostňuje. Pro Tendr Šerlišský mlýn se rozhodlo 23 dotazovaných. Pouze 11 dotazovaných upřednostňuje lyžařský vlek Start Jedlová a nejméně preferencí (4) získal lyžařský vlek na Špičáku. Z grafu č. 25 lze vyčíst procentuální zastoupení preferovaných lyžařských areálů. Důvody, proč respondenti zvolili konkrétní areály, jsou uvedeny v následující otázce.



Graf 25: Preferovaný lyžařský areál
Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Otázka č. 19: A proč?

Na tuto otázku odpovídali všichni ti, kteří se rozhodli pro konkrétní lyžařský areál. Kdo zvolil v předchozí otázce možnost nevím, dle instrukcí tuto otázku přeskočil.

V následující tabulce je pro představu uvedeno několik odpovědí, které respondenti u otázky č. 19 uváděli.

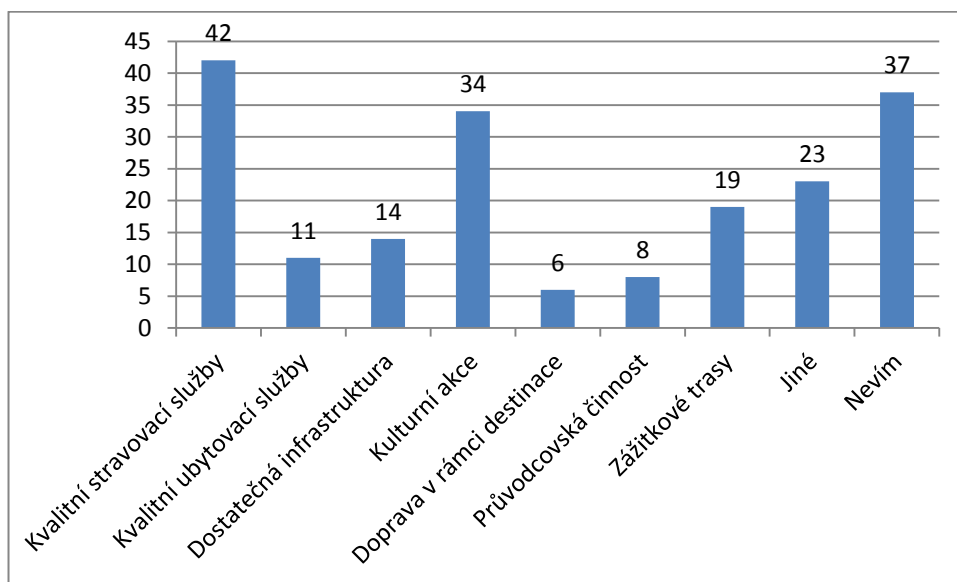
Tabulka 8: Uváděné důvody výběru preferovaného lyžařského areálu

Ski centrum Deštné	V centru
	Sedačková lanovka
	Nejlepší zázemí
	Nejdelší sjezdovky
	Snowpark
	Výběr obtížnosti tratě
	Lyžařská školička
	Upravenost sjezdových tratí
	Ráda se vracím tam, kde jsem byla spokojena
	Nejvíce vyhovuje mým požadavkům, které mám na ski areály...
Tendr Šerlišský mlýn	Klidné prostředí
	Vhodné pro rodiny s dětmi
	Mírný svah
Lyžařský vlek na Špičáku	Bezplatné parkoviště hned u vleku
	Vyhovující dostupnost
	Ideální pro výuku lyžování
Lyžařský vlek Start Jedlová	Upravený svah
	Půjčovna lyží
	Vhodné pro rekreační lyžování

Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Otázka č. 20: Co podle Vás Deštnému v O. h. chybí?

42 respondentů v nabídce Deštného v O. h. nejvíce postrádá kvalitní stravovací služby. Tato skutečnost se prokázala již při vyhodnocení otázky č. 14, kdy návštěvníci kvalitu stravování nehodnotili příliš pozitivně. Jako druhá nejčastější odpověď u této otázky byla vybírána možnost nevím (37x). 34 respondentů postrádá v rámci destinace kulturní akce, 23 respondentů zvolilo možnost jiné, kde se objevovali jejich vlastní odpovědi – nejčastěji uváděli lepší nákupní možnosti, více sedačkových lanovek, bazén, saunu či letní sportoviště. Odpověď zážitkové trasy označilo 19 respondentů, dostatečnou infrastrukturu 14 respondentů. 11ti dotazovaným v nabídce destinace chybí kvalitní ubytovací služby. Jen nepatrná část respondentů (8) vidí jako nedostačující nabídku průvodcovských služeb, ještě méně (6) potom dopravu v rámci destinace.



