

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

ZEMĚDĚLSKÁ FAKULTA

Studijní program: N4101 Zemědělské inženýrství

Studijní obor: Agropodnikání

Katedra: Katedra krajinného managementu

Vedoucí katedry: doc. Ing. Pavel Ondr, CSc.

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Analýza nabídky služeb cestovního ruchu v dané oblasti

Vedoucí diplomové práce: doc. Ing. Ladislav Skořepa, Ph.D.

Autor diplomové práce: Bc. Lucie Martínková

České Budějovice, 2020

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Zemědělská fakulta

Akademický rok: 2018/2019

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Bc. Lucie MARTÍNKOVÁ**
Osobní číslo: **Z18489**
Studijní program: **N4101 Zemědělské inženýrství**
Studijní obor: **Agropodnikání**
Téma práce: **Analýza nabídky služeb cestovního ruchu v dané oblasti**
Zadávatel katedra: **Katedra krajinového managementu**

Zásady pro vypracování

Práce bude zaměřena na analýzu nabídky služeb v dané oblasti. Ke zpracování budou stanoveny výzkumné otázky, na které budou pomocí šetření hledány odpovědi. V literární rešerši budou vysvětleny definice týkající se cestovního ruchu, služeb cestovního ruchu, marketingu a managementu. Cílem diplomové práce je na základě hloubkové analýzy současného stavu, trendů a zákaznických preferencí navrhnout možnosti zavedení služeb ve vybraném rozvíjejícím se projektu. Cílem je rovněž připravit návrhy marketingové a prodejní podpory navrhovaných služeb.

STRUKTURA OBSAHU DIPLOMOVÉ PRÁCE:

1. Úvod.
2. Cíl práce.
3. Teoreticko-metodologická část – literární rešerše, úvod do problému, výzkumný problém, metodika práce.
4. Aplikační část, diskuze výsledků, návrhy opatření.
5. Závěr.

Rozsah pracovní zprávy: **50 – 60 stran textu**
Rozsah grafických prací: **dle potřeby**
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

- BERÁNEK, J., 2013. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting. ISBN 978-80-271-9361-5.
- GOELDNER, CH. R. & J. R. RITCHIE, 2009. *Tourism principles, practices, philosophies*. Eleventh ed. Hoboken, N.J.: John Wiley. ISBN 9780470440605.
- HESKOVÁ, M., 2011. *Cestovní ruch*. 2. upravené vydání. Praha: Fortuna. ISBN 978-80-7373-107-6.
- JAKUBÍKOVÁ, D., 2012. *Marketing v cestovním ruchu: Jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2. vydání. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4209-0.
- KŘÍŽEK, JUDr. Felix a Mgr. Josef NEUFUS. *Moderní hotelový management: 2., aktualizované a rozšířené vydání*. Praha: Grada Publishing, 2014. ISBN 978-80-247-4835-
- KOZEL, R. a kol. *Moderní marketingový výzkum*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. 281 s. ISBN 80-247-0966-X.
- KOTÍKOVÁ, H., 2013. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4603-6.
- ORIEŠKA, J., 2010. *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis. ISBN 978-80-85970-68-5.
- ŠVEC, R. a M. SLABÁ. *Podniky cestovního ruchu 1. České Budějovice: Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích*, 2015. ISBN 978-80-7468-086-1.
- ŠKODOVÁ-PARMOVÁ, D.: *Provoz služeb v cestovním ruchu*, České Budějovice: Jihočeská univerzita 2003, ISBN 80-7040-611-9
- VOSOBA, P.: *Dokonalé služby co chtějí zákazníci*, Grada Publishing, Praha 2004, ISBN 80-247-0847-7

Vedoucí diplomové práce: **doc. Ing. Ladislav Skořepa, Ph.D.**
Katedra krajinného managementu

Datum zadání diplomové práce: **11. března 2019**

Termín odevzdání diplomové práce: **15. dubna 2020**

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci na téma „Analýza nabídky služeb cestovního ruchu v dané oblasti“ vypracovala samostatně pouze s použitím uvedených zdrojů.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledky obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích, 30. 6. 2020

.....

Bc. Martínková Lucie

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala především vedoucímu práce panu doc. Ing. Ladislavovi Skořepovi, Ph.D. za cenné rady, věcné připomínky a odborné vedení mé diplomové práce. Poděkování patří také panu Mgr. Stanislavovi Gorčicovi za poskytnutí rozhovoru a doplnění potřebných informací.

Abstrakt

Tato diplomová práce je zaměřena na analyzování nabídky služeb v oblasti Lipno nad Vltavou. Práce je rozdělena na dvě části, teoretickou a aplikační. Teoretická část obsahuje základní odborné termíny z oblasti cestovního ruchu, které jsou důležité pro pochopení záměru diplomové práce. Aplikační část začíná kapitolou, která analyzuje a charakterizuje danou oblast včetně její nabídky služeb cestovního ruchu. Z této kapitoly vyplývá, že největší potenciál má Lipno nad Vltavou z hlediska přírodních podmínek a že nabídka ubytovacích a stravovacích služeb včetně nabídky volnočasových aktivit je dostatečná. K analýze trendů a zákaznických preferencí bylo použito dotazníkové šetření, pomocí kterého došlo k nalezení chybějících produktů a služeb v blízkosti resortu Korzo Lipno. Řízený rozhovor vedl k prohloubení záměru projektu Korzo Lipno a potvrzení možnosti zavedení zjištěných chybějících služeb z dotazníkového šetření. V závěru práce se diplomová práce opírá o výsledky výzkumu a navrhuje možnosti zavedení služeb v nově se rozvíjejícím projektu včetně jejich marketingové a prodejní podpory.

Klíčová slova

Cestovní ruch; marketing; služby cestovního ruchu; produkt cestovního ruchu; Lipno nad Vltavou; projekt Korzo Lipno

Abstract

This thesis is focused on the analysis of the range of services in the Lipno nad Vltavou area. The thesis is divided into two parts theoretical and application. The theoretical part contains basic technical terms from the field of tourism, which are important for understanding the purpose of the thesis. The application part begins with a chapter that analyzes and characterizes the area, including its range of tourism services. It follows from this chapter that Lipno nad Vltavou has the greatest potential in terms of natural conditions and that the offer of accommodation and catering services, including the offer of leisure activities, is sufficient. A questionnaire survey was used to analyze trends and customer preferences, using which missing products and services were found near the Korzo Lipno resort. The guided interview led to a deepening of the intention of the Korzo Lipno project and confirmation of the possibility of introducing the identified missing services from the questionnaire survey. At the end of the thesis, the thesis is based on the results of research and suggests the possibility of introducing services in a newly developing project, including their marketing and sales support.

Key Words

Tourism; marketing; tourism services; tourism product; Lipno nad Vltavou; project Korzo Lipno

Obsah

1	Úvod.....	1
2	Cíl práce.....	3
3	Teoreticko-metodologická část.....	4
3.1	Literární rešerše.....	4
3.2	Úvod do problému.....	5
3.2.1	Cestovní ruch.....	5
3.2.2	Cestovní ruch jako systém.....	6
3.2.3	Klasifikace cestovního ruchu.....	8
3.2.4	Faktory ovlivňující cestovní ruch.....	10
3.2.5	Produkt cestovního ruchu.....	12
3.2.6	Služby v cestovním ruchu.....	14
3.2.7	Destinace cestovního ruchu.....	25
3.2.8	Podniky cestovního ruchu.....	26
3.2.9	Marketing cestovního ruchu.....	27
3.3	Výzkumný problém.....	30
3.4	Metodika práce.....	30
4	Aplikační část a diskuse výsledků.....	32
4.1	Vymezení oblasti.....	32
4.1.1	Historie obce.....	33
4.1.2	Přírodní potenciál.....	34
4.1.3	Kulturně-historický potenciál.....	35
4.1.4	Sportovně-rekreační potenciál.....	37
4.1.5	Ubytovací a stravovací zařízení.....	41
4.1.6	Doprava.....	44
4.1.7	Doplňková zařízení a vybavenost.....	46
4.1.8	Projekt Korzo Lipno.....	47
4.1.9	Dotazníkové šetření.....	48
4.2	Diskuse výsledků.....	60
4.3	Návrhy opatření.....	63
5	Závěr.....	69
	Seznam zdrojů.....	71
	Seznam tabulek a obrázků.....	76
	Seznam zkratk.....	77
	Přílohy.....	78

1 Úvod

Již samotný název této práce „Analýza nabídky služeb cestovního ruchu v dané oblasti“ napovídá, že se tato diplomová práce bude věnovat tématu v oblasti cestovního ruchu.

Cestovní ruch patří celosvětově mezi nejvýznamnější hospodářská odvětví, která vytváří mnoho příležitostí nejen z hlediska investic, ale přináší v mnoha směrech značnou přidanou hodnotu. Významným způsobem ovlivňuje rozvoj regionů. Projevuje se nejen v makroekonomických vztazích, v ekonomice podnikatelských odvětví, která jsou spjatá s cestovním ruchem, ale také ve vytváření pracovních příležitostí i v regionech s problémy se zaměstnaností. Nejedná se pouze o cestování, ale také o aktivity s ním spojené. Cestovní ruch příznivě ovlivňuje sociální a kulturní aspekty života místních obyvatel, kteří mohou kromě návštěvníků oblasti také využívat produktů cestovního ruchu. Proto je cestovní ruch považován za důležitý faktor pro zvýšení kvality života a životní úrovně.

Pro vypracování této diplomové práce jsem zvolila oblast Lipno nad Vltavou s vynikajícím potenciálem pro cestovní ruch, kde se zaměřím na analýzu služeb.

Zjištěné cenné poznatky, které získám během vypracování této diplomové práce, budu aplikovat na vybraný rozvíjející se projekt Korzo Lipno v již zmiňované oblasti Lipno nad Vltavou. Výběr právě tohoto projektu pro mou diplomovou práci ovlivnilo to, že pracuji ve firmě Korzo Lipno s.r.o., která vznikla v rámci existence projektu Korzo Lipno.

Cílem této práce je také připravit návrhy prodejní a marketingové podpory pro možné zařazení navrhovaných služeb do daného projektu.

Předkládaná diplomová práce je rozdělena na dvě části. První část je teoreticko-metodologická, kde je vymezeno několik pojmů, které úzce souvisí s tématem práce a je nezbytné je představit především pro jejich aplikaci v druhé části této diplomové práce. Mezi tyto základní pojmy jsem zařadila cestovní ruch, subjekt a objekt cestovního ruchu, produkt cestovního ruchu, marketing cestovního ruchu a faktory, které cestovní ruch ovlivňují. K objasnění pojmů se snažím zachytit definice od různých autorů na základě studia odborné literatury.

Druhá část je aplikační, která se věnuje představení a historii oblasti Lipno nad Vltavou. Významnou součástí aplikační části diplomové práce je sběr primárních dat formou dotazníkového šetření prováděného v resortu Korzo Lipno, kterým se snažím zjistit současné trendy a zákaznické preference. K doplnění a upřesnění současného stavu v oblasti Lipno nad Vltavou mi pomůže řízený rozhovor. Na dotazníkové šetření a řízený rozhovor navazuje shrnutí výsledků a jejich diskuse. V závěru práce jsou tyto výsledky uplatněny v další kapitole „Návrhy opatření“, kde dojde k naplnění cílů této práce.

2 Cíl práce

Cílem diplomové práce je na základě hloubkové analýzy současného stavu, trendů a zákaznických preferencí navrhnout možnosti zavedení služeb ve vybraném rozvíjejícím se projektu. Cílem je rovněž připravit návrhy marketingové a prodejní podpory navrhovaných služeb.

3 Teoreticko-metodologická část

3.1 Literární rešerše

K danému tématu, které spadá do oblasti cestovního ruchu je k dispozici dostatečné množství odborné literatury.

Stěžejním dílem pro zpracování první části mé diplomové práce je publikace od Heskové a kol. (2011), která obecně pojednává o cestovním ruchu, včetně jeho vývoje. V práci byla použita zejména část definující cestovní ruch jako systém a druhy a formy cestovního ruchu. Právě druhy a formy cestovního ruchu uvádějí autoři ve svých publikacích různě. Dále pomohla tato publikace při zpracovávání kapitoly týkající se marketingu v cestovním ruchu.

Dalším cenným dílem při rozebírání problematiky cestovního ruchu byla publikace „Ekonomika cestovního ruchu“ od J. Beránka a kol. (2013). Z této publikace bylo čerpáno zejména k definování základních pojmů a materiálně-technické základně cestovního ruchu.

Ke kapitole, jež se týká faktorů ovlivňující cestovní ruch, mi byla cenným zdrojem informací publikace „*Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*“ od Ryglové, Buriana a Vajčnerové (2011).

Při rozebírání problematiky služeb cestovního ruchu jsem čerpala zejména z knihy „*Služby v cestovním ruchu*“ od J. Orišky (2010), který vysvětluje podstatu služeb a jejich základní znaky.

Pojem marketing má stejně jako pojem cestovní ruch mnoho definic od různých autorů. Právě pro objasnění pojmu marketing v cestovním ruchu mi byla užitečným zdrojem publikace „*Marketing v cestovním ruchu – Jak uspět v domácí i světové konkurenci*“ od D. Jakubíkové (2012), „*Marketing služeb - efektivně a moderně*“ od M. Vašítkové (2008) a „*Řízení hotelového provozu*“ od J. Beránka a P. Kotka (2007).

3.2 Úvod do problému

3.2.1 Cestovní ruch

Ján Oriška (1999) definuje cestovní ruch jako „*soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestou a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem zotavení, poznání, společenského kontaktu, kulturního a sportovního využití, lázeňského léčení a pracovních cest*“ (s. 5). Každý rok tvoří největší pohyb lidské populace za rekreací a poznáním. Zejména v ekonomicky vyspělých zemích je neoddělitelnou součástí spotřeby a způsobu života obyvatel (Hesková a kol., 2011) a proto také označuje autorka Hesková a kol. (2011) cestovní ruch jako významný společensko-ekonomický fenomén, a to jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti.

Přestože značnou část potřeb lze uspokojit i mimo rámec cestovního ruchu, právě účast na cestovním ruchu tvoří vyšší stupeň jejich uspokojení. Tyto potřeby jsou uspokojovány volnými statky využívanými v rekreačním prostoru, jimiž rozumíme například čistý vzduch, sluneční svit a vliv moře, také hmotnými statky neboli zbožím a službami nehmotného charakteru (Oriška, 1999). Pokud je vynaložena dodatečná práce na úpravu volných statků, stávají se ekonomickými statky. Pod pojmem ekonomický statek si můžeme představit úpravu mořského pobřeží na pláži u hotelu. Ekonomickým statkem je také služba, jejíž hodnota je určena mírou užítku, který služba poskytuje. Služba se od výrobku liší tím, že jde o nemateriální činnost, která je časově ohraničená a nelze ji vytvářet do zásoby. Zboží neboli výrobek představuje v cestovním ruchu statek určený na trh a jsou to například turistické mapy, suvenýry, upomínkové předměty a další zboží (Oriška, 1999). Ján Oriška (2010) ve své novější knize navíc zmiňuje veřejné statky, prostřednictvím kterých jsou také uspokojovány potřeby účastníků cestovního ruchu. Veřejný statek slouží pro kolektivní spotřebu, tedy nelze nikoho vyloučit z jeho využívání. K vytvoření veřejného statku je obvykle vynaložena lidská práce. Jedná se například o městské prostory (chodníky, náměstí apod.), atraktivitu cestovního ruchu (městské památkové rezervace apod.) a kulturní krajinu. Tento druh statku je možné ekonomizovat nebo komercializovat (Oriška, 2010).

Foret a Foretová (2001) definují cestovní ruch jako celosvětový fenomén, jehož ekonomické, sociální, politické, kulturní a jiné dopady jsou neoddělitelnou součástí

proměn dnešního světa. Cestovní ruch přispívá k rozvoji místa tím, že vytváří pracovní a podnikatelské příležitosti, přináší potřebné zahraniční investice a zvyšuje životní úroveň. Místní obyvatelé i vedení radnic dle zmíněných autorů vidí ve využívání cestovního ruchu také příležitost k revitalizaci a zvelebování měst a obcí (Foret a Foretová, 2001).

Jakubíková (2012) ve své publikaci uvádí, že „*cestovní ruch představuje rozsáhlý trh, který vyžaduje uspokojení různorodých potřeb, a tím vzbuzuje pozornost podnikatelů, veřejné i státní správy a je velmi dynamicky se rozvíjícím segmentem ekonomiky*“ (s. 18). Snahou všech podnikatelů je nejenom maximalizovat zisk, ale také minimalizovat rizika. Pro úspěšné završení tohoto úsilí je nezbytné porozumění trhu, vývoji prostředí a zákazníkům. Marketing je disciplína, která jim napomáhá snížit riziko a lépe zvládat řízení (Jakubíková, 2012).

Kromě nesporně pozitivního vlivu na vytváření rostoucího počtu pracovních míst v obcích a regionech, se cestovní ruch významně podílí na tvorbě hrubého domácího produktu, pozitivně ovlivňuje platební bilanci státu, podílí se na tvorbě příjmů státních rozpočtů, má vliv na zvyšování příjmů místních rozpočtů a přispívá ke stimulaci investičních aktivit (Lacina, 2007).

3.2.2 Cestovní ruch jako systém

Cestovní ruch je systém, jenž má dva základní subsystemy, a to subjekt cestovního ruchu a objekt cestovního ruchu (Jakubíková, 2012). Mezi těmito dvěma subsystemy existují vzájemné vazby. Vazby existují i mezi cestovním ruchem jako systémem a jinými systémy vytvářející okolí neboli vnější prostředí (ekonomické, politické, sociální, technicko-technologické a ekologické prostředí) (Hesková a kol., 2011). Beránek a kol. (2013) k těmto základním podsystémům řadí také předmět cestovního ruchu.

Subjektem se prezentuje účastník cestovního ruchu, který uspokojuje potřeby spotřebou statků cestovního ruchu v době cestování a pobytu. Je tedy nositelem poptávky a zároveň spotřebitelem produktu cestovního ruchu (Hesková a kol., 2011). Subjekt neboli účastník je charakterizován souborem vlastností a stavů. Pro poskytovatele služeb cestovního ruchu je nezbytná jejich znalost. Subjektem může být také rezident neboli stálý obyvatel (Beránek a kol., 2013). Dle délky cestování lze rozlišit subjekt cestovního ruchu na rezidenta, návštěvníka, turistu a výletníka. Stálý

obyvatel (rezident) je definován v domácím cestovním ruchu jako osoba žijící alespoň šest po sobě následujících měsíců v jiném místě než před příchodem do jiného místa na dobu kratší než šest měsíců. V zahraničním cestovním ruchu se jedná o osobu, která žije v zemi alespoň jeden rok před příchodem do jiné země na dobu kratší než 1 rok. Dalším subjektem cestovního ruchu je návštěvník, který v domácím cestovním ruchu cestuje na jiné místo v zemi svého trvalého bydliště na dobu kratší než šest měsíců a v zahraničním cestovním ruchu cestuje do jiné země na dobu nepřesahující jeden rok za účelem jiným, než je výkon výdělečné činnosti. Turista je osoba splňující kritéria návštěvníka. Podle délky jeho účasti na cestovním ruchu se v rámci segmentu turisty rozlišují další dvě kategorie. Jedná se o turistu na dovolené, jehož pobyt na daném místě trvá déle než určený počet nocí nebo dní (v ČR 2-3 noci), a krátkodobě pobývajícím turistu, jehož pobyt je spojený alespoň s jedním přenocováním, ale nepřekračuje určený počet nocí nebo dní (Hesková a kol., 2011). Výletník je jednodenní návštěvník, který cestuje na dobu kratší než 24 hodin bez přenocování (Beránek a kol., 2013).

Vše, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu, označujeme **objektem** cestovního ruchu. Tvoří ho nejen cílové místo neboli destinace cestovního ruchu, ale také podniky nabízející a poskytující služby, které účastníci na cestovním ruchu v daném místě a během dopravy do tohoto místa poptávají. Z ekonomického pohledu můžeme říci, že objekt cestovního ruchu tvoří nabídku. Subjekt cestovního ruchu cestuje do cílového místa, pokud cílové místo splňuje určité předpoklady a dokáže uspokojit potřeby subjektu. Potřeby subjektu mohou být uspokojeny prostřednictvím zboží a služeb podniků a institucemi cestovního ruchu v daném místě (Beránek a kol., 2013). V souvislosti s objektem cestovního ruchu rozlišujeme primární a sekundární nabídku. Primární nabídka představuje přírodní a kulturní potenciál pro cestovní ruch cílového místa a umožňuje naplňovat cíle účasti na cestovním ruchu. K dosažení tohoto cíle je neméně důležitá sekundární nabídka, která představuje různorodou infrastrukturní vybavenost v podobě podniků, zařízení a institucí cestovního ruchu. Sekundární nabídka umožňuje návštěvníkům cílového místa ubytování, stravování, rekreační, sportovní, kulturní a jiné aktivity, jež jsou typické pro cestovní ruch. Infrastrukturní vybavenost je závislá na primární nabídce, funkcích, významu a délky využívání v průběhu roku. Lze rozlišit dle funkcí městská střediska (kulturně-historické památky, administrativně-správní orgány, obchody

a průmysl), lázeňská místa (termální a klimatické lázně), rekreační střediska (koupání a vodní sporty v nížině, turistika a vodní sporty v podhorských oblastech, turistika a zimní sporty v horské krajině), rekreační střediska (původně hospodářská funkce využívaná na rekreační účely) a chatové oblasti. Cestovním cílem se může stát také region cestovního ruchu nebo stát (Hesková a kol., 2011).

3.2.3 Klasifikace cestovního ruchu

V souvislosti s klasifikací se můžeme setkat s členěním cestovního ruchu na druhy a formy cestovního ruchu. Toto členění však není jednoznačné (Kotíková, 2013). Dle Heskové (2011) určuje druhy cestovního ruchu motivace účastníků neboli účel jejich cestování a přechodné pobývání na cizím místě. O formách cestovního ruchu zase hovoříme tehdy, pokud k posuzování cestovního ruchu vezmeme různé příčiny a důsledky.

Ve starších publikacích jsou podle motivu účasti na cestovním ruchu definovány formy cestovního ruchu. Druhy cestovního ruchu jsou členěny dle podmínek, ve kterých k účasti na cestovním ruchu dochází (Kotíková, 2013).

3.2.3.1 Druhy cestovního ruchu

Dle zvolených kritérií může existovat celá řada druhů (typů) cestovního ruchu. Základní je však členění cestovního ruchu dle motivu (Foret a Foretová, 2001).

Foret a Foretová (2001) na základě motivu rozlišují cestovní ruch na následující **druhy**:

- *rekreační*, realizovaný za účelem odpočinku, reprodukce a zlepšení fyzické a psychické kondice,
- *kulturně-poznávací*, realizovaný za účelem poznání historie, kultury, tradic a zvyků,
- *náboženský* (poutní turistika), zahrnující návštěvy církevních památek a poutních míst,
- *vzdělávací*, založený na naučení se něčeho nového,
- *společenský*, zaměřený na společenský život, vytváření a upevňování vztahů,
- *zdravotní (lázeňsko-léčebný)*, jehož cílem je zdravotní prevence, rekonvalescence, rehabilitace i léčení,

- *sportovní*, kdy nejde pouze o vlastní sportovní aktivitu, ale i účast pasivní z pozice diváka na sportovních akcích,
- *poznávání přírody*, spočívající v návštěvách přírodních rezervací a národních parků,
- *dobrodružný*, jež zahrnuje adrenalinové sporty spojené s nebezpečím a testováním fyzických a psychických vlastností účastníka,
- *profesní*, v podobě služební či obchodní cesty, účasti na kongresech, výstavách a veletrzích, ale také v podobě incentivní neboli odměňující,
- *politický*, týkající se sjezdů politických stran,
- *nákupní*, organizovaný za nákupy,
- *specifický*, jehož příkladem může být turistika pro vozičkáře.

3.2.3.2 Formy cestovního ruchu

Poznání forem cestovního ruchu napomáhá lépe připravit produkt a nabízet ho na trhu cílové skupině účastníků na cestovním ruchu.

Typologie forem využívá různá klasifikační kritéria:

- *z geografického hlediska* mluvíme o domácím, zahraničním a mezinárodním cestovním ruchu, také o vnitřním, národním a regionálním cestovním ruchu,
- *podle počtu obyvatel* dělíme cestovní ruch na individuální, skupinový, masový a ekologický,
- *podle způsobu organizování* rozlišujeme individuální a organizované cestování,
- *podle věku účastníků* hovoříme o cestovním ruchu dětí, mládežnickém, rodinném a seniorském,
- *z hlediska délky účasti* jde o výletní, krátkodobý, víkendový a dlouhodobý cestovní ruch,
- *podle převažujícího místa pobytu* rozlišujeme městský, příměstský, venkovský, horský, vysokohorský a přímořský cestovní ruch,
- *dle ročního období* je možné hovořit o sezónním, mimosezónním a celoročním cestovním ruchu,
- *podle použitého dopravního prostředku* poznáváme motorizovaný, železniční, letecký a lodní cestovní ruch,

- z *hlediska dynamiky* jde o pobytový a putovní cestovní ruch,
- ze *sociologického hlediska* se uskutečňují návštěvy příbuzných a známých a také se jedná o sociální a etnický cestovní ruch (Foret a Foretová, 2001).

3.2.4 Faktory ovlivňující cestovní ruch

Cestovní ruch ovlivňují faktory, které se dle teoretiků dělí na faktory lokalizační, realizační a selektivní. Lokalizační faktory, jako jsou přírodní a společenské atraktivity, se starají o uspokojení možné poptávky. O jejich využití rozhodují realizační faktory - jedná se o dopravu, ubytování a jiné služby (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011). Faktory selektivní zase lze označit za stimulační a můžeme je charakterizovat jako předpoklady, které stimulují vznik cestovního ruchu ve funkci poptávky. Vyjadřují, zda je daná oblast způsobilá k podílení se na cestovním ruchu aktivně či pasivně a zkoumá obyvatele nebo oblasti s nejlepšími předpoklady pro účast na cestovním ruchu (Hamarneh, 2012).

Lokalizační faktory jsou dány územím a jsou prakticky neměnné. Do značné míry předurčují, jaký druh cestovního ruchu se bude v území rozvíjet. Hornaté území s množstvím sněhu předurčuje vhodnost pro rozvíjení zimních sportů nebo vysokohorskou turistiku, mírný terén zase tvoří ideální podmínky pro cyklistiku a území s množstvím vod jsou vhodná například pro vodní sporty či lázeňství. Současné také ovlivňují, zda budou v území probíhat krátkodobé aktivity nebo se stane vyhledávaným pro dlouhodobé pobyty.

Mezi lokalizační faktory patří přírodní podmínky, jako je klima, charakter a modelace terénu, vodní poměry, přírodní atraktivity, živočichové a rostliny. Platí, že čím příjemnější klima, neobvyklejší modelace terénu, úchvatnější scenérie, exotičtější zvířata a rostliny, tím lepší předpoklady pro cestovní ruch.

Mezi lokalizační faktory dále patří společenské atraktivity, mezi které patří zejména památky. Největší význam mají jen ty nejcennější a nejproslulejší (památky zapsané do Světového seznamu kulturního dědictví UNESCO, národní kulturní památky), ostatní plní funkci doplňujících atraktivit. Společensky atraktivní jsou pro účastníky cestovního ruchu také události, zvyky a slavnosti, ale velkého růstu zažívá také gastronomie. Významné jsou také sportovní a zábavní akce a umělé atrakce v podobě zábavních parků. Na společenské atraktivity má vliv hustota osídlení, která ovlivňuje množství společenských atraktivit (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011).

Společenské atraktivita vyplývají z výsledků tvořivé činnosti člověka (Hamarneh, 2012).

Realizační faktory zabezpečují realizaci cestovního ruchu v jednotlivých lokalitách a vytváří podmínky pro funkční využití lokalizačních předpokladů. Můžeme je rozdělit na suprastrukturu a infrastrukturu. V rámci suprastruktury tvoří nejdůležitější sektor ubytovací služby, stravovací služby a další zařízení a služby podílející se na pozitivním vlivu na rozvoji cestovního ruchu. Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011) označují tyto služby jako materiálně-technickou základnu cestovního ruchu. Infrastrukturu tvoří doprava (Hamarneh, 2012).

Důležitá je dostatečná kapacita služeb, odpovídající nabídka a kvalita. Pro hodnocení realizačních faktorů se používají různé ukazatele – počet a skladba návštěvníků, počet ubytovacích zařízení, počet lůžek a lůžkodnů, počet míst u stolu, aj.

Doprava zajišťuje styk mezi výchozím místem účastníka a navštěvovanou oblastí a rozhoduje o využívání oblasti cestovním ruchem. Při rozhodování cestovatele je zásadní otázkou jednoduchost, bezpečnost, rychlost a pohodlnost dopravy. Velkou roli hraje také rozvoj cyklistiky a cykloturistiky (spojený s přenocováním) a dalších šetrných způsobů dopravy. Pro evropské klienty mají výhodu turistické cíle nedaleko trasy dálnic. Například Šumava je pohodlně dostupná pro nizozemskou klientelu po dálnici přes Německo. Vlakové či autobusové spojení se při cestování na větší vzdálenost pojí s několika nevýhodami (nedostatek spojů, cestování se zavazadly, diskutabilní kvalita služeb, aj.), ale místní spojení lze však dobře využít pro jednodenní výlety. Oblasti v blízkosti mezinárodních letišť mají výhodu z pohledu zámořských klientů (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011). Doprava vodní se rozlišuje na vnitrozemskou a námořní. Na kratších úsecích řek, na jezerech a na nádržích slouží jako přeprava výletní, rekreační či okružní (Hamarneh, 2012).

Maximalizace služeb, které generují pro dané území příjmy, je nezbytná pro využití potenciálu území cestovního ruchu a maximalizaci ekonomických efektů. Mezi tyto služby řadíme ubytovací služby, stravovací služby, přepravní služby a další služby. Tato oblast je důležitá jak pro projektového manažera regionu, který sestavuje profesionální turistické produkty, plánuje doplnění drobného inventáře a navrhuje navigační systémy, tak pro podnikatele, pro kterého je důležitá znalost konkurence, aby mohl vyplnit mezeru na trhu novými aktivitami. Důležité je zkoumání

návštěvnosti pro zhodnocení postavení zkoumaného území, budoucí trendy a k odhadování budoucí úspěšnosti podnikatelského záměru. Nejefektivnějším zdrojem informací je šetření v ubytovacích a stravovacích zařízeních. Vhodné je odděleně zkoumat hotely a penziony a rekreační střediska z důvodu rozdílů cílových skupin.

Cestovní ruch ovlivňují také **faktory selektivní** neboli stimulační, které stimulují vznik a rozvoj cestovního ruchu. Selektivní faktory mohou být objektivní nebo subjektivní. V rámci objektivních stimulačních faktorů jde například o úroveň řízení destinace, úroveň spolupráce mezi jednotlivými subjekty, vnímání důležitosti cestovního ruchu politiky, s nímž souvisí úroveň veřejné podpory cestovního ruchu, příjmová situace potenciálních hostů. Subjektivním stimulačním faktorem je postavení hodnoceného území v konkurenci, jeho obraz u cílových skupin a schopnost uspokojit jejich potřeby. Jsou ovlivněny psychologickými faktory, které ovlivňují rozhodování spotřebitele služeb cestovního ruchu (Rygllová, Burian, Vajčnerová, 2011).

3.2.5 Produkt cestovního ruchu

Lidé mají kromě biologických potřeb mnoho jiných přání a potřeb, včetně potřeby cestování, jejíž uspokojení předpokládá výrobu produktů cestovního ruchu (Beránek a kol., 2013). Uspokojení potřeb účastníků cestovního ruchu zapojuje do výměnných vztahů ty, kteří prodávají produkt (představují nabídku) a ty, kteří produkt kupují (představují poptávku). Produktem lze označit vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a má schopnost uspokojit potřeby účastníků (Hesková a kol., 2011). Produktem může být cokoli hmotného či nehmotného, výhodného, ale také nevýhodného. Jedná se o kombinaci hmotných a nehmotných prvků, včetně funkčních, sociálních a psychologických užitečných hodnot. Může to být myšlenka, služba, zboží, nebo jejich kombinace (Jakubíková, 2012). Z ekonomického hlediska jde o soubor volných statků, služeb, zboží a veřejných statků (Hesková a kol., 2011).

Volné statky poskytuje příroda bez lidského úsilí na rozdíl od ekonomických statků. Jsou volně dostupné v přírodě v dostatečném množství pro stálé uspokojení určitých potřeb lidí. Volnými statky jsou například vzduch, voda a sluneční svit (Beránek a kol. 2013). Volné statky jsou pro všechny v relativně dostupné míře zdarma, tedy jejich tržní cena se rovná nule a nepromítá se v ceně produktu cestovního

ruchu. Můžou se stát ekonomickými statky, pokud se vynaloží dodatečné lidské úsilí (Hesková a kol., 2011).

Zboží je výrobek, který je vyroben za účelem směny. Disponuje spotřební hodnotou pro spotřebitele, kterou nelze číselně vyjádřit, a směnnou hodnotou vyjádřenou cenou (Beránek a kol., 2013). Je určený k prodeji konečnému spotřebiteli nebo jinému výrobcí ve formě polotovaru k dalšímu výrobnímu procesu. Jestliže neprojde vyrobený výrobek trhem, ale slouží výrobcí pro osobní či výrobní spotřebu, nezíská formu zboží. Každé zboží má svoji cenu, která je závislá na poptávce a nabídce. V cestovním ruchu můžeme označit zbožím jídla a nápoje sloužící k uspokojení potřeb výživy účastníků na cestovním ruchu, kartografické produkty (mapy), upomínkové předměty, suvenýry a další (Hesková a kol., 2011). Ekonomická hodnota zboží je jednotou ekonomického užítku statku a nákladů na jeho výrobu (Beránek a kol., 2013).

Jako zboží vystupují i **služby**, avšak v nehmotné formě. Služba je efekt činnosti, živé práce a nelze ji hromadit přímo. Lze ji spotřebovat jen v momentě její výroby (Beránek a kol. 2013).

Dále můžeme rozlišovat ještě **veřejné statky**, jež jsou určené pro kolektivní spotřebu. Užitek z takového statku je nedělitelný a nelze z jeho využívání nikoho vyloučit. Veřejný statek je vytvořený nebo přetvořený lidskou prací, ale lze ho využívat bezplatně. Jedná se o prostranství ve městě, některé atraktivity cestovního ruchu a kulturní krajinu. Veřejné statky se však můžou ekonomizovat nebo komercializovat.

Z hlediska tvorby produktu lze vymezit ještě další tři úrovně – všeobecný produkt, očekávaný produkt a širší produkt. Všeobecný produkt tvoří nabídka dopravních, ubytovacích, stravovacích a dalších služeb, které jsou pro hosty samozřejmostí. Očekávaným produktem se producent liší od konkurence a s tímto produktem se ve skutečnosti zákazník setká. Širší produkt naopak zákazník neočekává a poskytuje tak dodatečný užitek.

3.2.6 Služby v cestovním ruchu

Obecně jsou služby ekonomickými statky převážně nehmotného charakteru. Představují heterogenní soubor užitných efektů určených k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. Mají průřezový charakter, což znamená, že jsou produkovány nejen produkty cestovního ruchu, ale i dalšími subjekty soukromého i veřejného sektoru. Služby mají obecné znaky, které jsou charakteristické i pro služby v cestovním ruchu, a speciální znaky, které se vztahují pouze pro služby cestovního ruchu (Orieška, 2010).

Tabulka 1: Znaky služeb

Znaky služeb	
Obecné znaky služeb (včetně služeb v cestovním ruchu)	Speciální znaky služeb (pouze pro služby v cestovním ruchu)
Nemateriální charakter služeb	Časová a místní vázanost služeb na primární nabídku cestovního ruchu
Vysoká spotřeba živé práce při poskytování služeb	Komplexnost a komplementárnost služeb
Začlenění vnějšího faktoru do procesu poskytování služeb	Zastupitelnost služeb
Soulad poskytování služeb s jejich spotřebou	Mnohooborový charakter služeb
Pomíjivost služeb	Nezbytnost zprostředkování služeb
	Dynamika a sezonnost poptávky po službách
	Nezbytnost poskytování informací o službách a jejich kvalitě
	Neanonymita spotřebitele služby

Zdroj: vlastní zpracování dle Orieška (2010, str. 9)

Nemateriální charakter služeb znamená, že služby nelze vnímat smysly tak jako výrobek (například uchopit). Nelze je vnímat před jejich spotřebou ani po ní. Spotřeba služeb je spojená se změnou stavu vnějšího faktoru (zákazníka) neboli s uspokojením jeho potřeb. Část služeb může mít i materiální podstatu, například zaznamenáním na mediální nosič.

Vzhledem k nemateriálnímu charakteru služeb se služby pojí s **vysokou spotřebou živé práce**. Jejich poskytování vyžaduje přítomnost zástupců producenta či zprostředkovatele v místě jejich poskytování.

Do procesu poskytování služeb se **zapojuje zákazník neboli vnější faktor**, který představuje poptávku, na kterou producent služby reaguje.

Dalším základním znakem služeb je **soulad mezi jejich poskytováním a spotřebou**. Služby nelze produkovat do zásoby, produkuje se tehdy, kdy je jejich spotřebitel na místě spotřeby. Z toho vyplývá další znak, a to jejich **pomíjivost**, která potvrzuje, že služby nelze testovat jako běžné spotřební předměty (Hesková a kol., 2011). Pomíjivost lze také vysvětlit tak, že službu nabízenou nyní, nelze nabídnout později, protože ji není možné skladovat či jakkoliv uchovat (Rašovská, Ryglová, 2017).

Mezi speciální znaky služeb cestovního ruchu řadíme **časovou a místní vázanost na primární nabídku cestovního ruchu**, která souvisí s lokalizací podstatných prvků nabídky, což předpokládá příchod účastníka cestovního ruchu na místo spotřeby služeb (Hesková a kol., 2011). Většina zboží je nejprve vyrobena a až poté prodána a spotřebována, zatímco většina služeb je nejprve prodána a až poté souběžně poskytována a konzumována (Rašovská, Ryglová, 2017).

Komplexnost a komplementarita služeb cestovního ruchu udává, že účastník cestovního ruchu obvykle nespotebovává jen jednotlivé služby, ale spíše jejich kombinace (balíček služeb), v rámci, kterých se služby vzájemně podmiňují a vystupují komplementárně. Komplementárnost vyplývá z nezbytnosti komplexního uspokojení různorodých potřeb (Hesková a kol., 2011).

Ve spotřebě služeb existuje i určitá **zastupitelnost**. Ta bývá menší při uspokojování cílových potřeb a větší, jde-li o potřeby zprostředkující. Služby mají **mnohooborový charakter**, a proto je nevyhnutelné jejich zprostředkování směrem k zákazníkům. Zprostředkovatelem může být cestovní kancelář či agentura.

Poptávka po službách je závislá na ekonomických, demografických, sociálních, psychologických a jiných činitelích, což se projevuje v **dynamice poptávky po službách cestovního ruchu**. Vliv na poptávku má **sezonnost**, která je dána vlivem přírodních podmínek a speciálních činitelů, jako jsou prázdniny, svátky a jiné.

Komunikace se zákazníkem na trhu služeb je jedním z významných nástrojů marketingu cestovního ruchu. Proto je důležitým znakem **nevyhnutelnost informací o službách cestovního ruchu a jejich kvalitě** vyplývající z požadavků zákazníků, jejichž rozhodnutí ovlivňuje právě dostatečné množství věrohodných informací.

Účastník cestovního ruchu obvykle vystupuje jako **neanonymní**, například při ubytování v ubytovacím zařízení.

Služby se spotřebovávají ve všech sférách ekonomiky, tj. ve výrobě, distribuci i spotřebě. Uspokojují potřeby společnosti a potřeby jednotlivých obyvatel. Služby jsou součástí životní úrovně obyvatel a kvality jejich života (Orieška, 2010).

Poskytování služeb lze rozdělit do tří fází – připravenost na poskytování služby, proces poskytování služeb a výsledek poskytnutí služby. První fáze se týká producenta služby včetně jeho vůle, schopnosti a ochoty službu poskytnout. Jedná se o potenciál služby, který znamená přítomnost vnitřních výrobních faktorů, a to práce, zboží a informací. Jejich kombinace představuje schopnost v požadované formě, v určitém čase a místě poskytovat službu. Druhou fází je samotný proces poskytování služeb, jehož předpokladem je začlenění vnějšího faktoru. Do využívání osobních služeb se začleňuje zákazník, v případě materiálních služeb (například oprava lyží) se do procesu poskytování služeb zapojuje zboží (například lyže). Výsledek poskytnutí služby může mít za následek požadovaný efekt. Pro zákazníka je služba užitným efektem, pro producenta služba přináší užitek v podobě tržby za její poskytnutí (Hesková a kol., 2011).

K zjištění spokojenosti hostů s poskytnutými službami slouží metoda zpětné vazby, která je podstatná pro úspěšnou péči o hosty. Pro zjištění, zda byli hosté spokojeni a zda byla jejich očekávání splněna, je vhodné připravit dotazník zahrnující ubytování, stravování, zařízení pro volný čas, doprovodné programy, péči o hosty během pobytu a přístup zaměstnanců (Parmová, 2003).

Ke kladným výsledkům získané z metody zpětné vazby značně přispívá kvalifikovanost zaměstnanců, jejich individuální přístup ke každému klientovi, důvěra mezi klientem a zaměstnancem a osobní vztah (Vosoba, 2004).

3.2.6.1 Klasifikace služeb cestovního ruchu

Cestovní ruch určuje požadavky, které je zapotřebí respektovat v souvislosti s poskytováním služeb:

- přizpůsobit charakter služeb primární nabídky středisek cestovního ruchu tak, aby se optimálně využil jejich charakter,
- přizpůsobit kapacitu, strukturu a kvalitu služeb požadavkům jednotlivých druhů cestovního ruchu a cílových skupin účastníků cestovního ruchu,
- zabezpečit kapacitní návaznost služeb v cílovém místě,
- zajistit pohotovost a pružnost nabídky služeb,
- zajistit cenovou dostupnost služeb.

Služby cestovního ruchu členíme dle základního rozdělení na:

- *služby cestovního ruchu*, které v první řadě uspokojují potřeby účastníků cestovního ruchu a produkují je podniky cestovního ruchu. Jedná se o služby výrobců služeb a zprostředkovatelů služeb,
- *ostatní služby*, jež jsou produkovány podniky s polyfunkčním charakterem. Převážně uspokojují potřeby místního obyvatelstva, ale část produkce spotřebovávají také účastníci cestovního ruchu. Jde o podniky poskytující specializované služby pro cestovní ruch a služby místní infrastruktury v cílových místech.

Dle druhového členění, které vyjadřuje vztah služeb k jejich hlavním nositelům (podnikům cestovního ruchu), rozlišujeme služby:

- informační,
- dopravní,
- ubytovací,
- stravovací,
- sportovně-rekreační,

- kulturně-společenské,
- lázeňské,
- kongresové,
- průvodcovské,
- asistenční,
- animační,
- organizátorské,
- zprostředkovatelské.