Graf 26: Co návštěvníkům v Deštném v O. h. chybí

Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Příloha č. 5: Obrazová příloha



Obrázek 1: Kostel sv. Matouše

Zdroj: Foto: Královéhradecký kraj, 2016, Mojeorlickehory.cz[online]



Obrázek 2: Tavení skla dřevem

Zdroj: Foto: Žlábková, 2015, Novinky.cz[online]



Obrázek 3: Ski centrum Deštné - Areál MARTA I

Zdroj: Skicentrumdestne.cz, 2016[online]



Obrázek 4: Šediváčkův Long
Zdroj: *Sedivackuv-long.cz*, 2016[online]



Obrázek 5: Excelent Soldiers
Zdroj: Foto: *Fanta*, 2015, *Rychnovský.denik.cz*[online]

Příloha č. 6: Zadání práce

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Akademický rok: 2015/2016

Studijní program: Ekonomika a management
Forma: Prezenční
Obor/komb.: Management cestovního ruchu - německý jazyk
(mcr-p-n)

Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
Zábranská Lenka	Deštné v Orlických horách 363, Deštné v Orlických horách	I1300745

TÉMA ČESKY:

Doplňkové a specifické služby jako nástroj rozšíření odvětvové nabídky turismu

TÉMA ANGLICKY:

The additional and specific services as a tool to advance the tourism industry offer

VEDOUcí PRÁCE:

RNDr. Jiří Petera - KRRCR

ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

Cíl práce: Analýza a zhodnocení současné situace v nabídce sportovně rekreačních služeb poskytovaných v zimní sezóně v destinaci Deštné v Orlických horách a celkové zhodnocení spokojenosti návštěvníků s vybranými službami.

Osnova práce:

1. Úvod
2. Cíl a metodika práce
3. Literární rešerše
4. Teoretická část
 - 4.1. Teoretická východiska
5. Praktická část
 - 5.1. Charakteristika turistické oblasti Deštné v Orlických horách
 - 5.2. Analýza sportovně rekreačních služeb poskytovaných v zimní sezóně v destinaci Deštné v O. h.
 - 5.3. Shromáždění podkladů a průběh šetření
 - 5.4. Zpracování a interpretace výsledků
6. Shrnutí a diskuze výsledků
7. Závěry a doporučení
8. Seznam použitých zdrojů
9. Přílohy

SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:

- KIRÁŤOVÁ, Alžběta, 2003. Marketing: destinace cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Ekopress, 173 s. ISBN 80-86119-56-4.
- KOTÍKOVÁ, Halina, 2013. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Grada, 208 s. ISBN 978-80-247-4603-6.
- KOTÍKOVÁ, Halina, SCHWARTZHOFFOVÁ, Eva, 2014. Cestovní ruch a rekreace. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 190 s. ISBN 978-80-244-4430-7.
- NEJDL, Karel, 2011. Management destinace cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 204 s. ISBN 978-80-7357-673-8.
- ORIEŠKA, Ján, 2010. Služby v cestovním ruchu. 1. vyd. Praha: IDEA SERVIS, 405 s. ISBN 978-80-85970-68-5.
- ORIEŠKA, Ján, 1999. Technika služeb cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: IDEA SERVIS, 244 s. ISBN 80-85970-27-9.
- PALATKOVÁ, Monika, 2011. Marketingový management destinací: strategický a taktický marketing destinace turismu, systém marketingového řízení destinace a jeho financování, řízení kvality v destinaci a informační systém destinace. 1. vyd. Praha: Grada, 207 s. ISBN 978-80-247-3749-2.

PALATKOVÁ, Monika, 2006. Marketingová strategie destinace cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Grada, 341 s. ISBN 80-247-1014-5.

RYGLOVÁ, Kateřina, 2009. Cestovní ruch soubor studijních materiálů. 3. rozš. vyd. Ostrava: Key Publishing, 187 s. ISBN 978-80-7418-028-6.

ZELENKA, Josef, PÁSKOVÁ, Martina, 2012. Výkladový slovník cestovního ruchu. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

a další dle charakteru zpracování

Podpis studenta:

Kalbranský

Datum:

22.4.2016

Podpis vedoucího práce:

Štátník

Datum:

22.4.2016