Podle fází realizace rozlišujeme služby, které účastník cestovního ruchu vyžaduje, kupuje a spotřebovává:

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

Dle časového hlediska členíme služby na:

- služby poskytované v sezonním nebo mimosezonním období,
- sezonní služby v letní nebo v zimní turistické sezoně.

Z hlediska uspokojovaných potřeb dělíme služby na:

- základní, jež uspokojují primární potřeby účastníků cestovního ruchu,
- doplňkové, které uspokojují sekundární potřeby účastníků cestovního ruchu.

Dle charakteru spotřeby se služby člení na:

- osobní služby (například odnos zavazadel v ubytovacím zařízení),
- věcné služby (například oprava lyžařské výstroje).

Z ekonomického hlediska můžeme služby rozdělit na:

- placené,
- neplacené (Hesková a kol., 2011).

Tabulka 2: Struktura služeb v cestovním ruchu

Služby v cestovním ruchu			
Služby cestovního ruchu		Ostatní služby	
Dodavatelské služby	Zprostředkovatelské služby	Specializované služby pro cestovní ruch	Služby místní infrastruktury v cílovém místě
Informační	Informační	Informační	Informační
Dopravní	Cestovních kanceláří	Pojistné	Obchodní
Ubytovací	Cestovních agentur	Směnárenské	Komunální
Stravovací		Pasových orgánů	Zdravotnické
Sportovně-rekreační		Celních orgánů	Policejní
Kulturně-společenské			Záchranné
Lázeňské			Poštovní a telekomunikační
Kongresové			
Venkovského cestovního ruchu			
Průvodcovské a asistenční			
Animační			

Zdroj: vlastní zpracování dle Oriška (2010)

V této práci budou konkrétněji popsány ty služby, které souvisejí s tématem mé diplomové práce.

Informační služby

Prostřednictvím informačních služeb dochází k šíření objektivních poznatků o cílovém místě, povědomí o objektech cestovního ruchu a službách, přírodních podmínkách, klimatických podmínkách, obyvatelstvu a způsobu života, o infrastruktuře a suprastruktuře. Dostatečnost a věrohodnost informací ovlivňuje rozhodování účastníka cestovního ruchu, který vyžaduje informace nejen před cestováním v místě bydliště, ale také během cestování a v cílovém místě.

Ve fázi rozhodování shromažďují účastníci cestovního ruchu informace z komerčních zdrojů (propagace), veřejných zdrojů (internet), z mediálních nosičů, ale také z osobních a zprostředkovaných zkušeností. Dobrým zdrojem informací jsou cestovní příručky, které se orientují v případě všeobecných průvodců na informace jednotlivých zemí, nebo v případě speciálních průvodců jsou určené zájemcům o putování, pěší turistiku, cykloturistiku, dějiny, umění a jiné. K prostorové orientaci jsou určena kartografická díla v podobě map a atlasů.

Po dobu cestování využívají účastníci cestovního ruchu informace v podobě informačních tabulí upozorňující na cílové místo či objekty cestovního ruchu.

V cílovém místě shromažďují účastníci především informace o objektech cestovního ruchu a službách. Zdrojem informací mohou být turistické informační kanceláře, které se specializují na poskytování informací o atraktivitách a službách v daném místě a regionu (Hesková a kol., 2011).

Dopravní služby

Dle Hladké (1997) je doprava jedním ze základních předpokladů rozvoje cestovního ruchu. Dopravními službami rozumíme takové služby, které jsou spojeny s vlastní přepravou účastníků a jejich zavazadel včetně poskytování informací o dopravním spojení, rezervování míst, prodeji dopravních cenin atd. (Hladká, 1997).

Doprava zajišťuje dopravení do cílového místa a zpět, ale zahrnuje také pohyb v cílovém místě. Rekreační doprava má za cíl uspokojovat potřeby účastníků. Dopravu můžeme dle druhu dopravy dělit na silniční, železniční, leteckou, vodní a ostatní (tramvaj, trolejbus) (Hesková a kol., 2011).

Převážná část dopravních systémů byla vybudována pro jiné účely než pro účely cestovního ruchu. Avšak existuje i dopravní infrastruktura, jež se buduje

výhradně pro potřeby cestovního ruchu. Jedná se například o lanovky, lyžařské vleky, bobové dráhy nebo cyklostezky (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011).

Ubytovací služby

Ubytovací služby mají v cestovním ruchu svou nezastupitelnou a výraznou roli. S cestováním je od nepaměti spojena potřeba odpočinku během cesty, kdy je cestující nucen vyhledat nocleh a zároveň stravu (Beránek a kol., 2013). Ryglová, Burian, Vajčnerová (2011) ve své publikaci uvádí, že *„ubytovací služby činí nejvýraznější část příjmů v cestovním ruchu, ačkoliv samo ubytování není cílem žádné cesty, nýbrž podmínkou pro naplnění účelu cesty“* (s. 49).

Ubytovací služby jsou určeny pro přenocování či přechodné ubytování v cílovém místě. Součástí mohou být i další služby související s pobytem v ubytovacím zařízení. Většinou se ubytovací zařízení budují společně s pohostinskými odbytovými středisky, ale vznikají také jako samostatné ubytovací zařízení. Možné je využít ubytování v soukromí v podobě chat, rekreačních chalup, pokojů, prázdninových bytů a ubytovací prostředky, jako jsou stany a autopřívěsy. Ubytovací služby poskytují také dopravní prostředky.

Ubytovací zařízení poskytují kromě ubytovacích služeb i další služby, služby doplňkové, jež mohou být placené či neplacené. S délkou pobytu rostou požadavky na jejich poskytování. Standardem služeb se označuje jejich rozsah a kvalita a ovlivňuje ho několik činitelů – charakter zařízení, osobní a věcné provozní předpoklady, pohotovost pracovníků, klientela, sezonní vlivy a úroveň využití kapacity. Jednodušší ubytovací zařízení poskytují méně služeb a naopak. Čím náročnější kategorie ubytovacího zařízení, tím vyšší standard a rozsah nabízených služeb.

V cílovém místě poskytují ubytovací služby ubytovací zařízení více kategorií a tříd. Kategorie označuje druh ubytovacího zařízení, třída vyjadřuje standard vybavenosti a kvalitu poskytovaných služeb (Hesková a kol., 2011).

Poskytování produktu ubytovacích zařízení je nutné správně organizovat, neboť služby poskytované ve správném sledu, množství a kvalitě ovlivňují názor účastníka cestovního ruchu. Organizační struktury ubytovacích zařízení závisí na velikosti, typu, poskytovaných produktech a vlastnických poměrech konkrétního ubytovacího zařízení (Švec a Slabá, 2015).

Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011) člení ubytovací zařízení dle různých charakteristik.

Podle charakteru zařízení:

- pevná (hotely, motely, penziony, ubytovny, chatové osady, kempy, ubytování v soukromí),
- pohyblivá (lodě, lehátkové vozy, lůžkové vozy, a jiné).

Podle časového využití:

- celoroční,
- dvousezonní,
- jednosezonní.

Podle způsobu využití:

- zařízení volného cestovního ruchu,
- zařízení vázaného cestovního ruchu.

Podle velikosti:

- malá (5-100 pokojů),
- střední (101-250 pokojů),
- velká (251 a více pokojů).

Podle druhu staveb:

- hromadná ubytovací zařízení (hotel, hotel garni, motel, penzion, hotel),
- ostatní ubytovací zařízení (kemp, chatová osada, turistická ubytovna),
- jiná ubytovací zařízení (obytná místnost, apartmán, byt, chalupa, chata).

Stravovací služby

Stravovací služby uspokojují základní potřebu výživy , přispívají k zotavení a vytváření většího fondu volného času. Jedná se o základní služby stravování, doplňkového stravování a občerstvení a společensko-zábavní služby (Orieška, 2010). Stravovací služby se nenabízejí pouze v cílovém místě, ale také během přepravy.

V cílových místech nabízejí stravovací služby pohostinská zařízení, která se budují v rámci ubytovacích zařízení či jako samostatné objekty sloužící nejen místním obyvatelům, ale také účastníkům cestovního ruchu.

Služby základního stravování poskytují pohostinská zařízení plnící převážně stravovací funkci. Pro doplňkové stravování a občerstvení se zřizují provozovny, jako je bar, bistro, bufet, snackbar a další. Společenské a zábavní služby se poskytují v zařízení se společensko-zábavní funkcí (kavárna, vinárna, pivnice, noční klub, diskoklub atd.) (Hesková a kol., 2011).

Rozsah stravovacích služeb poskytovaný ubytovacím zařízením dle Ryglové, Buriana a Vajčnerové (2011):

- ubytování se snídaní,
- polopenze (snídaně a jedno hlavní jídlo, obvykle večer),
- plná penze (snídaně a dvě hlavní jídla),
- all inclusive (není omezený rozsah stravovacích služeb včetně nápojů).

Sportovně-rekreační služby

Z hlediska cíle účasti lze sportovně-rekreační služby považovat za jedny z nejvýznamnějších. Jejich poskytování se pojí především se sportovním a rekreačním cestovním ruchem. Umožňují aktivní využívání přírody, uměle vytvořených podmínek pro rozvoj sportu, rekreace a turistiky. Souvisí s volným časem, který je využit aktivním odpočinkem.

Sportovní cestovní ruch je spojen s vykonáváním různých sportovních aktivit s určitým stupněm fyzické zátěže. V létě jsou to aktivity jako koupání, plavání, vodní sporty, hry v přírodě, míčové hry, tenis, golf a další, v zimě je oblíbené lyžování, snowboarding, bruslení atd. Oblíbená je také turistika (pěší, horská, vodní, cykloturistika, mototuristika). Účast na sportovním cestovním ruchu může být i pasivní z pozice diváka.

Rekreační sportovní ruch je zaměřený na rekreační aktivity ve vhodném přírodním prostředí v podobě procházek, méně náročné sportovní činnosti, poznávání přírody a památek, chataření a chalupaření.

Tyto služby se poskytují ve sportovně-rekreačních zařízeních, které mohou být součástí ubytovacích zařízení nebo mohou být součástí vybavenosti cílových míst cestovního ruchu. Mohou se nabízet jednotlivě nebo v rámci souboru služeb během pobytu. Sportovně-rekreační služby jsou poskytovány jednak nezávisle na přírodních podmínkách, zejména se využívají interiéry dětských heren, kuželkové a tenisové haly, místnosti pro stolní tenis, fitcentra, sauny, solária, kryté bazény, tělocvičny, sportovní haly a další zařízení, jednak je jejich poskytování podmíněné přírodními podmínkami (přírodní koupaliště, pláže u vodních ploch, travnaté plochy ke slunění, hřiště atd.)

Poskytování těchto služeb vyžaduje přítomnost specializovaných pracovníků, a to například plavčíka, sportovního instruktora či trenéra (Orieška, 2010).

Kulturně-společenské služby

Kulturně-společenské služby se pojí s poznáváním, zábavou a společenskou komunikací a uspokojují společenské a kulturní potřeby účastníků cestovního ruchu. Objekty poskytující tyto služby mohou být kulturně-historické objekty (hrady, zámky, technické památky, objekty lidové architektury atd.), kulturní a osvětová zařízení (divadla, kina, knihovny atd.) a společenská zábavní zařízení jako součást ubytovacích a pohostinských podniků, například kavárny (Hesková a kol., 2011).

Kongresové služby

Kongresového cestovního ruchu se účastní ti, kteří jsou motivováni zájmem setkat se s odborníky za účelem výměny vědeckých či odborných poznatků a zkušeností (Orieška, 2010). Kongresovou akcí může být seminář, školení, konference, kongres atd. Poskytování kongresových služeb vyžaduje přítomnost materiálně-technických podmínek, které umožňují jednání, ubytování a využití volného času. Takto vhodnými podmínkami disponují kongresová centra a sály vybudované samostatně, častěji však v rámci kulturně-společenských center nebo hotelových zařízení (Hesková a kol., 2011).

Fitness a wellness služby

V souladu s dlouhodobým trendem zdravého životního stylu, jakékoliv ubytovací zařízení, které chce dnes uspět v rámci konkurenčního boje, musí poskytovat fitness a wellness služby.

Fitness centra se budují o rozloze 20-3000 m². Velikost fitness centra však udává pouze jeho maximální výslednou kapacitu, ale na cenovou úroveň má vliv především rozsah a úroveň služeb. Z tohoto pohledu lze fitness střediska rozdělit na tři úrovně. První úroveň je budget centrum, které se zaměřuje na co nejmenší vstupní investici a nejnižší provozní náklady. Obvykle je provozováno bez obsluhy, součástí jsou jednoduché šatny a sprchy. Řešením pro kvalitnější ubytovací zařízení je vybudování prostornějšího centra s malou relaxační zónou (sauna, Whirlpool), kde se vyšší náklady promítají do ceny ubytování. Na druhé, vyšší úrovni, jsou value kluby, které se vyznačují slušnou základní úrovní servisu a vedle posilovny, kardiozóny a prostoru pro skupinová cvičení mohou být součástí nabídky relaxační zóny se saunou, parní lázní nebo bazénem. Na třetí úrovni jsou luxury centra, která jsou provozována výhradně na klubové bázi a svým charakterem se blíží wellness centrům (Křížek a Neufus, 2014).

Z pohledu nabídky služeb ubytovacího zařízení je wellness vedle fitness dalším kvalitativním ukazatelem (Křížek a Neufus, 2014). Wellness lze chápat jako synonymum zdravého životního stylu. Vzniklo z anglických slov: wellbeing a fitness (být v pohodě a fit). Zdraví znamená nejen absenci nemoci, ale je na něj nahlíženo jako na komplexní fyzickou, sociální a duševní pohodu (Kotíková, 2013).

Wellness je třeba chápat jako komplexní pozitivní přístup k sobě samému, skládající se z pohybové činnosti, zdravé výživy, péče o tělo, komunikace, kontaktu s přírodou, mentálního rozvoje a duchovního rozvoje. Specializovaná wellness centra by měla pro své návštěvníky zajistit všech sedm zmíněných komponentů. Pohybová činnost je typická pro fitness, ale je jednou sedminou celkového mixu. Mentální a duchovní rozvoj je převážně v rukou samotných uživatelů. Nabídka procedur s péčí o tělo je velmi široká, záleží však na dispozičních možnostech určitého prostoru. Velmi oblíbené jsou kromě masáží procedury, které využívají přírodní zdroje (Kotíková, 2013).

3.2.7 Destinace cestovního ruchu

Destinace je spojení různých služeb koncentrovaných v určitém místě nebo oblasti. Atraktivita destinace představují podstatu destinace a hlavní motivační stimul k navštívení. Destinace nabízí ubytovací služby, stravovací služby a sportovně-rekreační služby. Nejmenší možná destinační jednotka je resort (Palatková, 2006).

Destinace se snaží klientovi nabídnout celý řetězec služeb, který odpovídá požadavkům klienta a uspokojuje jeho očekávání, při perfektní a kvalitní organizaci všech služeb od počátečního poskytování informací při tvorbě rezervace, během celého pobytu až po klientův návrat domů (Bartl, Schmidt 1998).

Dle výkladového slovníku je destinace v užším smyslu cílová oblast v daném regionu, která disponuje významnou nabídkou atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu. V širším smyslu je destinace země, regiony, lidská sídla a oblasti s velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami a další infrastrukturou, jejíž výsledkem je velká a dlouhodobá koncentrace návštěvníků (Királ'ová, 2003).

Na vymezení destinace se nevztahují žádná oficiální kritéria ani administrativní hranice. Je to určitý geografický prostor, který je tvořený nabídkou turistických atraktivit a nezbytnými zařízeními pro realizaci služeb cestovního ruchu. Konkurenceschopnost a ekonomická efektivnost destinace je dána základní nabídkou (atraktivit), odvozenou nabídkou (služby), dostupností a úrovní řízení (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011).

3.2.8 Podniky cestovního ruchu

Na trhu cestovního ruchu se setkává nabídka s poptávkou tvořena objekty a subjekty cestovního ruchu, kdy stranu nabídky zastupují podniky a v současnosti také destinační organizace. Podniky jsou podnikatelským subjektem uspokojujícím potřeby konečných spotřebitelů a svoji aktivitu uskutečňuje samostatně na vlastní účet při přiměřeném podnikatelském riziku (Švec, Humlerová, Martišková, 2017).

Podniky cestovního ruchu jsou členěny z hlediska charakteru a míry závislosti svých výkonů na cestovním ruchu na vlastní podniky cestovního ruchu a na ostatní podniky s vazbou na cestovní ruch. Charakteristickým znakem vlastních podniků cestovního ruchu je jejich zaměření poskytování služeb cestovního ruchu výhradně či v převažující míře na účastníky cestovního ruchu.

Vlastními podniky cestovního ruchu jsou podniky, které uspokojují potřeby účastníků cestovního ruchu a patří mezi ně hotelové podniky a podniky ostatních ubytovacích služeb, podniky a zařízení sportovně-rekreačních služeb, podniky a zařízení služeb kulturních a společensko-zábavních, lázeňské podniky, některé dopravní podniky (nekonvenční doprava – lanovky, vleky, rekreační lodní doprava),

podniky provozující zvláštní služby (například horská služba) a podniky vyrábějící turistické zboží.

Mezi vlastní podniky cestovního ruchu můžeme zařadit podniky zprostředkovatelských služeb, jako jsou cestovní kanceláře a cestovní agentury, a podniky smíšené (cestovní kanceláře a dopravní podniky, hotely a cestovní kanceláře, hotelové podniky a podniky specializované dopravy) (Jakubíková, 2012).

Stejně jako u ostatních podniků jiných odvětví je hlavním cílem podniků cestovního ruchu dosažení zisku. Existují však určité rysy, které jsou typické právě pro služby poskytované v ubytovacích a stravovacích zařízeních. Hlavním specifikem v oblasti cestovního ruchu je sama podstata služeb, jež jsou vázány na místo, klimatické podmínky, rozložení volného času, časovost, osobní charakter, výsledky společné činnosti mnoha odvětví a vliv makroekonomických faktorů.

Z těchto důvodů pro podnikání v cestovním ruchu vyplývá:

- úspěšnost závisí na místě, které může vyvolat či podnítit poptávku účastníků cestovního ruchu,
- důležitá je znalost okolního prostředí,
- podnikání je závislé nejenom na přírodních podmínkách, ale i na hospodářských, politických a společenských jevech, jež ovlivňují stranu poptávky,
- je nutné respektovat sezonnost a nerovnoměrnost poptávky,
- turisté vyhledávají nové dojmy a zážitky,
- poptávka cestovního ruchu je různorodá (Hesková a kol., 2006).

3.2.9 Marketing cestovního ruchu

Marketing cestovního ruchu patří do oblasti marketingu služeb, jež jsou charakteristické určitými specifickými rysy. Tyto služby jsou výsledkem celé řady podnikatelských aktivit, které se podílejí na uspokojování potřeb klientů cestovního ruchu (Parmová, Dvořák, Frková, 2013). Marketing je plynulý proces probíhající v dílčích krocích (Morrison, 1989). Prostřednictvím tohoto procesu se dostávají k zákazníkovi služby a zboží od výrobce (Goeldner a Ritchie, 2009). Ovlivňuje rozhodování, stanovení cílů, plánování a realizaci provozního managementu. Marketing lze chápat jako umění nabídnout poptávané služby v pravý čas, na pravém

místě, za odpovídající cenu, s účinnou reklamou a podporou prodeje správným zákazníkům za účelem dosažení zisku. Spočívá v definování cílů zákazníka a způsobu, jak jeho potřeby a požadavky výnosně uspokojovat (Beránek, Kotek, 2007).

Marketing plní úlohu jakéhosi informačního centra, které zajišťuje pravidelnost a plynulost toku informací. Přesné a včasné informování umožňuje vyhodnocování reakce trhu na nabídku dané firmy, popřípadě informuje vrcholové vedení firmy o závažných odchylkách na trhu a předchází tak závažnějším problémům (Kozel, 2006).

3.2.9.1 Marketingový mix

Představuje soubor nástrojů, pomocí nichž se utvářejí vlastnosti služeb určených zákazníkům. Prvky marketingového mixu mohou být použity v různé intenzitě a pořadí (Vašítková, 2008). Základní marketingový mix obsahuje následující čtyři základní prvky (4P):

Produkt – 1P

Produktem chápeme vše, co slouží k uspokojení hmotných i nehmotných potřeb spotřebitele (Vašítková, 2008). Produkt cestovního ruchu je specifický především svým nehmotným charakterem. Pro jeho lepší pochopení a stanovení cenového mixu slouží analýza úrovně produktu:

- základní produkt,
- očekávaný produkt,
- rozšířený produkt,
- potenciální produkt.

Cena – 2P

Na základě analýzy provedené v oblasti produktu se stanovuje cenová strategie, která je důležitá pro vnímání hodnoty a kvality služeb zákazníkem (Hesková a kol., 2011). Tvorba ceny je výsledkem mnoha faktorů. Mezi tyto faktory patří cíle organizace, charakter služeb, náklady a intenzita konkurence na trhu, na kterém se služby nabízejí (Jakubíková, 2012).

Distribuce – 3P

Distribuce souvisí s místní lokalizací služby a s usnadněním přístupnosti dané služby konečnému spotřebiteli (Vašítková, 2008). Distribuční cesty lze rozdělit na přímé a zprostředkované (přes jednoho či více zprostředkovatelů) (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011).

Promotion (marketingová komunikace) – 4P

K vhodnému použití nástrojů marketingového komunikačního mixu (reklama, podpora prodeje, public relations a osobní prodej) je nutné vycházet ze specifík produktu služeb a odstraňovat kombinací nástrojů jeho nevýhody (Hesková a kol., 2011).

Cílem základního marketingového mixu je vytvořit ideální kombinaci všech prvků. Všechny tyto prvky lze ovlivňovat a přizpůsobovat neustálým změnám okolí. Není stanovené žádné ideální sestavení marketingového mixu, marketingový mix by měl respektovat požadavky cílového segmentu.

Novější pojetí marketingového mixu je rozšířené o další prvky marketingového mixu. Hlavním důvodem zařazení dalších prvků marketingového mixu je skutečnost, že zákazníci jsou stále náročnější a k uspokojení jejich požadavků je důležitá hlubší a složitější příprava k plánování efektivních marketingových technik (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011).

Lidský faktor

Lidé se stávají jedním z nejvýznamnějších prvků marketingového mixu služeb, neboť při poskytování služeb dochází ke kontaktu se zákazníkem. (Vašítková, 2008). Význam lidského faktoru je v oblasti služeb vyšší, než je tomu u klasických produktů (Hesková a kol., 2011).

Spolupráce (Partnership)

Bez vzájemné spolupráce organizací by nebylo možné nabízet některé typy produktů. Spolupráce může být na horizontální úrovni, kdy firmy spolupracují ve stejné úrovni logistického pohybu produktů (spolupráce poskytovatele ubytovacích služeb a poskytovatele sportovních služeb) nebo na vertikální úrovni, která se týká spolupráce na principu dodavatel – odběratel.

Balíčky služeb (Packaging)

V cestovním ruchu znamená výraz packaging spojování jednotlivých služeb k sobě. K jádru produktu jsou přidávány další služby v souladu s přáními zákazníků. Balíček je nabízen a prodáván jako celek a přináší mnoho přínosů nejen spotřebiteli (úspora času, cestovatelská jistota, záruka zážitku, úspora prostředků), ale také poskytovateli (zmírnění výkyvů v nabídce a poptávce po službách) (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011).

Programování (Programming)

Programování úzce navazuje na tvorbu balíčků služeb. Jejich cílem je vyvolat zájem o mimosezonní období u zákazníka (Hesková a kol., 2011). Obsahem programování jsou postupy, úkoly, časové rozvrhy a činnosti (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011).

3.3 Výzkumný problém

Pro naplnění cíle diplomové práce bylo stanoveno následujících pět otázek:

- 1) Jaká je motivace návštěvy/pobytu v lokalitě?
- 2) Existuje nějaký produkt cestovního ruchu, který v oblasti Lipno nad Vltavou zcela chybí a mohl by být zaveden ve vybraném projektu?
- 3) Jaký je důvod volby apartmánu před jinými ubytovacími zařízeními?
- 4) Má vliv výběr určitého typu ubytování na zájem o stravovací služby?
- 5) Preferovali by návštěvníci resortu Korzo Lipno větší nabídku služeb pro sport nebo odpočinek?

3.4 Metodika práce

Pro zkompletování diplomové práce, jejímž cílem je na základě analýzy současného stavu, trendů a zákaznických preferencí navrhnout možnosti zavedení služeb ve vybraném rozvíjejícím se projektu a připravit návrhy marketingové a prodejní podpory, bylo nutné zpracovat primární a sekundární data.

Teoretická část diplomové práce, která tvoří získaná sekundární data, se opírá o studium odborné literatury z oblasti cestovního ruchu, kde jsou vysvětleny základní odborné termíny důležité pro pochopení záměru diplomové práce.

V aplikační části diplomové práce začínám s analýzou oblasti, konkrétně obec Lipno nad Vltavou, kde popisují současný stav, vymezení a historii.

Součástí aplikační části je kvantitativní výzkum prováděný pomocí dotazníkového šetření, které probíhalo v měsíci listopad 2019 až březen 2020 v resortu Korzo Lipno, novém rozvíjejícím se projektu v obci Lipno nad Vltavou. Dotazník se skládal z 20 otázek, z nichž 2 otázky byly sestaveny pomocí Likertovy škály, kde dotazovaní odpovídali na škále od 1 do 5 a od 0 do 7. Dotazník byl umístěný přímo na recepci resortu Korzo Lipno a byl určen tuzemským hostům. Celkem bylo rozdáno v papírové formě 190 dotazníků, z nichž se vrátilo vyplněných 150. Dotazník obsahoval celkem 5 identifikačních otázek, kterými jsem zjišťovala kraj, nejvyšší dosažené vzdělání, ekonomickou aktivitu, pohlaví a věk dotazovaných.

Kvalitativní výzkum, jež je také součástí aplikační části a slouží k primárnímu výzkumu, byl uskutečněný formou řízeného rozhovoru s jedním z investorů projektu Korzo Lipno a zaměřuje se na otázky týkající se budoucího vývoje a zavedení služeb do kontextu projektu.

Získaná data z dotazníkového šetření byla následně zpracována pomocí výsečových a sloupcových grafů a některé otázky byly vyhodnoceny pomocí průměrů, které slouží k přesnějšímu a lépe porovnatelnému výsledku. Výsledky dotazníkového šetření mi pomohly k zodpovězení výzkumných otázek stanovených na začátku zpracovávání diplomové práce. Řízený rozhovor slouží k prohloubení a doplnění informací k vývoji projektu Korzo Lipno.

Další část diplomové práce slouží k uplatnění získaných dat prostřednictvím návrhů na zavedení služeb v daném rozvíjejícím se projektu a navržení jejich marketingové a prodejní podpory.

4 Aplikační část a diskuse výsledků

4.1 Vymezení oblasti

Lipno nad Vltavou je obec v jižních Čechách ležící na levém břehu údolní nádrže Lipno na řece Vltavě v blízkosti přehradní hráze (Lipno nad Vltavou, 2020). Lipno nad Vltavou se nachází v Lučské hornatině. Obec se skládá z Lipna nad Vltavou a vesnice Slupečné (Místopisy.cz, 2020). Žije zde celkem 653 obyvatel (Český statistický úřad, 2020).

Lipno nad Vltavou patří v současné době mezi vyhledávaná turistická a rekreační místa, a to především díky ideální poloze u Lipenské přehrady a vrcholu Kramolín, na kterém vzniklo významné středisko zimních sportů (Lipno nad Vltavou, 2020).

Lipno nad Vltavou spadá do turistické oblasti nazývané Lipensko, jež se rozprostírá kolem řeky Vltavy, a to od Stožce až po Rožmberk. Hranici oblasti na jižní straně tvoří hraniční hřebeny s Bavorskem a Horním Rakouskem. Hlavní dominantou Lipenska je vodní hladina Lipenské přehrady a Národní park Šumava, jež na Lipensko plynule navazuje (Jižní Čechy, 2020).

Obrázek 1: Oblasti Lipenska



Zdroj: Jižní Čechy (2020)

4.1.1 Historie obce

První zmínky o osidlování jsou dostupné z roku 1281, kdy je poprvé zmiňováno Studené, Plískov, Kobylnice, Petrův mlýn a Slupečná. V současnosti je Petrův mlýn pod hladinou Lipenského jezera a první tři obce jsou pouze rekreačními osadami Lipna nad Vltavou. Slupečná byla obcí až do výstavby sídliště Lipno, od roku 1954 je však osadou Lipna nad Vltavou s trvalým osídlením. Postupně do konce 15. století všechna tato osídlení přešla pod majetek vyšebrodského cisterciáckého kláštera. Jako majetek vyšebrodského kláštera je již v roce 1459 zmiňován také Kramolín.

Dle dostupných zdrojů patřila dnešní obce Lipno nad Vltavou pod území tehdejší rychty Bolechy. Jednotlivé osady jsou uváděny dle počtu osedlých neboli obytných stavení, ve kterých žili lidé. Celkem zde bylo 28 osedlých. Nejvíce osedlých měla Slupečná (10), nejméně Petrův mlýn (1) a poprvé se objevuje Lipno se třemi osedlými. V jednom domě žilo asi šest obyvatel, což znamená, že v roce 1530 žilo na území dnešní obce Lipno nad Vltavou 150 až 170 obyvatel.

Tato osídlení byla stejně jako dnes na levém břehu Vltavy. Na počátku 16. století se nad Lipnem plavilo dříví ze Svatotomášských lesů až ke krumlovským rechlím. V roce 1576 se voroplavba prohlásila za svobodné povolání a stalo se tak hlavním povoláním sedláků.

Osedlí z Lipna, Kobylnice a z části i ze Slupečné především vorařili, naproti tomu osedlí ze Studené, Plískova a Kramolína se plně věnovali zemědělství. Na území dnešní obce Lipno nad Vltavou se pěstovalo žito, oves, mák, řepa, hrách a v hojném množství zelí (Lipno nad Vltavou, 2020).

Zásadní změna započala rokem 1952 v souvislosti s budováním vodní nádrže Lipno, která je dodnes největším vodním dílem v České republice. O sedm let později změnilo nově vzniklé jezero ráz krajiny k nepoznání (Lipensko, 2018). Spolu s přehradou byla vybudovaná i vodní elektrárna, která nahrazuje některá stávající i starší technická elektrárenská díla mezi Lipnem a Vyším Brodem. Původní osada byla z větší části při budování lipenské přehrady zatopena a začala vznikat nová obec (Lipno nad Vltavou, 2020). Po roce 1989 byly otevřeny dosud nepřístupné příhraniční oblasti a uvolnily se možnosti pro podnikání v turistickém ruchu (Lipensko, 2018).

4.1.2 Přírodní potenciál

Oblast Lipenska má vynikající přírodní podmínky pro rozvoj cestovního ruchu. Oblast je atraktivní především díky Lipenské přehradní nádrži, která je právem nazývána „jihočeským mořem“.

Oblast Lipenska zasahuje do Chráněné krajinné oblasti Šumavy, jež je největším chráněným územím v České republice (Turisma o.s., 2020). Většina území Šumavy má středoevropské středohorské podnebí. Větší část Šumavy náleží do chladné oblasti, níže položené části šumavského podhůří patří do mírně teplé oblasti. Významnou součást Šumavy představuje fauna horských smrkových lesů. Bohatší fauna se vyskytuje ve smíšených lesích buku, jedle a smrku s příměsí jilmu nebo klenu. Bohatá a pestrá je také fauna tekoucích vod a jejich břehů. Šumavská květena a rostlinstvo jsou typickými příklady středohorské středoevropské flóry a vegetace, ale díky relativní blízkosti alpského vysokohorského masivu mají i své určité specifické vlastnosti. Celková geomorfologická stavba oblasti poskytuje dobré podmínky pro pěší turistiku a cykloturistiku (Česko.Světadíly.cz, 2020).

Charakter horského jezera je dán poměrně velkou nadmořskou výškou, jež se projevuje specifickým klimatem, a to především v zimním období. Díky dobrým sněhovým podmínkám a kopcovitému terénu je oblast vhodná pro lyžování (Lipensko, 2018).

Pro Šumavu jsou typická rašeliniště, kterým se v centrální části národního parku říká slatě. Na Šumavě rašeliniště vznikla za ideálních podmínek na přelomu poslední doby ledové a doby poledové před 9000 až 10000 lety. Ideální podmínky pro vznik slatí byly dány mělkými pánvemi, sedly, mírnými svahy, náhorními rovinami, pláněmi, širokými a mělkými údolními potoky a jejich některými přítoky. Z počátku mělká pánevní jezírka zarůstala rákosem a různými ostřicemi. Odumřelé zbytky této vegetace daly vzniknout nejspodnějším vrstvám rašeliny. Později převládal ve vegetaci mechrost rašeliník, který přirůstal při hladině. Mezi přístupná rašeliniště v národním parku Šumava patří Chalupská, Jezerní, Cikánská, Tříjezerní slat', Soumarské rašeliniště a Malý Polec (Kudyznudy.cz, 2020).

Nejvyšší hora Šumavy je Velký Javor v Německu. Nejvyšším bodem na české straně je hora Plechý, která je vysoká 1378 metrů. Pod horou se rozprostírá jedno z pěti ledovcových jezer České republiky Plešné jezero. Voda z jezera odtéká Jezerním

potokem do Vltavy. Dříve se jezero využívalo k napájení Schwarzenberského plavebního kanálu, který se využíval pro plavbu dříví. Nad jezerem se nachází 14,5 metrů vysoký žulový památník Alberta Stiftera (Kudyznudy.cz, 2020).

Národní přírodní rezervace Čertova stěna – Luč se nachází v údolí řeky Vltavy, přibližně 3 kilometry západně od obce Vyšší Brod. Chráněné území Čertova stěna bylo v roce 1992 spojeno s chráněným územím Luč do Národní přírodní rezervace Čertova stěna – Luč. Jedná se o jednu z nejkrásnějších a nejnavštěvovanějších skalních lokalit v jižních Čechách. Čertova stěna je skalní sráz s chaoticky nakupenými žulovými balvany. Proto se toto místo označuje jako kamenné moře. Nad údolím se nachází přes 30 metrů vysoký skalní útvar nesoucí název Čertova kazatelna. Z kazatelny je překrásný pohled na kamenité řečiště Vltavy. Necelé 2 kilometry západně nad údolím Vltavy se nachází vrchol Luč s mohutnými skalními útvary. Ze skalky nedaleko vrcholu je výhled na celé vltavské údolí, Čertovu stěnu a na část Lipna. Národní přírodní rezervace Čertova stěna – Luč je volně přístupná veřejnosti (České hory, 2020).

4.1.3 Kulturně-historický potenciál

Lipno nad Vltavou leží v okrese Český Krumlov, který je mimořádně bohatý na světské a církevní památky. O tom svědčí celá řada hradů, zámků, klášterů a kostelů, které se zde nacházejí. Český Krumlov se svým historickým jádrem a druhým největším hradem a zámkem v České republice je od obce Lipno nad Vltavou vzdálený 32 km (Český Krumlov, 2020).

Atraktivitu oblasti Lipenska zvyšuje řada měst a městeček, která leží na březích jezera či v jeho okolí. Řada z nich disponuje velkým množstvím pamětihodností. Kromě již zmíněného Českého Krumlova je nutné uvést několik kulturně-historických památek nacházející se v blízkosti Lipna nad Vltavou, jež mají význam pro rozvoj destinace a slouží jako doplňkové atraktivity pro rekreaci v obci Lipno nad Vltavou (Lipensko, 2018).

Níže je uvedeno několik nejvýznamnějších kulturně-historických památek:

- *Cisterciácký klášter ve Vyšším Brodě*, založený v roce 1259 Rožmberky, je jedním z nejkrásnějších dochovaných klášterů v českých zemích. Vyšebrodský klášter je jediný fungující mužský cisterciácký klášter v České republice a zároveň se jedná

o jednu z nejvýznamnějších kulturních památek jižních Čech. Nejcenější součástí kláštera je Vyšebrodská madona a Závišův kříž (Jižní Čechy, 2020).

- *Hrad Rožmberk* se nachází v Rožmberku nad Vltavou a pochází z poloviny 13. století. Hrad Rožmberk je jeden z nejstarších hradů Vítkovců, předchůdců Rožmberků. Jedná se o komplex původně dvou hradů – Dolní hrad a Horní hrad. Z Horního hradu se dochovala kamenná hláska zvaná Jakobínka. Horní část hradu sloužila později jako letní šlechtické sídlo (Rožmberk, 2020). Dolní Hrad prošel také několika přestavbami a byl ovlivněn renesancí a anglickou novogotikou. V okolí hradu se nachází anglický park z roku 1870. Zajímavostí tohoto místa je Rožmberský pokoj s obrazem Bílé paní, která se dle pověstí na hradě zjevuje (Hrad Rožmberk, 2020).
- *Vítkův hrádek* je nejvýše položený hrad v Čechách (v 2053 m n. m.) s největší dochovanou obytnou věží (tzv. Donjonem). Byl založený ve 13. století Vítkovci. Nachází se na pravé straně Lipenského jezera nad osadou Sv. Tomáš a nabízí výhledy na hladinu Lipenské přehrady a její okolí a za příznivého počasí také na Alpy v Rakousku (Vítkův Hrádek, 2020).
- *Pašijové divadlo v Hořicích na Šumavě* je jedno z nejstarších v Evropě. Pašijové hry jsou významným kulturním dědictvím a je výjimečné zejména tím, že je tvoří obyvatelé Hořic či jiných obcí a měst (Hořické pašijové hry, 2020).
- *Muzeum Adalberta Stiftera v Horní Plané* je umístěné v rodném domku šumavského básníka Adalberta Stiftera. Stálá expozice s názvem „Adalbert Stifter a rodný kraj“ je obsahově zaměřena především na Stifterův osobní a tvůrčí vztah k Horní Plané a Šumavě (Regionální muzeum v Českém Krumlově, 2020).

4.1.3.1 Kulturní a společenské akce

- Koncerty na Stezce korunami stromů,
- Koncerty v Camping Lipno Modřín,
- Narozneniny Stezky korunami stromů,
- Novoroční výstup na Stezku korunami stromů,
- Tři králové ve Skiareálu Lipno,
- Animační program u Stezky korunami stromů s tvořivou dílnou,
- Zdobení stromečku (Lipno.info, 2020).

4.1.3.2 Technické památky

Lipenská přehrada je vodní dílo vybudované v letech 1952-1959 mezi obcí Lipno nad Vltavou a Vyším Brodem na řece Vltavě. Jedná se o největší přehradní nádrž a zároveň i největší vodní plochu v celé České republice. Plocha Lipenské přehradní nádrže činí 4870 ha a objem zadržené vody je 309,5 mil.m³. Hráz přehrady, jež je tvořená ze 2/3 sypanou částí, u levého břehu betonovou a gravitační částí, je 25 metrů vysoká a 296 metrů dlouhá. Zajímavostí je podzemní hydroelektrárna nacházející se v hloubce 200 metrů. Vodní dílo bylo budováno především s cílem vytvořit zásobárnu vody pro energetiku a průmysl, k zajištění minimálního odtoku 6m³ v původním řečišti a k regulaci povodňových průtoků (VisitVltava.cz, 2020).

Schwarzenberský plavební kanál byl postaven za účelem splavování polenového dříví na svahu Trojmezí a Plechého. První úsek tohoto mimořádného vodního díla vznikl v letech 1789 až 1791 a druhý úsek v letech 1821 až 1822 podle projektu Josefa Rosenauera. Z nepřístupných šumavských hvozdů se splavovalo dříví plavebním kanálem, odkud následně putovalo po Dunaji až do císařského města a odbytíště Vídně. V letech 1793 až 1891 bylo splaveno téměř 8 milionů krychlového dřeva. Schwarzenberský plavební kanál je od roku 1963 na seznamu nemovitých kulturních památek technického významu. Podél jeho části vede 9 kilometrů dlouhá naučná stezka, která je vhodná pro pěší turistiku, cyklisty i tělesně postižené a v zimních měsících pro běžkaře (Lipno.cz, 2020).

4.1.4 Sportovně-rekreační potenciál

Obec Lipno nad Vltavou je významnou rekreační oblastí, která se stala moderním centrem cestovního ruchu s infrastrukturou světové úrovně. Lipno poskytuje rozmanitou nabídku možností trávení volného času pro všechny věkové kategorie po celý rok.

Lipenské jezero s plážemi a mělkým přístupem k vodě umožňuje provozování několika druhů vodních sportů a trávení času aktivním odpočinkem. Přírodní a klimatické podmínky udávají příznivé podmínky pro windsurfing a jachting (Lipno nad Vltavou, 2020).

Velikostí je Lipenské jezero největším rybářským revírem v ČR (mimopstruhový revír). K nejčastějším úlovkům patří kapr, štika, candát, ale také

sumec a úhoř. Oblibě rybářství je přizpůsobená i nabídka služeb pro rybáře včetně prodejny povolenek a rybářského vybavení (Lipensko, 2018).

Pod hrází přehrady na úseku toku Vltavy se pravidelně pořádají závody ve vodním slalomu a raftingu. V úseku mezi Loučovicemi a Vyším Brodem je řeka Vltava ideální pro sjezd divoké řeky (Lipno nad Vltavou, 2020).

Okolí Lipenské nádrže nabízí vynikající podmínky pro turistiku, která je vedle rybaření a sportování dalším z důvodů obliby Lipenska. Turistické možnosti výrazně rozšiřuje blízkost Šumavy a výletních cílů, z nichž mnohé jsou unikátními přírodními a kulturními památkami. Spolu s přírodou, příznivému terénu, vodním plochám a v zimě výborným sněhovým podmínkám tvoří Lipensko ideální předpoklady pro všechny druhy turistiky. Rozmanitý krajinný ráz regionu Lipenska umožňuje turistům pěší turistiky i cykloturistiky volbu typu trasy dle fyzických možností. Regionem Lipenska prochází množství cyklistických stezek a cyklotras s návazností na trasy v okolních regionech jižních Čech. Návštěvníci se v regionu orientují pomocí turistického značení včetně doplňujících informací, zejména na trasách naučných stezek. Síť cyklostezek je široká a poskytuje několik variant zaměření výletu. Pro cykloturistiku jsou přizpůsobené v letních měsících také vlaky, na které jsou připojené vagóny určené pro přepravu jízdních kol. Kromě pestré sítě cyklotras jsou k dispozici návštěvníkům dobře vybavené půjčovny kol, které poskytují mimo jízdních kol, elektrokol či koloběžek a dětských vozíků také servis (Lipensko, 2018).

V zimních měsících je v blízkosti obce Skiareál Lipno, který svou širokou nabídkou poskytuje ideální podmínky pro rodiny s dětmi. Nabízí lyžování pro začátečníky i středně pokročilé na více jak 12,2 km upravených sjezdovkách (Lipno.info, 2020).

V zimních měsících je nabídka volného času doplněna upravenými běžkařskými trasami všech obtížností. Z pohledu lyžařské turistiky je Lipensko výjimečné svou možností běžkovat na hladině zamrzlého jezera, kde vzniká v zimních měsících ledová magistrála nejen pro bruslaře, ale také pro běžkaře a chodce (Lipensko, 2018).

Stežka korunami stromů je celorepublikovým unikátem s výhledem na Lipenské jezero a šumavskou přírodu z výšky 40 metrů. Jedná se o první stežku svého druhu v České republice s nejdelším suchým tobogánem. Celková délka stežky je

675 metrů. Součástí jsou didaktické prvky a adrenalinové zastávky s lanovými prvky. Ke stezce je možné se dopravit lanovkou, Stezkabusem, po turistické trase či cyklotrase. Ke zpáteční jízdě je možné si zapůjčit terénní koloběžku. Otevírací doba se mění v závislosti na měsících, v letních měsících je stezka zpřístupněná i ve večerních hodinách. Na Stezce korunami stromů probíhají také koncerty (Stezka korunami stromů, 2020).

Tabulka 3: Nejnavštěvovanější turistické cíle v Jihočeském kraji v roce 2018

Umístění	Název cíle	Tis. návštěvníků
1.	Státní hrad a zámek Český Krumlov, Český Krumlov	429,2
2.	Stezka korunami stromů Lipno, Lipno nad Vltavou	342,0
3.	Státní zámek Hluboká nad Vltavou, Hluboká nad Vltavou	288,6
4.	Jihočeská zoologická zahrada Hluboká nad Vltavou, Hluboká nad Vltavou	265,3

Zdroj: CzechTourism (2020)

Království lesa je rodinný areál v těsné blízkosti Stezky korunami stromů s množstvím herních prvků přibližující šumavskou přírodu. Království lesa je otevřené od května do října (Království lesa, 2020).

Areál Fun Spot Lipno se nachází v osadě Kobylnice u Lipna nad Vltavou. Součástí areálu je adventure golf zasazený v botanické zahradě se soustavou jezírek představující podvodní svět. Golfové hřiště se skládá z 18 jamek, které se nachází na členitém terénu. Areál je otevřen sedm měsíců v roce, přes den i ve večerních hodinách. V jezírkách se vyskytují typické vodní rostliny a podvodní živočichové, které běžně najdeme v českých vodách (FunSpot Lipno, a.s., 2020).

Méně než 400 m od centrálního parkoviště Lipna nad Vltavou se nachází areál Bobovka Lipno nad Vltavou. Areál se pyšní jako jediné místo v České republice dvěma bobovými dráhami (horskou a korytovou). Na horské dráze se vyskytují dvě zatáčky s 360 stupni. Obě dráhy jsou dlouhé okolo 1 km a jsou bezbariérové. Na

začátek dráhy vyváží návštěvníky vlek. V celoročním areálu se nachází také hospoda a dětské hřiště. (Lipno Slide, a.s., 2020).

Aquaworld se nachází v prostorách rekreačního parku Marina Lipno. Jedná se o zastřešený obdélníkový plavecký bazén o velikosti 16x8 m, kruhový bazén s atrakcemi o průměru 16 m a divokou řeku s přejezí. V prostorách se nachází i finské sauny nebo masáže. Aquaworld je otevřen celoročně a umožňuje i bezbariérový přístup. (Kudyznudy.cz, 2020).

Hopsárium Lipno je umístěné v budově Aquaworldu v Lipně nad Vltavou. Hopsárium je určeno pro hraní dětí. Hlavní část vybavení tvoří prolézací věž s překážkami a trampolínou. Součástí je i samostatně umístěný batolecí koutek. Krytá část Hopsária je otevřená celoročně. Venkovní část, která je otevřena pouze za hezkého počasí, obsahuje skluzavku na nafukovacích kruzích a dráhu pro šlapací auta. Součástí Hopsária Lipno je i bistro s občerstvením (Landal Marina Lipno, 2020).

V Bike parku Lipno s nástupištěm na lanovou dráhu vzdáleném 100 m od centrálního parkoviště jsou 2 trasy o celkové délce 3 km. Jedná se o jízdu na kolech v lesním terénu, který je vylepšen o dřevěné lávky, lavice a mnoho dalších prvků. Tratě jsou rozděleny podle obtížnosti na těžší červenou trať a lehčí modrou trať. U centrálního parkoviště je plně k dispozici půjčovna kol (Lipno.info, 2020).

Lanový park Lipno u centrálního parkoviště nabízí adrenalinový zážitek na lanových překážkách s výhledem na lipenské jezero. Park nabízí přes 500 m lanových překážek se závěrečným sjezdem na kladce. V parku pracují instruktoři, kteří dohlíží na bezpečnost a zaškolují, jak správně překonávat překážky. Park je otevřen podle počasí, obvykle od května do října (Kudyznudy.cz, 2020).

Poblíž lipenského jezera se nachází tři areály, kde je umožněno hrát beach volejbal. Beach volejbal Amenity Sport Arena se nachází u Restaurant Blue Lipno. Hřiště Beach se nachází přímo na pláži u cyklostezky. Beach aréna Lipno je největší hřiště se třemi kurty, každé léto se zde konají volejbalové turnaje (ČUS, 2020).

Lipno Servis s.r.o. je provozovatelem některých výše zmíněných sportovních a rekreačních zařízení. Lipno Servis provozuje půjčovny Intersport Rent, Skiservis, Lyžařskou školu, Aquaworld Lipno a pokladny Skiareálu Lipno (Lipno.info, 2020).

4.1.4.1 Sportovní akce

- Summer x-fest tour – show letních extrémních sportů v podání předních sportovců v ČR,
- Specialized Test The Best,
- Lipno Sport Fest,
- Blinduro 500+ - cyklistický enduro závod,
- Den s Integrovaným záchranným systémem – ukázky a zásahy profesionálních hasičů, policistů a zdravotníků,
- Lipenský KOLO-toč,
- S babičkou a dědečkem na výlet – víkend věnovaný výletům vnukům a vnuček s prarodiči,
- Lesní cestou do království lesa – akce pořádaná na podzim plná her a soutěží pro děti,
- Sobota s Lipno bez bariér,
- McDonald's Winter Cup,
- Večerní bruslení při svíčkách,
- Kramolínský obřák,
- Lipenský mistr,
- Dračí loď,
- Spartan Race (Lipno.info, 2020).

4.1.5 Ubytovací a stravovací zařízení

4.1.5.1 Stravovací zařízení

Vzhledem k vysoké návštěvnosti dané oblasti je zapotřebí zajistit dostatek kvalitních stravovacích zařízení. Řada stravovacích zařízení je součástí hotelových komplexů, které jsou určeny nejen pro ubytované hosty, ale i pro neubytované. Tato stravovací zařízení provozovaná v rámci hotelových komplexů jsou ve většině případů otevřena celoročně. Samostatně provozovaná zařízení bývají otevřena zejména v hlavní sezóně. Převážnou část stravovacích zařízení tvoří klasické restaurace se širokou nabídkou minutkových a hotových jídel. V lokalitě se nachází i řada pizzerií orientovaných na italskou kuchyni. Většina stravovacích zařízení nabízí také širokou nabídku jídel s sebou.

Kvalita jídel se v posledních letech v oblasti výrazně zlepšila, ale vzhledem ke klientele jsou běžné vyšší ceny nabízených služeb v restauracích.

Tabulka 4: Seznam stravovacích zařízení v obci Lipno nad Vltavou

Název stravovacího zařízení	Kapacita	Poskytování snídaní
Restaurace Loděnice	88	ne
Hotel restaurant Admiral	130	ano
Pezzerie Lipno	58	ano
H&M Steak Restaurant	50	ne
Restaurace Star Lipno	80	ano
Restaurace Marina Lipno	140	ne
Pizzerie a Restaurant Miláno	160	ne
Camping Lipno Modřín	80	ne
Kavárna Caffè Molo	70	ano
Hotel Slunečná louka	210	ano
Restaurace Lanovka	100	ne
Paluba bar	30	ne
Restaurace Blue Lipno	240	ne
Restaurant Max	40	ne
Hospůdka Bobovka	145	ne
La Familia Café	70	ne
Hotel & Restaurant Kramolín	130	ano
Kavárna Korzo coffee & wine	45	ano

Zdroj: vlastní zpracování (2020)

4.1.5.2 Ubytovací zařízení

Atraktivita oblasti a potenciál v přírodním bohatství zapříčinil příliv rozsáhlých zahraničních i tuzemských investic do oblasti, jež daly vznik řadě nových ubytovacích zařízení. Rostoucí poptávka o danou oblast vedla k přímo úměrnému nárůstu nabídek ubytovacích kapacit.

Dle Českého statistického úřadu je v Lipně nad Vltavou celkem 27 hromadných ubytovacích zařízení, 941 pokojů a 3178 lůžek. Skutečnost však může

být zcela odlišná, a to je způsobeno faktem, že většinu ubytovacích kapacit v Lipně nad Vltavou představují ubytovací zařízení apartmánového typu a ubytování v soukromí, které Český statistický úřad nesleduje. Seznam všech hromadných ubytovacích zařízení je uveden v příloze č. 1.

Tabulka 5: Kapacita a návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení

	2017	2018	2019
Počet zařízení	24	26	27
Pokoje	878	926	941
Lůžka	3295	3168	3178
Hosté	88949	97766	94726
Z toho nerezidenti	30918	32890	32450
Přenocování	394537	397516	386680
Z toho nerezidenti	178737	178314	167364
Průměrný počet přenocování (noci)	4,4	4,1	4,1

Zdroj: Český statistický úřad (2020)

Ubytování na Lipně je možné v několika typech ubytovacích zařízení, které se liší rozsahem nabízených služeb, velikostí a cenou. Nejvíce zastoupené jsou na Lipně apartmány, hotely, penziony, chaty a chalupy, rekreační domy a kempy. Všechna ubytovací zařízení se snaží o zkvalitnění a rozšíření nabízených služeb, aby uspokojila náročnější klientelu a reagovala na vzrůstající konkurenci.

Mezi standardní služby poskytované převážně většími ubytovacími zařízeními patří poskytování služeb recepce, parkoviště, dětské hřiště, internet, úschovna (kol, lyží a zavazadel), společenská místnost, bar, kavárna či vinárna, místnost pro pořádání školení, kongresů a firemních akcí, sportovní zázemí a půjčovna sportovního vybavení.

K nadstandardním službám, které poskytují ubytovací zařízení vyšší kategorie, lze zařadit babysitting, animační programy, kryté a hlídané parkoviště, fitness, solárium, masáže, kosmetické služby, sauna, bazén a prádelna.

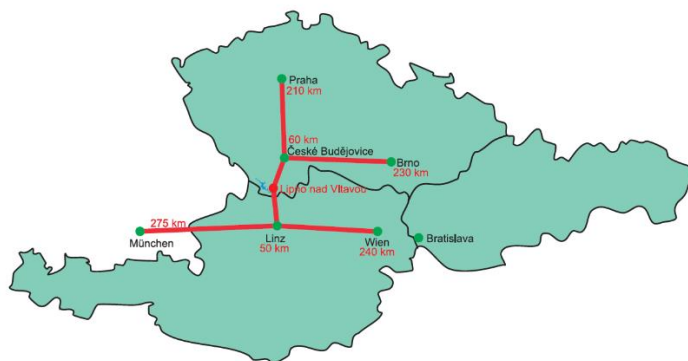
Lipno nad Vltavou soustřeďuje svou nabídku především pro rodiny s dětmi a jinak tomu není ani u ubytovacích zařízení. Nejvyhledávanější ubytovací zařízení rodinami s dětmi jsou apartmány či ubytování v soukromí v cenové dostupnosti a rodinné atmosféře.

Jedno z největších ubytovacích zařízení v Lipně nad Vltavou je Landal Marina Lipno, které poskytuje ubytování v apartmánech pro 2 až 10 osob o velikosti 47 až 142 m². Pro ubytované hosty je v areálu k dispozici prádelna na žetony (Landal Marina Lipno, 2020).

4.1.6 Doprava

Obec Lipno nad Vltavou ležící v příhraniční oblasti Jihočeského kraje je dostupná pro tuzemské, ale i zahraniční turisty především díky dobře dostupné evropské mezinárodní silnici E55 na hlavním tahu Praha – České Budějovice – Linz a silničním uzlům. Obec Lipno nad Vltavou má s jejími blízkými obcemi dobré propojení, a to především z důvodu vybavenosti obce Lipna nad Vltavou vlakovým nádražím a autobusovými zastávkami (Google Maps, 2020).

Obrázek 2: Dojezdové vzdálenosti na Lipno



Zdroj: vnitropodnikový materiál Korzo Lipno

Mimo dostupnost pomocí veřejných autobusových linek a železnice je obec Lipno nad Vltavou dostupná v rámci individuální automobilové dopravy, pro kterou jsou podstatná především spojení jako silnice první třídy I/39 vedoucí z Českého Krumlova přes obec Volary do obce Lenory a silnice druhé třídy II/163, která vede z Černé v Pošumaví - Frymburk - Lipno nad Vltavou - Vyšší Brod – Dolní Dvořiště.

Silnici druhé třídy II/163 kopíruje břehovou linii Lipenské přehrady a z obou stran se vyskytuje zastávka. Tyto silnice jsou udržovány i v zimních měsících. Lipno nad Vltavou je od obce Frymburk vzdálené 9,3 kilometrů, Vyšší Brod je vzdálený 11,3 kilometrů (Google Maps, 2020).

V obci Lipno nad Vltavou je k dispozici bezplatné velkokapacitní parkoviště přímo u nástupní stanice lanové dráhy. Při naplnění velkokapacitního parkoviště je k dispozici náhradní, které se nachází naproti Campingu Lipno Modřín. Na komunikaci vedoucí obcí Lipno nad Vltavou jsou dva kruhové objezdy. První kruhový objezd je umístěn u výjezdu z centrálního parkoviště a druhý u výjezdu z přístaviště. Na okraji obce Lipno nad Vltavou směrem na Vyšší brod se nachází benzínová pumpa. Druhá benzínová pumpa je k dispozici v 9,3 kilometrů vzdálené obci Frymburk.

V letní a zimní sezóně jsou pro turisty zřízeny speciální autobusy a mikrobuses přepravující cestující k lanové dráze. V zimním období jezdí skibusy také z Českých Budějovic a z Českého Krumlova. Dále se jedná o místní skibusy s docházkovou vzdáleností do 300 m na trase Frymburk – Lipno nad Vltavou – Přední Výtoň a v období jaro – podzim jezdí cyklobusy.

Vlakové spojení je k dispozici denně, avšak s nutností přestupu v Rybníce. Trasa vlakového spojení je následující: Praha – Tábor – České Budějovice – Rybník – Lipno nad Vltavou. Vlakového spojení je dobré využít při cestování na delší vzdálenosti. Vlakové nádraží je umístěno u hráze Lipenské nádrže, kde celá trať končí a cestující musí od zastávky překonat vzdálenost přes 2 kilometry do centra obce (Lipno.info, 2020).

Ve skiareálu Lipno zajišťují přepravu tři čtyřsedačkové lanovky a jedna dvousedačková. Z centrálního parkoviště dopravuje lanovka Lipno Express přímo ke Stezce korunami stromů i v teplejších měsících. Lanovkou je možné dopravit na vrchol také kola, elektrokola a koloběžky (Lipno.info, 2020).

Za výběžkem břehu směrem od pláže k přehradní hrázi se nachází přístav lodní dopravy, kde je zároveň i nástupní místo (stejně tak i v obci Frymburk) pro okružní a linkové jízdy lodí Adalberta Stiftera, která pojme až 250 pasažérů. Uskutečňují se také plavby mezi Lipnem nad Vltavou, Frymburkem, Černou v Pošumaví a Horní planou lodí Vltava, která umožňuje i přepravu jízdních kol. Jízdní řády, ceny

a informace jsou k dispozici zájemcům na webových stránkách. Pravidelně jsou pořádány také večerní plavby s hudbou (Lipno.info, 2020).

Lipenská oblast je typická množstvím navzájem propojených cyklotras a cyklostezek, které jsou značené dle metodiky Klubu českých turistů. S levým břehem je pravý břeh Lipna spojen třemi přívozy:

- Horní Planá – Bližší Lhota,
- Frymburk – Frýdava,
- Dolní Vltavice – Kyselov.

Hojně navštěvovaná je stezka mezi Lipnem nad Vltavou a Frymburkem, která slouží nejen cyklistům, ale také pěším turistům a kvůli kvalitnímu povrchu je vhodná i pro inline bruslení.

Další oblíbené cyklostezky:

- Cyklotrasa Jezerní I.,
- Cyklotrasa Jezerní II.,
- Cyklotrasa Tomášská (Lipno.info, 2020).

4.1.7 Doplnková zařízení a vybavenost

Vybavenost obce Lipna nad Vltavou službami dosahuje poměrně vysoké úrovně. V obci se nachází obecní úřad, pošta, knihovna, prodejny potravin, lékař, malé zdravotní středisko Medical centrum, lékárna, mateřská a základní škola a kadeřnictví. Ovšem všechna vyjmenovaná zařízení nelze vždy považovat za dostačující.

Pro turisty i rezidenty je k dispozici na Promenádě Lipno infocentrum, kde poskytují celoročně bezplatně důležité informace o Lipensku a jeho okolí a nabízí propagační materiály. Infocentrum Lipno se stalo oficiálním certifikovaným turistickým centrem Českého systému kvality služeb a členem asociace turistických center A.T.I.C. Součástí nabídky infocentra je prodej map, pohledů, poštovních známek, suvenýrů, šumavských regionálních produktů a denního tisku. Mimo jiné infocentrum zajišťuje i směnárnu, možnosti tisku, kopírování, laminování a scan. Zároveň je prodejním místem Ticketstream, Jikord a rybářských povolenek. Pro návštěvníky Lipna nad Vltavou jsou připravené výhody a slevy věrnostního klubu

Lipno.card, ke kterému se mohou zájemci registrovat také v informačním centru Lipno (Lipno.info, 2020).

Skiareál Lipno provozuje půjčovny sportovního vybavení, nabízí výuku pro začátečníky i pokročilé na lyžích i na snowboardu a v průběhu zimních měsíců připravuje turnusy příměstských táborů (Lipno.info, 2020).

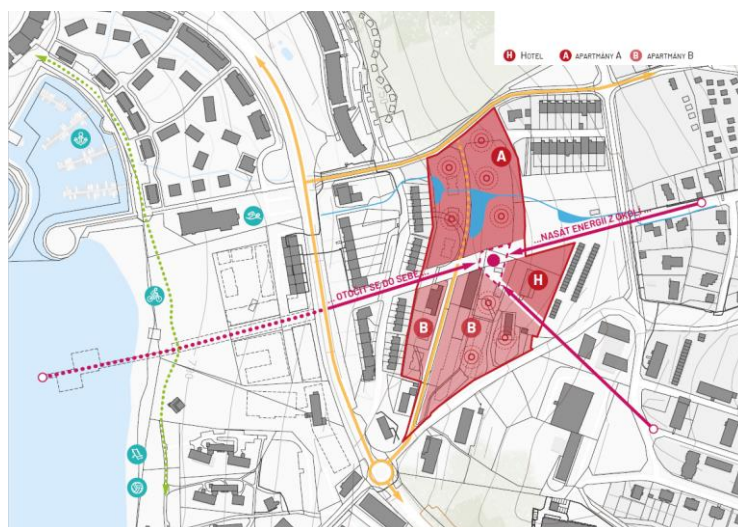
Kvůli velké oblibě vodních aktivit jsou v objektu Beach arény, na pláži pod bazénem a v Campingu Lipno Modřín k zapůjčení vodní plavidla, jako jsou šlapadla, veslice, paddleboardy a kajaky (Lipno.info, 2020).

4.1.8 Projekt Korzo Lipno

Záměrem projektu Korzo Lipno je vybudování resortu apartmánového bydlení s širokou nabídkou ubytovacích služeb včetně těch doplňkových, spojených s budováním komerčních prostorů (univerzální prostory pro občerstvení, školení, večerní posezení, sauny, relaxační místnosti atd.). Součástí resortu je centrální recepce, která v současné době provozuje 22 apartmánů ve dvou již dokončených budovách. Apartmány jsou na základě velikostí rozdělené do tří kategorií (apartmány typu economy, apartmány typu standard, apartmány typu family).

Resort Korzo Lipno navazuje východním směrem nad centrum obce na stávající výstavbu Lipna nad Vltavou a s budováním pěší zóny vznikne propojení až ke břehu lipenského jezera, od kterého je resort vzdálen 300 metrů.

Obrázek 3: Masterplan Korzo Lipno



Zdroj: vnitropodnikový materiál Korzo Lipno s.r.o.

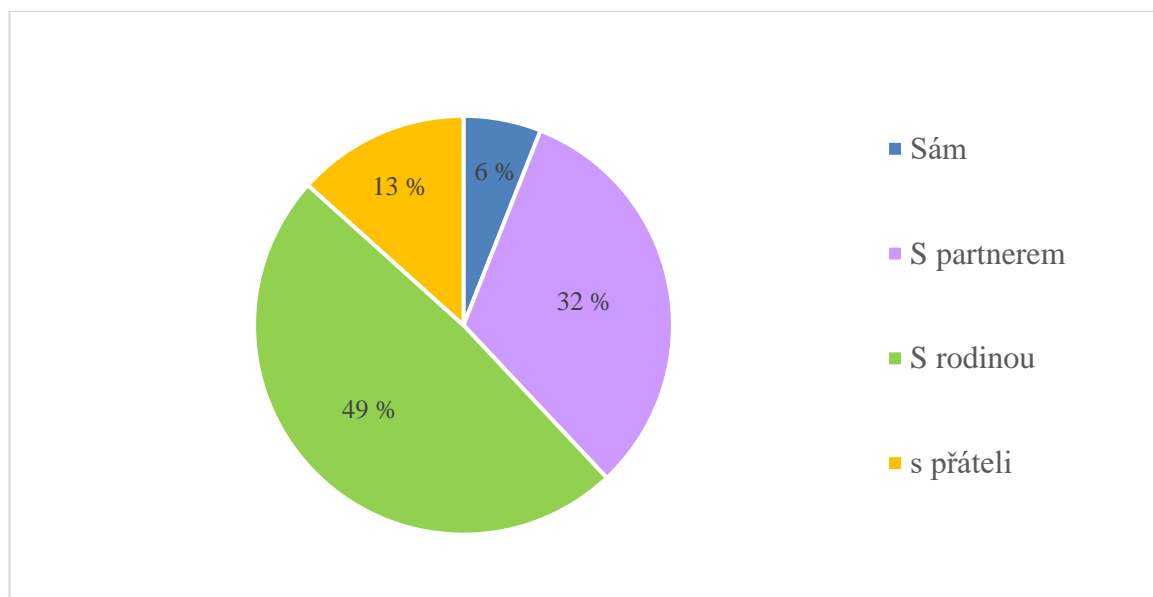
U všech budov s apartmány jsou zdarma k dispozici hostům parkovací stání. S budováním dalších budov vzniknou další parkovací místa i kryté parkování v podzemních garážích.

Hosté resortu mohou využívat nejen služeb recepce, ale také úschovnu kol a lyží a kavárnu Korzo coffee & wine se zahrádkou. Pro děti je v resortu vybudované dětské hřiště (Korzo Lipno s.r.o., 2020).

4.1.9 Dotazníkové šetření

Jako výzkumný nástroj k získání primárních dat byla využita metoda dotazníkového šetření. Dotazníky sloužící k vypracování praktické části mé diplomové práce byly zaměřeny na tuzemské hosty resortu Korzo Lipno v obci Lipno nad Vltavou. Jednotlivé otázky dotazníkového šetření jsou v této kapitole popsány a vyhodnoceny pomocí výsečových a sloupcových grafů.

Graf 1: S kým jste do lokality přicestoval(a)?

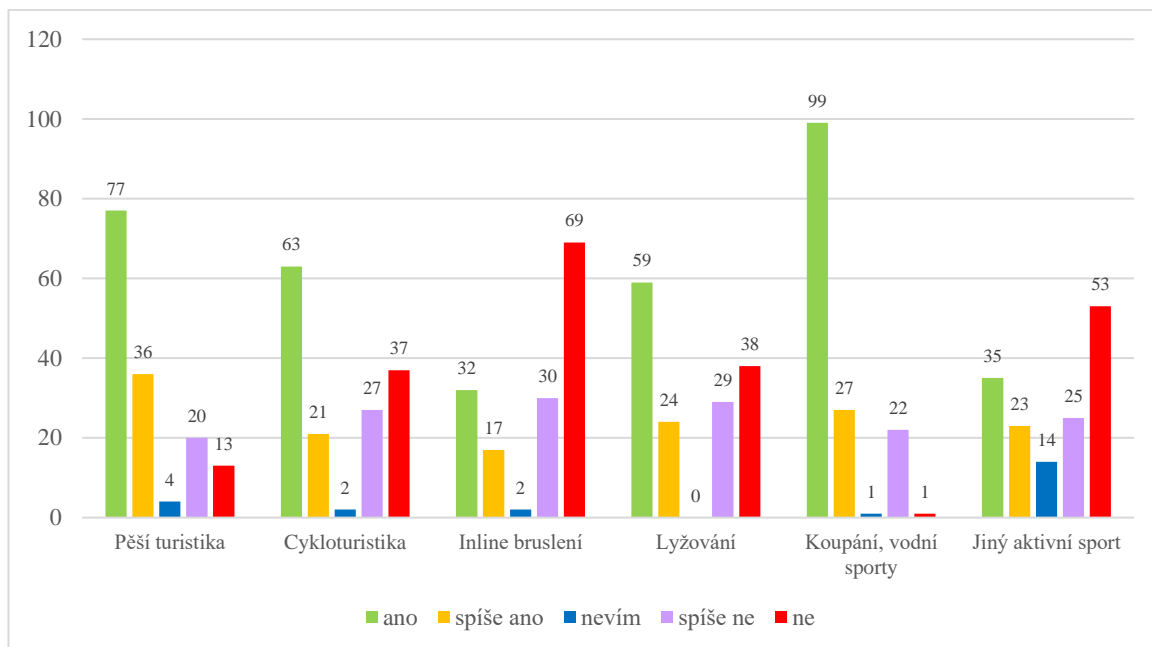


Zdroj: vlastní zpracování

První otázkou dotazníkového šetření jsem zjišťovala, jestli hosté resortu Korzo Lipno přicestovali sami, s partnerem, s rodinou či s přáteli. Z grafu je patrná skutečnost, že je Lipno nad Vltavou velmi oblíbené pro rodinné dovolené. Necelá polovina dotazovaných přicestovala na Lipno s rodinou (49 %), s partnerem

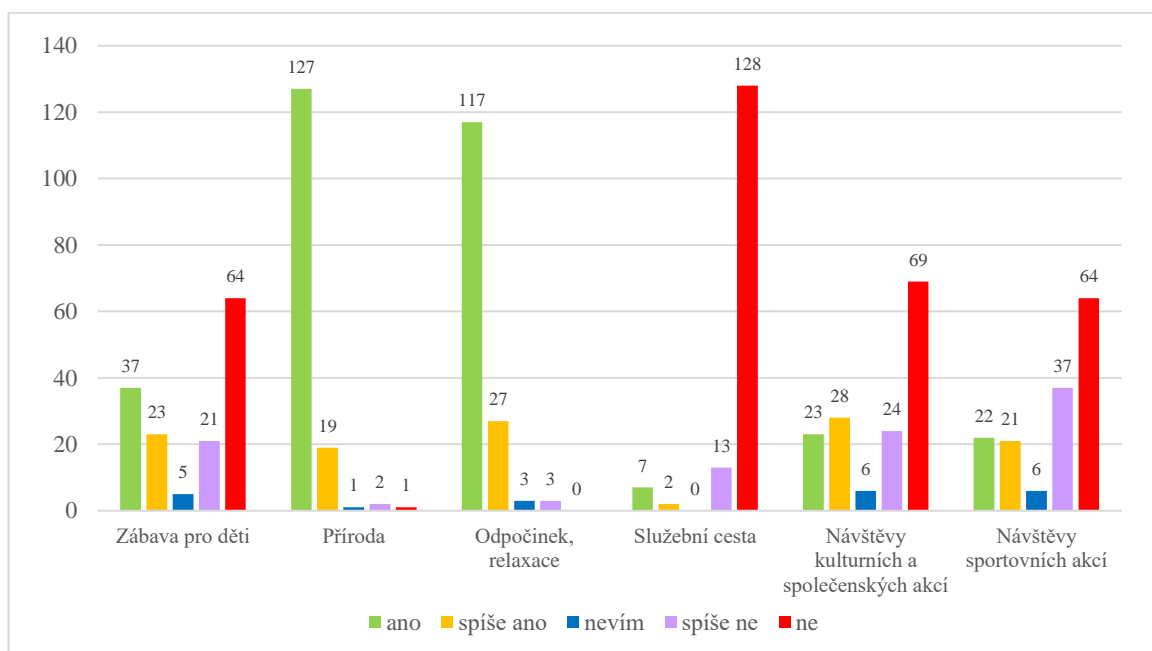
přicestovalo 32 % dotazovaných, s přáteli 13 % a pouze 9 ze 150 respondentů přijelo do resortu bez doprovodu (6 %).

Graf 2: Co Vás nejčastěji motivuje k návštěvě lokality Lipno nad Vltavou? (A)



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 3: Co Vás nejčastěji motivuje k návštěvě lokality Lipno nad Vltavou? (B)



Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 6: Co Vás nejčastěji motivuje k návštěvě lokality Lipno nad Vltavou?

	1	2	3	4	5	Průměr
Pěší turistika	77	36	4	20	13	2,04
Cykloturistika	63	21	2	27	37	2,69
Inline bruslení	32	17	2	30	69	3,58
Lyžování	59	24	0	29	38	2,75
Koupání, vodní sporty	99	27	1	22	1	1,66
Jiný aktivní sport	35	23	14	25	53	3,25
Zábava pro děti	37	23	5	21	64	3,35
Příroda	127	19	1	2	1	1,21
Odpočinek, relaxace	117	27	3	3	0	1,28
Služební cesta	7	2	0	13	128	4,69
Návštěvy kulturních a společenských akcí	23	28	6	24	69	3,59
Návštěvy sportovních akcí	22	21	6	37	64	3,67

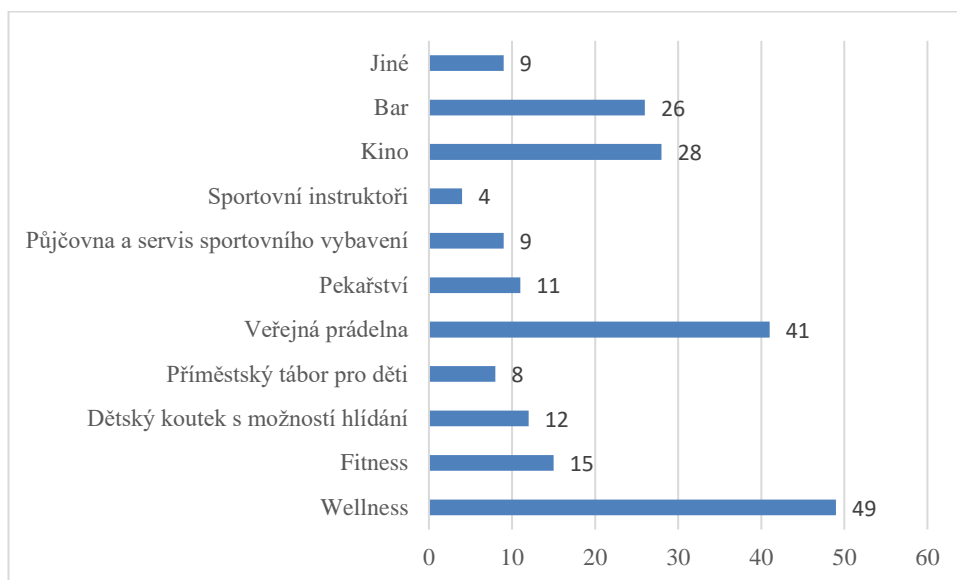
Zdroj: vlastní zpracování

Pro větší přehlednost vyhodnocení následující otázky dotazníkového šetření byly údaje rozděleny do dvou grafů a pro lepší porovnatelnost získaných hodnot byly k jednotlivým atraktivitám uvedeny průměry. Respondenti v dotazníku odpovídali na škále od 1 – 5, kdy hodnoty znamenaly následující slovní vyjádření: 1 – ano, 2 – spíše ano, 3 – nevím, 4 – spíše ne, 5 – ne.

I přes vysokou koncentraci zařízení cestovního ruchu je lokalita vyhledávaná především kvůli přírodě (průměr 1,21). Dalším nejčastějším důvodem k návštěvě lokality je především odpočinek a relaxace (průměr 1,28), následuje koupání a vodní sporty, pěší turistika, cykloturistika, lyžování, jiný aktivní sport, zábava pro děti, inline bruslení, návštěvy kulturních a společenských akcí, návštěvy sportovních akcí

a služební cesty (průměr 4,69), které dle výsledků nejsou častým motivem k návštěvě lokality.

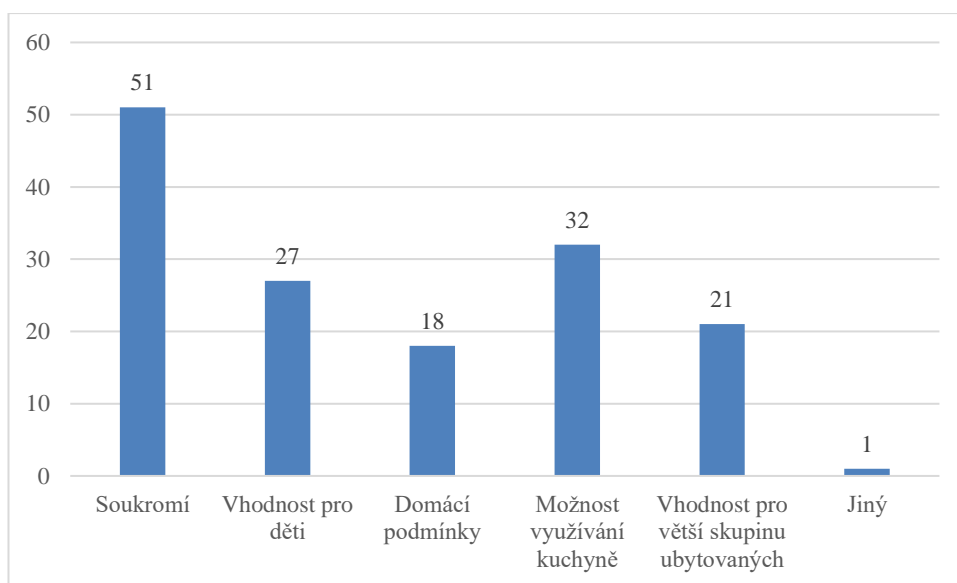
Graf 4: Existuje nějaký produkt nebo služba, která Vám zcela chybí či je podle Vás nedostatečná v blízkém okolí resortu Korzo Lipno?



Zdroj: vlastní zpracování

Cílem další otázky bylo zjistit, jestli existuje nějaký produkt či služba, která hostům v okolí resortu Korzo Lipno chybí. Respondenti měli na výběr z několika variant a u jedné z variant měli možnost napsat vlastní chybějící produkt či službu. Nejčastěji zvolenou variantou bylo wellness a veřejná prádelna. Další často volenou variantou bylo kino a bar. Fitness chybí pouze 15-ti respondentům. Mezi chybějící služby či produkty neuvedené v nabídce odpovědí uvedli respondenti pětkrát krytý bazén, dvakrát možnost ubytovat se s domácími mazlíčky, jednou pláž pro psy a jezdeckou stáj.

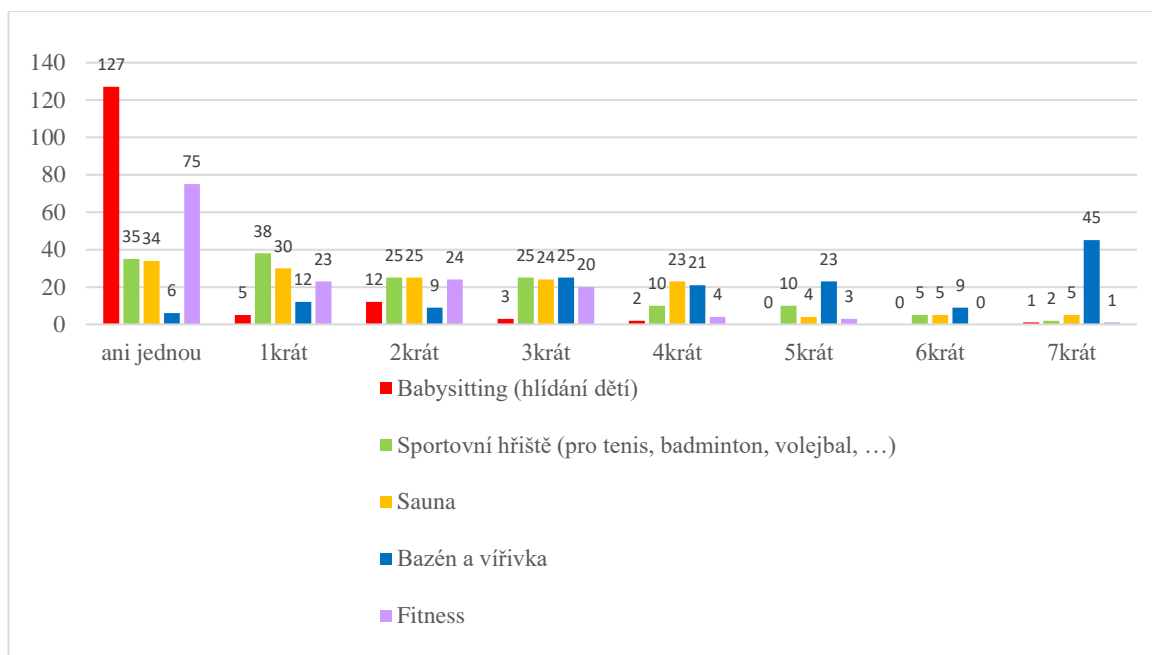
Graf 5: Jaký je hlavní důvod výběru právě apartmánu pro Váš pobyt?



Zdroj: vlastní zpracování

Další otázkou dotazníkového šetření jsem zjišťovala, proč si hosté pro svůj pobyt v obci Lipno nad Vltavou zvolili právě apartmán. Zde hosté mohli zvolit pouze jednu z možností, z nichž jedna možnost byla „jiný“, kde mohli respondenti uvést vlastní důvod. Celkem 51 respondentů si vybralo pro pobyt apartmán kvůli soukromí, 32 kvůli možnosti využívat kuchyně, 27 kvůli vhodnosti apartmánu pro děti, 21 respondentů zvolilo apartmán z důvodu vhodnosti pro větší skupinu ubytovaných a 18 uvedlo jako důvod domácí podmínky. Jeden odpovídající uvedl, že si vybral právě apartmán z důvodu cenové dostupnosti.

Graf 6: Kolikrát byste využili při týdenním pobytu (tj. 7 dní) níže uvedené služby resortu?



Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 7: Kolikrát byste využili při týdenním pobytu (tj. 7 dní) níže uvedené služby resortu?

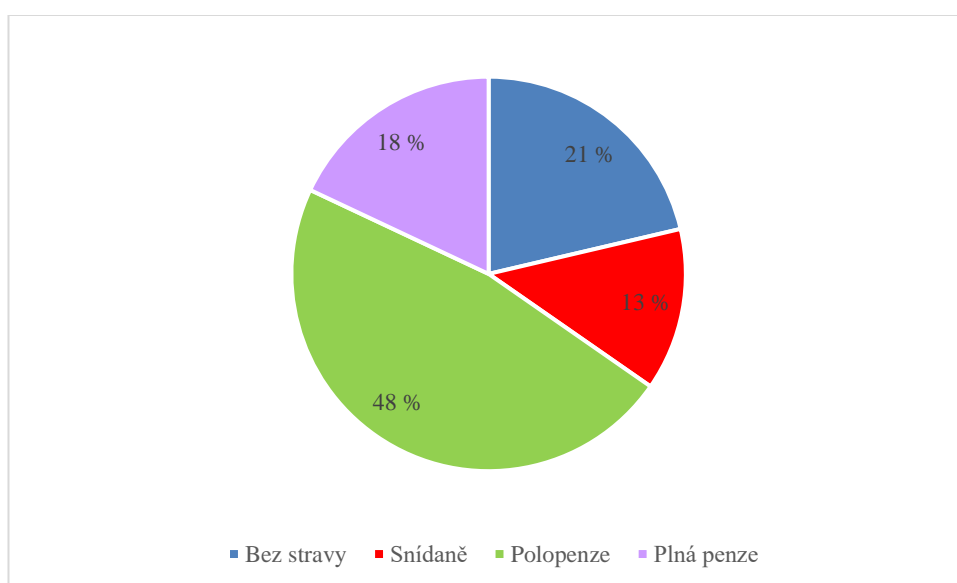
	0	1	2	3	4	5	6	7	Průměr
Babysitting (hlídání dětí)	127	5	12	3	2	0	0	1	0,35
Sportovní hřiště (pro tenis, badminton, volejbal, ...)	35	38	25	25	10	10	5	2	1,98
Sauna	34	30	25	24	23	4	5	5	2,19
Bazén a vířivka	6	12	9	25	21	23	9	45	4,49
Fitness	75	23	24	20	4	3	0	1	1,13

Zdroj: vlastní zpracování

K otázce č. 5 dotazníkového šetření byl stejně jako k otázce č. 2 vytvořen graf a tabulka s průměry pro snazší vyhodnocení výsledků a lepší přehlednost. Respondenti byli požádáni, aby ohodnotili každou odpověď na stupnici 0-7, kdy dané hodnoty stupnice znamenaly, kolikrát by při týdenním pobytu využili vyjmenované služby.

Nejvíce by hosté dle vyhodnocení využívali bazén a vířivku (průměr 4,49), dále saunu (průměr 2,19), sportovní hřiště (průměr 1,98), fitness (průměr 1,13) a v zanedbatelné míře by využívali babysitting (průměr 0,35).

Graf 7: Jaké formě stravování dáváte na dovolené v apartmánu přednost?



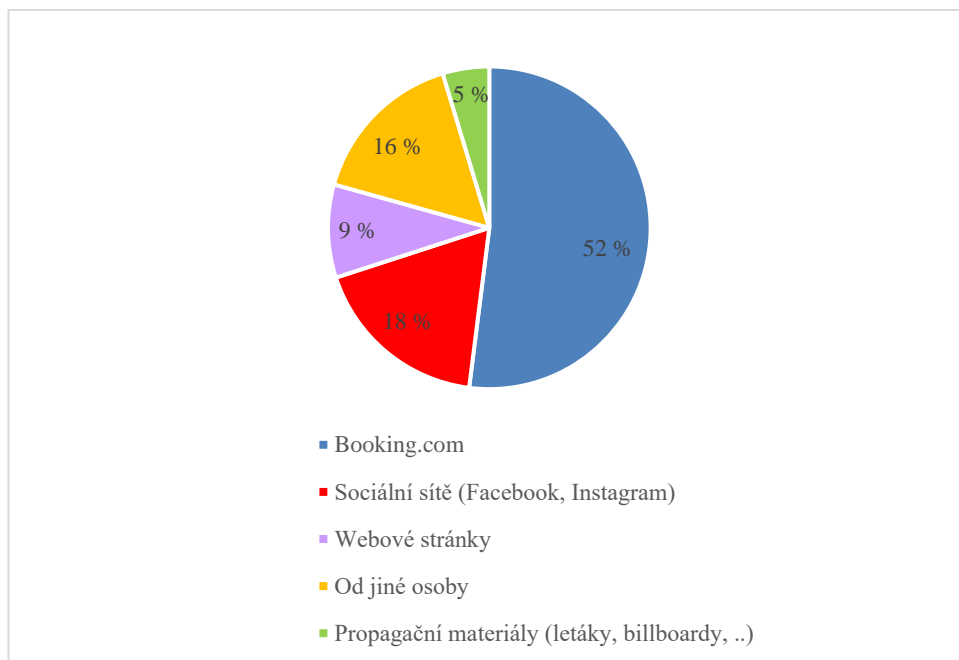
Zdroj: vlastní zpracování

Další otázka si kladla za cíl zjistit, o jakou formu stravování mají hosté zájem při pobytu v apartmánu. Z celkového počtu 150 respondentů uvedlo 48 %, že by preferovali na dovolené v apartmánu polopenzi, 21 % bez stravy, 18 % plnou penzi a 13 % respondentů by volilo pouze snídani.

Většina hostů je již v současné době zvyklá na určitý standard nabízených stravovacích služeb v rámci ubytování, a proto velká část zvolila možnost právě „polopenze“. Stále jsou zde hosté, kteří preferují apartmány především z důvodu možnosti využívání kuchyně, které jsou součástí vybavení apartmánu, a právě tito hosté většinou volili v dotazníku právě možnost ubytování v apartmánu bez stravy. Avšak možnost bez stravy je oproti ostatním možnostem stravování, kdy by hosté

využili minimálně snídani v rámci objednaných ubytovacích služeb během pobytu v apartmánu, v zanedbatelných hodnotách.

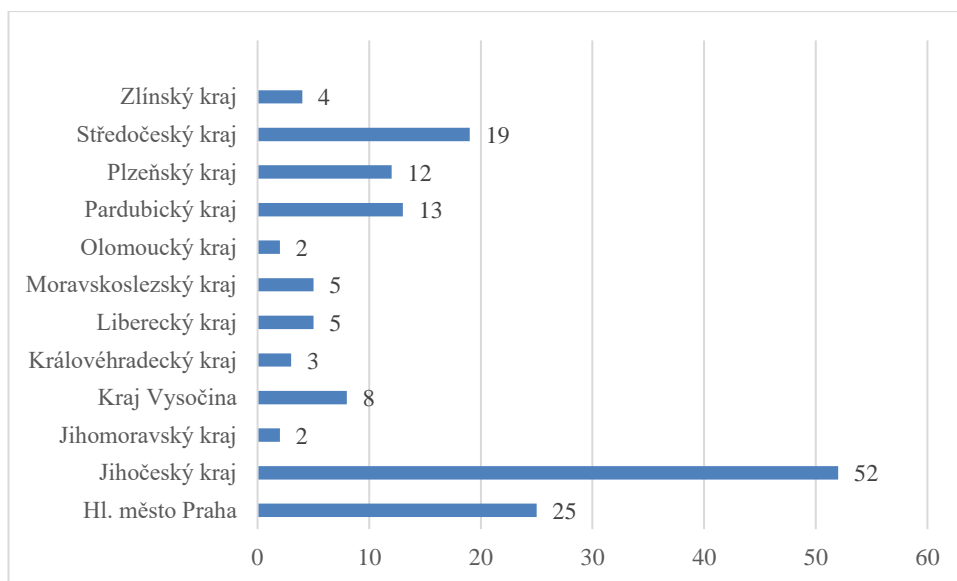
Graf 8: Jak jste se o ubytování v resortu Korzo Lipno dozvěděl(a)?



Zdroj: vlastní zpracování

Z další otázky dotazníkového šetření vyplývá, že více než polovina (52 %) respondentů se dozvěděla o resortu Korzo Lipno z rezervačního portálu Booking.com, 18 % dotazovaných se dozvědělo o resortu ze sociálních sítí, 16 % od jiné osoby, 9 % z webových stránek, jejichž provozovatelem je resort Korzo Lipno, a pouhých 5 % respondentů se dozvědělo o resortu prostřednictvím propagačních materiálů. Celkem 79 % dotazovaných se dozvědělo o resortu na internetu.

Graf 9: Ze kterého kraje ČR jste přicestoval(a)?

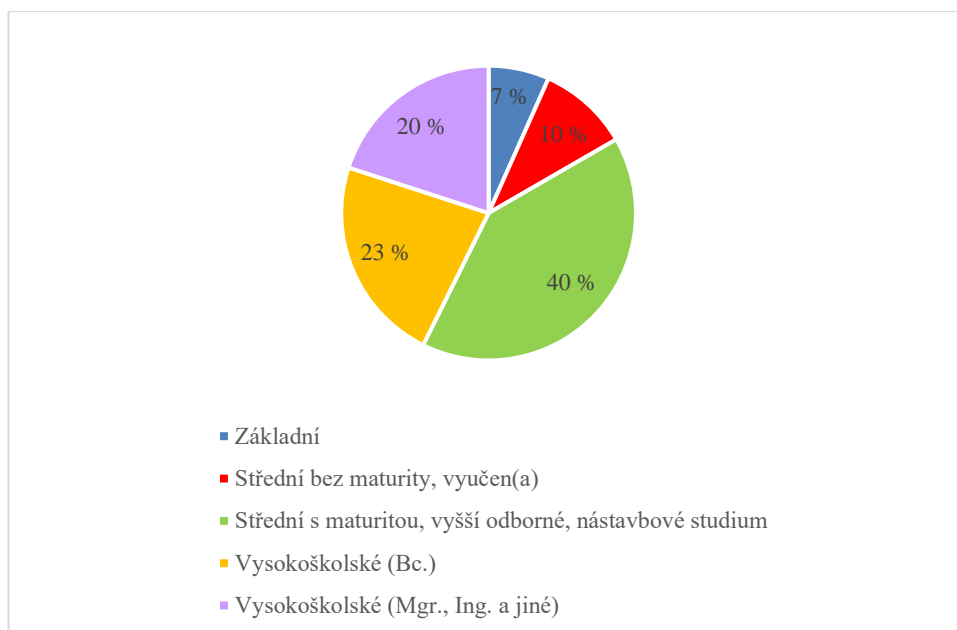


Zdroj: vlastní zpracování

Následující otázky z dotazníkové šetření jsou pouze identifikační, kterými se snažím zjistit, z jakého kraje dotazovaní do lokality přicestovali, jaké je jejich nejvyšší dosažené vzdělání, jaká je jejich ekonomická aktivita, jakého jsou pohlaví a jejich věk.

Nejvíce zastoupeným krajem je Jihočeský kraj, z kterého pochází 52 oslovených respondentů. Z Prahy přicestovalo celkem 25 respondentů a ze Středočeského kraje 19 respondentů. Dotazníkové šetření se zúčastnilo několik dalších krajů České republiky, z nichž z hlediska návštěvnosti je důležité zmínit Pardubický kraj, z kterého pochází 13 respondentů a Plzeňský kraj, odkud přijelo 12 hostů.

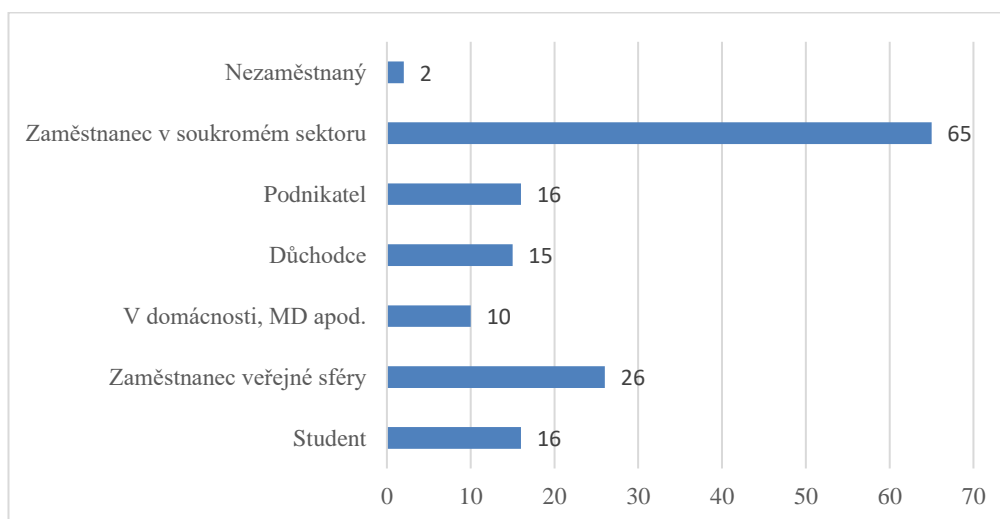
Graf 10: Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?



Zdroj: vlastní zpracování

Pokud jde o nejvyšší dosažené vzdělání, největší zastoupení respondentů je se střední školou s maturitou, vyšší odbornou či nástavbovým studiem. Vysokoškolsky vzdělaných hostů odpovídalo na jednotlivé otázky dotazníku 53 %. V nejmenším zastoupení odpovídalo 10 % respondentů se střední školou bez maturity a pouze 7 % dotazovaných se základním vzděláním.

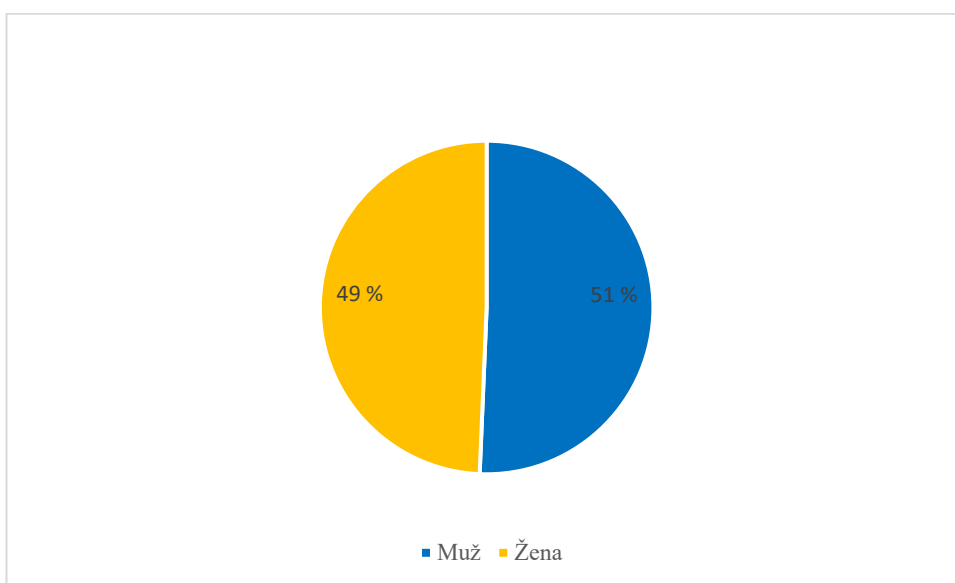
Graf 11: Ekonomická aktivita



Zdroj: vlastní zpracování

Z průzkumu vyplývá, že resort Korzo Lipno nejvíce navštěvují hosté zaměstnaní v soukromém sektoru (celkem 65 dotazovaných) a ve veřejné sféře (26 dotazovaných). Z celkového počtu 150 respondentů jsou pouze 2 nezaměstnaní, 10 dotazovaných je v domácnosti (například na mateřské dovolené), 15 respondentů byli důchodci a 16 respondentů studuje. Další skupinu respondentů tvoří podnikatelé, kterých se na dotazníkovém šetření podílelo celkem 16.

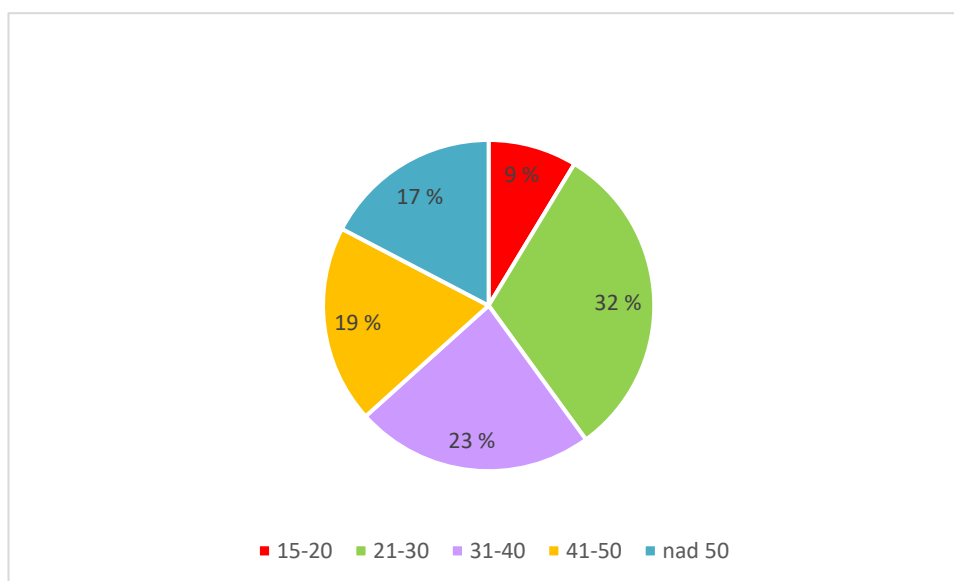
Graf 12: Pohlaví



Zdroj: vlastní zpracování

V předposlední otázce dotazníkového šetření je patrné poměrně stejné genderové zastoupení mužů a žen. Celkem se dotazníkového šetření zúčastnilo 76 mužů, což odpovídá 51 %, a 74 žen, které tvoří zbylých 49 %.

Graf 13: Věk



Zdroj: vlastní zpracování

Pomocí této otázky bylo zjištěno, že dotazníkového šetření se účastnilo více než 50 % respondentů do věku 40 let. Celkem 36 % respondentů bylo ve věku 41 let a výše a pouze 9 % dotazovaných se nacházelo v nejmladší stanovené věkové kategorii.

Řízený rozhovor

Pro řízený rozhovor v rámci kvalitativního výzkumu jsem si vybrala jednoho z investorů Mgr. Stanislava Gorčicu, aby mi prostřednictvím mnou vytvořených otevřených otázek prohloubil záměr projektu Korzo Lipno a poskytl pohled na danou oblast z pohledu investora.

Řízený rozhovor jsem přiložila jako přílohu č.3 do závěru práce.

Podle slov pana Mrg. Stanislava Gorčici má Lipno nad Vltavou obrovský potenciál pro cestovní ruch. Pro svůj podnikatelský záměr si vybral Lipno nad Vltavou především z toho důvodu, že Lipno jako jedno z mála disponuje letní a zimní hlavní sezónou. Ostatní destinace cestovního ruchu se zaměřují převážně na jednu hlavní sezónu. Dalším příznivým ukazatelem pro investování v oblasti cestovního ruchu je především dopravní dostupnost, která se ještě zvýší vybudováním dálnice D3.

Pan Mgr. Stanislav Gorčica mi po prohloubení myšlenky projektu Korzo Lipno představil vypracovaný Masterplan, který mě seznámil se současným stavem a se všemi dalšími plány výstavby projektu Korzo Lipno.

Otázkami rozhovoru jsem se snažila zjistit, jaké služby by bylo možné zahrnout do nabídky resortu Korzo Lipno. Cílem zahrnutí dalších doplňkových služeb do nabídky resortu Korzo Lipno je, aby došlo k prodloužení letní i zimní sezóny, čímž by se zajistil příliv rekreatantů po celý rok a příliv i dalších služeb, které by se za současných podmínek ekonomicky nevyplatily (například pekařství). Tyto doplňkové služby by se koncentrovaly především do hotelu a komerčních prostorů objektů v blízkosti promenády, jež je součástí Masterplanu a bude součástí resortu Korzo Lipno. Právě výstavba hotelu by mohla přispět k celoroční návštěvnosti resortu Korzo Lipno. V přízemí hotelu budou komerční prostory, které by mohly vyřešit i otázky stravování. Hotel by mohl být vybudováním například konferenčních místností vyhledávaným místem pro firemní akce a školení, které probíhají po celý rok.

V Lipně nad Vltavou je několik středobodů, ve kterých se koncentruje více služeb a těší se větší návštěvnosti. Takový středobod vznikne i vybudováním promenády v resortu Korzo Lipno. Tento středobod by měl být nejklidnějším a měla by tak vzniknout odpočinková zóna s jezírky a brouzdališti pro děti. Resort bude doplněn o větší zázemí pro děti a sportovní aktivity.

4.2 Diskuse výsledků

Pro výzkum bylo stanoveno pět výzkumných otázek. V této kapitole dojde k zodpovězení výzkumných otázek shrnutím dotazníkového šetření, řízeného rozhovoru a vlastních zkušeností.

1. Jaká je motivace návštěvy/pobytu v lokalitě?

Pro zodpovězení první výzkumné otázky jsem formulovala otázku č. 2 v dotazníkovém šetření. Pomocí první výzkumné otázky jsem se snažila zjistit, jaká je hlavní motivace pro navštívení dané lokality, abych na základě výsledků mohla navrhnout nejvhodnější služby pro zařazení do nabídky resortu Korzo Lipno. Nejčastější odpovědí mezi respondenty byla příroda, což dokazuje i přírodní potenciál zjištěný analýzou dané oblasti. Především přírodní podmínky přispěli k rozvoji cestovního ruchu v Lipně nad Vltavou. Dalším nejčastějším motivem pro

volbu dané oblasti je odpočinek a relaxace, které jsou v úzkém spojení s přírodou. V přírodě je možné trávit volný čas mimo odpočinek a relaxaci také aktivně, což dokládají další nejlépe hodnocené motivy pro výběr lokality. Mezi tyto motivy patří koupání a vodní sporty, které výrazně podporují letní cestovní ruch, pěší turistika, cykloturistika, což dokládá vysoká koncentrace navzájem propojených cyklostezek a cyklotras a lyžování, jež je otázkou především zimní sezóny. Na základě vyhodnocení dané otázky dotazníkového šetření došlo k zjištění, že méně častým motivem pro výběr lokality Lipno nad Vltavou je zábava pro děti, což je dané především věkovou skladbou respondentů. Na základě analýzy oblasti a vlastních zkušeností je zřejmá orientace lokality na rodiny s dětmi, mezi kterými je lokalita velmi oblíbená a vyhledávaná během letní i zimní sezóny. Nejhůře hodnocenými motivy pro výběr dané lokality jsou návštěvy kulturních a společenských akcí a návštěvy sportovních akcí, které tvoří spíše doplňkovou nabídku, ne však hlavní motiv k pobytu. Vliv na hodnocení může mít také období provádění dotazníkového šetření, kdy neprobíhalo tolik sportovních a kulturních akcí. Za účelem služební cesty danou oblast navštěvuje zanedbatelné množství respondentů. Vzhledem ke sběru dotazníků v resortu Korzo Lipno je to nepřekvapivý výsledek, neboť prostory resortu nenabízí zázemí vhodné pro firemní akce či školení a resort nenabízí ani vhodný typ ubytování.

2. Existuje nějaký produkt cestovního ruchu, který v oblasti Lipno nad Vltavou zcela chybí a mohl by být zaveden ve vybraném projektu?

Druhou výzkumnou otázkou jsem zjišťovala nedostatečné či zcela chybějící produkty či služby v dané oblasti. K zodpovězení této výzkumné otázky mi pomohla otázka č. 3 dotazníkového šetření a řízený rozhovor s panem Mgr. Stanislavem Gorčicou. Respondenti uvedli, že by v blízkosti resortu Korzo Lipno uvítali wellness služby. V blízkosti resortu se sice nachází Aquaworld, ale pro větší komfort by uvítali respondenti wellness služby přímo v místě ubytování. Další chybějící službou, která byla v dotazníkovém šetření častěji volena, je veřejná prádelna. V areálu Landal Marina Lipno je k dispozici prádelna pouze pro ubytované hosty, avšak veřejná prádelna se v obci Lipno nad Vltavou nenachází. Respondenti dále postrádají kino a bar. Stejně výsledky také dokládá řízený rozhovor, který potvrzuje, že jsou noční podniky nedostatečné. I když Lipno nad

Vltavou poskytuje vysokou nabídku pro aktivně strávenou dovolenou, respondenti vyhodnotili fitness služby jako nedostatečné. Pan Mgr. Stanislav Gorčica, investor projektu Korzo Lipno, potvrdil, že v rámci dalšího vývoje resortu bude vybudováno sportovní zázemí. Další chybějící službou, která byla v dotazníkovém šetření volena, avšak v menším zastoupení, byla služba hlídání dětí v dětském koutku, která v resortu ani v jeho blízkosti prozatím není dostupná.

3. Jaký je důvod volby apartmánu před jinými ubytovacími zařízeními?

V rámci otázky č.4 dotazníkového šetření došlo k zodpovězení výzkumné otázky, která si kladla za cíl zjistit důvod volby právě apartmánu pro pobyt v dané oblasti. Převažující odpovědí v rámci kvantitativního výzkumu byla volba apartmánu z důvodu soukromí. Resort Korzo Lipno pro ubytované hosty prozatím nenabízí služby úklidu v průběhu ubytování, a proto apartmány poskytují větší soukromí. Další často volenou možností byla možnost využívání kuchyně v apartmánu. Oproti hotelu, který nabízí stravovací služby ve společných prostorech, možnost využívání kuchyně přispívá k soukromí v apartmánu. Apartmány jsou více vyhledávané rodinami s dětmi, což také dokazují odpovědi získané dotazníkovým šetřením. V dotazníkovém šetření jsem se setkala s odpovědí, kde jeden respondent uvedl jako důvod cenovou dostupnost. Tato odpověď může být daná tím, že hotelové pokoje se zdají být dražší především kvůli široké nabídce služeb oproti apartmánům. S přihlédnutím k místu, kde probíhalo dotazníkové šetření, respondent mohl uvést cenovou dostupnost apartmánu z důvodu nižší ceny stanovenou daným resortem, ve kterém probíhal pobyt dotazovaného.

4. Má vliv výběr určitého typu ubytování na zájem o stravovací služby?

K vyhodnocení čtvrté výzkumné otázky mi pomohla šestá otázka dotazníkového šetření. Vzhledem k tomu, že dotazníkové šetření bylo určeno hostům resortu Korzo Lipno, který poskytuje pouze ubytování v apartmánech, byly výsledky jednoznačné, avšak neshodovaly se s mými prvotními předpoklady. I přestože si hosté pro pobyt vybrali apartmán, téměř polovina dotazovaných uvedla, že by v apartmánu využila možnost nabídky polopenze. Pouze 21 % zvolilo

možnost bez stravy, což je oproti ostatním formám stravování, kdy by hosté využili minimálně snídaně v rámci ubytovacích služeb, překvapivě nízké číslo.

5. Preferovali by návštěvníci resortu Korzo Lipno větší nabídku služeb pro sport nebo odpočinek?

Tuto výzkumnou otázku pomohly zodpovědět dvě otázky dotazníkového šetření, a to otázka č. 2 a otázka č. 6, kde respondenti hodnotili jednotlivé varianty na stanovené škále. Z výsledku je patrné, že je největší zájem o služby spojené s odpočinkem a relaxací. I když je lokalita oblíbená kvůli přírodě a sportovním aktivitám, přímo v resortu by hosté ocenili nabídku relaxačních služeb. Nejvíce žádanou relaxační službou je bazén, vířivka a sauna. Otázka č. 3, která se zaměřovala na chybějící produkty či služby, dokazuje, že služby wellness jsou nedostatečné v okolí resortu. I když z dotazníkového šetření vyplývá, že je největší zájem o zařazení wellness služeb do nabídky resortu, o zařazení sportovního zázemí není o tolik menší zájem. Dotazovaným byla položena otázka, kolikrát by využili při týdenním pobytu sportovní hřiště a fitness. Z vyhodnocení výsledku je patrné, že hosté příliš nejeví zájem o využití fitness ve vnitřních prostorech, ale preferovali by spíše sportovní hřiště v otevřeném venkovním prostoru.

4.3 Návrhy opatření

Na základě získaných dat z dotazníkového šetření, informací z řízeného rozhovoru, analýzy dostupných zdrojů a vlastních poznatků budou v této kapitole předloženy návrhy opatření pro zavedení služeb do daného rozvíjejícího se projektu Korzo Lipno včetně jejich marketingové a prodejní podpory.

Ubytovací služby

V současné době nabízí resort Korzo Lipno ubytovací služby v apartmánových bytech se službami centrální recepce a úschovny kol a lyží. Vedle recepce se nachází kavárna Korzo coffee & wine, která nabízí snídaně ubytovaným i neubytovaným hostům. Protože je resort stále ve fázi rozvoje, nenachází se v jeho nabídce jiné doplňkové služby, které by lákaly rekreanty do resortu po celý rok. V rámci marketingové a prodejní podpory ubytování bych po zařazení doplňkových služeb navrhovala sestavit balíčky služeb, které by za výhodnější cenu umožňovaly využít několik služeb resortu s hlavními ubytovacími službami. Vzhledem k tomu, že je

resort otevřen po celý rok, mohly by být balíčky služeb ve vyšší míře nabízeny v období mimo hlavní sezóny, aby přilákaly i v tomto období, kdy je koncentrace turistů v oblasti nižší, rekreanty do resortu. V současné době lze vedlejší sezónu podpořit sestavením balíčků služeb pouze sloučením ubytovacích služeb, služeb kavárny a vstupným na hlavní atraktivitu lokality. Balíčky by mohly být orientované na víkendové pobyty (tj. 2 noci), kdy by k ubytování hosté například měli snídaně zdarma či za zvýhodněnou cenu a vstupenky zdarma na jednu z hlavních aktivit v obci Lipno nad Vltavou. Partnerem provozovatele Korzo Lipno je provozovatel sportovních a jiných zařízení v obci Lipno nad Vltavou, Lipno Servis s.r.o., který by mohl poskytnout tyto vstupenky provozovateli v určitém množství zdarma nebo za zvýhodněnou cenu. V rámci marketingové a prodejní podpory jsem vytvořila návrh na sestavení balíčku služeb pro víkendový pobyt v resortu Korzo Lipno včetně grafického provedení, tak aby mohl být zveřejněn na sociálních sítích a webových stránkách resortu Korzo Lipno.

Obrázek 4: Návrh grafického zpracování balíčku služeb



Zdroj: Korzo Lipno s.r.o. (2020)

Ubytování v resortu je možné si rezervovat na rezervačním portálu Booking.com a přes rezervační formulář na webových stránkách, které jsou spravovány provozovatelem Korzo Lipno. Webové stránky jsou účelně rozdělené dle záměrů projektu Korzo Lipno, a to na následující 3 odkazy – prodej investičních apartmánů, pronájem a kavárna. Z dotazníkového šetření jsem zjišťovala, jak se

o resortu Korzo Lipno dotazovaní dozvěděli. Z výsledků této otázky vyplynulo, že převážná část respondentů se dozvěděla o resortu přes rezervační portál Booking.com. Proto bych navrhovala, aby se ubytovací služby nabízely i na jiných rezervačních portálech, protože je to jistý způsob propagace, který má více funkcí v rámci jednoho hlavního úkonu.

Dále bych na webové stránky umístila přehled kulturních, společenských a sportovních akcí konaných na Lipně, které se většinou pojí s přenocováním hostů. Hosté by tak měli přehled přímo na webových stránkách ubytovatele, nemuseli by jednotlivé informace dohledávat na více místech a také by přesně věděli na jaký termín mají svůj pobyt směřovat. V dnešní době mají velký dosah především sociální sítě, které jsou provozovatelem často aktualizovány a doplněny o zajímavé informace a novinky nejenom ohledně resortu Korzo Lipno, ale v rámci celé oblasti. Na sociálních sítích by mohla být vždy uveřejněna informace o aktualizaci přehledu akcí konaných na Lipně, tak aby se potenciální klienti navedli k navštívení webových stránek přímo k rezervačnímu formuláři.

Zázemí pro děti

Lipno nad Vltavou je v hojně míře vyhledávanou lokalitou především rodinami s dětmi. Oblast směřuje právě nabídku služeb pro tento segment zákazníků, kteří vyhledávají v lokalitě ubytování i podle zázemí a podmínek vhodných pro děti. V dotazníkovém šetření poměrně velké množství respondentů uvedlo, že výběr apartmánu byl ovlivněn vhodností pro děti. Všechny apartmány by mohly být doplněny o drobné dětské hračky, dětské nádobí a bezpečnostní prvky. V současné době recepce poskytuje dětské jídelní židličky a dětské postýlky.

Nabídka pro děti by mohla být zařazena také do nápojového a jídelního lístku v kavárně Korzo coffee & wine nebo by mohl být vytvořen speciální nápojový a jídelní lístek pro děti s mnoho obrázky a nabídkou obohacenou o prvky, které dokáží zaujmout děti. Nabídka by mohla obsahovat speciální názvy nápojů a pokrmů například dle pohádkových postav.

V blízkosti letní zahrádky kavárny Korzo coffee & wine a recepce stojí malé dětské hřiště, které se bude muset přemístit kvůli vzniku promenády propojující resort s břehem jezera. S přesunem dětského hřiště by se mohlo hřiště doplnit o další herní prvky pro menší i starší děti.

S výstavbou hotelu by mohl vzniknout i dětský koutek ve vnitřních prostorech s možností hlídání, který by byl spíše sezónního charakteru.

Stravovací služby

V současné době mají hosté možnost využít nabídky snídaně v kavárně Korzo coffee & wine. Nabídka se skládá ze tří variant, které na základě vlastních zkušeností nejsou dostatečné a příprava pro více hostů je složitá a časově náročná. Vzhledem k tomu, že kavárna slouží jak pro ubytované hosty, tak i pro neubytované, měly by se snídaně pro ubytované hosty soustředit do samostatných prostorů sloužících pro vyložení tyto účely. Pokud by bylo možné vyhradit takové prostory pro poskytování snídaní, nejlepší variantou pro jejich podávání je forma bufetu, která je v současné době již v mnoha ubytovacích zařízeních standardem.

I přestože v dotazníkovém šetření upřednostňovala řada z dotazovaných plnou penzi, nebudu tuto formu stravování navrhopvat pro zavedení v daném resortu, protože si myslím, že snídaně, popřípadě polopenze, jsou dostatečnými formami stravování pro ubytování v apartmánu. Oblast má především širokou nabídku atraktivit, které hosté během dne navštěvují a v jejichž těsné blízkosti je několik stravovacích zařízení. Právě z tohoto důvodu bych nenavrhopvala zařazení plné penze ani v rámci ubytování v později vybudovaném hotelu. S vybudováním hotelu bych do nabídky stravovacích služeb v rámci hotelu určitě zařadila polopenzi, avšak v současné době je poskytování pouze snídaní zcela dostatečné.

Na webových stránkách kavárny by mohl být zveřejněn nápojový lístek a popřípadě sestavený i dětský nápojový a stravovací lístek. Sociální sítě kavárny nejsou provozovatelem často aktualizovány. Větší aktivitou na sociálních sítích by se mohla dostat kavárna do povědomí zákazníků.

V měsících hlavní sezóny by kavárna mohla ve stánku, který je v její blízkosti postaven, nabízet teplé i chlazené občerstvení. Aktuální nabídka ve stánku by mohla být zpracována ve formě letáku, který by mohl být zveřejněn nejen na veřejných nástěnkách v obci, ale také v místním zpravodaji.

Relaxační služby

Zapojení relaxačních služeb je závislé především na záměrech investora a na vhodném prostoru. V rámci Masterplanu se počítá se zařazením jednotlivých relaxačních služeb do prostorů vymezených v hotelu, kde se bude centralizovat většina

služeb. Doporučila bych s realizací hotelu vybudovat zázemí s několika typy saun (finská, parní sauna, infrasauna) a vířivek včetně místnosti pro masážní služby. S těmito prostory musí vzniknout šatny a koupelny s toaletami. Relaxační služby se mohou následně promítnout v ceně ubytování. Zapojením relaxačních služeb do nabídky resortu by se mohla zajistit celoroční návštěvnost. Zároveň by se mohly relaxační služby nabízet v rámci výhodných balíčků služeb a nabízet formou poukázek firmám pro jejich zaměstnance.

Konferenční služby

Samozřejmostí provozování hotelu je i restaurace. Toho by se mohlo využít i z hlediska provozování konferenčního centra, které by sloužilo pro pořádání firemních akcí, konferencí, seminářů, školení a kurzů. Toto konferenční centrum by mohly využívat nejenom firmy, které by využily i možnosti ubytování, ale také veřejnost pro pořádání různých přednášek a společenských akcí. Součástí konferenčních místností musí být i vhodné technické vybavení – dataprojektor, promítací plátno, mikrofon atd. Tyto služby by bylo vhodné soustředit na vedlejší sezónu. Tyto služby by bylo vhodné nabízet firmám formou přímé nabídky.

Zázemí pro sport

Lipno nad Vltavou má poměrně hustou síť navzájem propojených cyklotras, a právě proto lze předpokládat, že s narůstající kapacitou ubytovacích kapacit bude nutné rozšiřovat i úschovny kol, které mohou v zimních sezónách plnit účely i úschovny lyží. Současná úschovna kol plní v zimních měsících právě funkci úschovny lyží, ale kvůli oblíbenosti oblasti pro zimní sporty by bylo vhodné zařadit i zařízení pro vyhřívání bot.

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že hosty do oblasti lákají sportovní aktivity a v místě ubytování by využili častěji sportovní hřiště než fitness. Na základě těchto odpovědí bych navrhovala vybudovat víceúčelové sportovní hřiště pro různé druhy sportů a v jeho blízkosti několik workoutových prvků pro posilování v otevřeném venkovním prostoru.

I přestože je v Lipně nad Vltavou několik půjčoven sportovního vybavení, v hlavní sezóně je takřka nedostupné. Proto dalším z mých návrhů je zařazení do komplexní nabídky služeb resortu také půjčovnu sportovního vybavení, ve které by

mohlo být k zapůjčení vybavení pro letní i zimní sporty. Zejména oblíbené jsou elektrokola, elektrokoloběžky, paddleboardy a v zimních měsících lyžařská výstroj.

5 Závěr

Diplomová práce se věnuje obci Lipno nad Vltavou, jež je jednou z nejúspěšnějších destinací v oblasti cestovního ruchu v celé České republice. Na rozdíl od mnoha jiných míst v České republice, nabízí obec Lipno nad Vltavou celoroční využití. Cílem diplomové práce bylo na základě hloubkové analýzy současného stavu, trendů a zákaznických preferencí navrhnout možnosti zavedení služeb ve vybraném rozvíjejícím se projektu a připravit návrhy marketingové a prodejní podpory navrhovaných služeb. Za použití odborné literatury byly v první části práce zpracovány sekundární zdroje, o které se opírá celá aplikační část. Z první části diplomové práce vyplývá, že cestovní ruch je jeden z atributů moderní společnosti a v dnešní době je neodlučitelnou součástí životního stylu a potřeb lidí.

Na úvod vytyčené cíle diplomové práce byly splněny ve druhé části práce, kde byla nejprve provedena analýza současného stavu, která se zabývala potenciálem dané oblasti včetně nabídky služeb. Pro kvantitativní výzkum a k získání primárních dat byla použita metoda dotazníkového šetření. Sběr dat se uskutečnil na recepci resortu Korzo Lipno, pro který bylo na základě výsledků výzkumu navrženo zavedení služeb, které byly dotazovanými vyhodnocené jako nedostatečné. K doplnění primárních dat byl sestaven rozhovor v rámci kvalitativního výzkumu. Pro řízený rozhovor byl vybrán investor projektu Korzo Lipno, aby objasnil a prohloubil hlavní záměry projektu Korzo Lipno a doplnil otázky současného stavu oblasti. Získaná primární data byla použita k vypracování poslední části diplomové práce, kde navrhuji zavedení primárně takových služeb, jež jsou v oblasti nedostatečné, do rozvíjejícího se projektu Korzo Lipno v obci Lipno nad Vltavou včetně marketingové a prodejní podpory.

Pro účely diplomové práce bylo formulováno pět výzkumných otázek, k jejichž vyhodnocení sloužilo dotazníkové šetření a řízený rozhovor. První výzkumnou otázkou jsem zjišťovala, jaká je motivace návštěvy v lokalitě, druhá otázka si kladla za cíl zjistit, zda existuje nějaký produkt cestovního ruchu, který v oblasti Lipno nad Vltavou zcela chybí a mohl by být zaveden ve vybraném projektu. Třetí výzkumnou otázkou jsem chtěla zjistit, jaký je důvod volby apartmánu před jinými ubytovacími zařízeními. Čtvrtou otázkou stanovenou pro výzkum diplomové práce jsem se ptala, zda má vliv výběr určitého typu ubytování na zájem o stravovací služby a poslední

otázka zjišťovala, jestli by návštěvníci resortu Korzo Lipno preferovali větší nabídku služeb pro sport nebo odpočinek.

Došla jsem k závěru, že Lipno nad Vltavou má obrovský potenciál z hlediska přírodních podmínek, které se stávají hlavním důvodem a motivací pro navštívení oblasti. Dále bylo zjištěno, že v blízkém okolí resortu Korzo Lipno není dostatečná nabídka wellness služeb, ačkoliv jsou tyto služby velmi žádané. V současné době resort Korzo Lipno disponuje pouze apartmány, které respondenti vyhodnotily jako vhodné typy zařízení z hlediska soukromí, možnosti využití vlastní kuchyně a podmínek pro děti. Vyhodnocení čtvrté výzkumné otázky bylo překvapivé, neboť se neshodovalo s mými prvotními předpoklady. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že hosté, i přestože volí apartmán pro pobyt, mají zájem o stravovací služby poskytované ubytovacími zařízeními. Převážná většina respondentů by využila raději v resortu Korzo Lipno spíše relaxační služby než služby a zázemí pro sport.

V kapitole „Návrhy opatření“ jsem navrhovala možnosti zavedení služeb, které byly respondenty hodnocené v oblasti jako nedostatečné, do daného resortu. Při vytváření návrhů mi pomohl nejen rozhovor s investorem panem Mgr. Stanislavem Gorčicou, který mi přiblížil záměry projektu Korzo Lipno, ale také vlastní zkušenosti, které jsem získala během práce v daném resortu.

Předložená diplomová práce s návrhy pro zavedení služeb do daného projektu, by mohla pomoci v budoucím rozvoji a prosperitě resortu Korzo Lipno.

Seznam zdrojů

A) vnitropodnikové materiály, statistiky, právní předpisy, normy, ověřené technologie, užité vzory a další institucionální zdroje

Český statistický úřad: *Hromadná ubytovací zařízení České republiky* [online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/huz/obhuz.jsp?k=545597>

Český statistický úřad: *Počet obyvatel v obcích - k 1.1.2019* [online]. [cit. 2020-03-1]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/pocet-obyvatel-v-obcich-za0wri436p>

Český statistický úřad: *Veřejná databáze* [online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=profil-uzemi&uzemiprofil=31588&u= VUZEMI 43 545597#>

Dojezdové vzdálenosti na Lipno. České Budějovice, 2020.

Masterplan Korzo Lipno. České Budějovice, 2020.

B) knihy, kvalifikační práce

BARTL, H., SCHMIDT, F.: *Destination Management*. Institut für regionale Innovation, Wien, 1998.

BERÁNEK, J. a KOTEK P., 2007. *Řízení hotelového provozu*. 4. přepracované vydání. Praha: Mag Consulting. ISBN 978-80-86724-30-0.

BERÁNEK, J., 2013. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting. ISBN 978-80-271-9361-5.

FORET, M. a FORETOVÁ, V., 2001. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada. ISBN 80-247-0207-X.

GOELDNER, CH. R. & J. R. RITCHIE, 2009. *Tourism principles, practices, philosophies*. Eleventh ed. Hoboken, N.J: John Wiley. ISBN 9780470440605.

HAMARNEH, I., 2012. *Geografie turismu: Mimoevropská teritoria*. Grada. ISBN 978-80-247-4430-8.

HESKOVÁ, M., 2011. *Cestovní ruch*. 2. upravené vydání. Praha: Fortuna. ISBN 978-80-7373-107-6.

HLADKÁ, J., 1997. *Technika cestovního ruchu*. Praha: Grada. ISBN 80-7169-476-2.

JAKUBÍKOVÁ, D., 2012. *Marketing v cestovním ruchu: Jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2. vydání. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4209-0.

KIRÁLOVÁ, A., 2003. *Destinace cestovního ruchu*. Praha: EKOPRESS. ISBN 80-86119-56-4.

KOTÍKOVÁ, H., 2013. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4603-6.

KOZEL, R. a kol. *Moderní marketingový výzkum*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. 281 s. ISBN 80-247-0966-X.

KŘÍŽEK, F. a NEUFUS, J., 2014. *Moderní hotelový management*. 2., aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4835.

MORRISON, Alastair M., 1995. *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Praha: Victoria publishing. ISBN 80-85605-90-2.

ORIEŠKA, J., 1999. *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha: IDEA SERVIS. ISBN 80-85970-27-9.

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

PALATKOVÁ, M., 2006. *Marketing strategie destinace cestovního ruchu: Jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. Praha: Grada. ISBN 80-247-1014-5.

PARMOVÁ, D., DVOŘÁK, V. a FRKOVÁ, I., 2013. *Kapitoly z cestovního ruchu pro praxi*. České Budějovice: Občanské sdružení CHANCE IN NATURE - LOCAL ACTION GROUP a Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Ekonomická fakulta. ISBN 978-80-7394-406-3.

RAŠOVSKÁ, I. a RYGLOVÁ, K., 2017. *Management kvality služeb v cestovním ruchu: Jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5021-7.

RYGLOVÁ, K., BURIAN M. a VAJČNEROVÁ I., 2011. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4039-3.

ŠKODOVÁ-PARMOVÁ, D.: *Provoz služeb v cestovním ruchu*. České Budějovice: Jihočeská univerzita 2003, ISBN 80-7040-611-9.

ŠVEC, R. a SLABÁ M., 2015. *Podniky cestovního ruchu 1*. České Budějovice: Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích. ISBN 978-80-7468-086-1.

VAŠTÍKOVÁ, M., 2008. *Marketing služeb - efektivně a moderně*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-2721-9.

VOSOBA, P.: *Dokonalé služby co chtějí zákazníci*, Grada Publishing, Praha 2004, ISBN 80-247-0847-7.

C) odborné časopisecké články a studie ze sborníků

Lacina, K. (2007). Místo cestovního ruchu v ekonomických aktivitách státu. *Scientific Papers of the University of Pardubice. Series D. Faculty of Economics and Administration*, (11), 81-85. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/2265548170?accountid=9646>

Lacina, K. (2007). Místo cestovního ruchu v ekonomických aktivitách státu. *Scientific Papers of the University of Pardubice. Series D. Faculty of Economics and Administration*, (11), 81-85. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/2265548170?accountid=9646>

Švec, R., Humlerová, V., & Martišková, P. (2017). MOTIVACE PRACOVNÍKŮ V CESTOVNÍM RUCHU. *Mladá Věda*, 5(6), 84-96. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1966390529?accountid=9646>

D) jiné

CzechTourism [online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: <https://www.czechtourism.cz/pro-media/tiskove-zpravy/turismus-je-cerne-zlato/>

České hory [online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: <https://certova-stena.ceskehory.cz/>

Česko.Světadily.cz [online]. [cit. 2020-03-1]. Dostupné z: cesko.svetadily.cz/clanky/Sumava-Lipno-a-okoli

Český Krumlov [online]. [cit. 2020-03-2]. Dostupné z: http://www.ckrumlov.info/docs/cz/region_histor_hrzakl.xml

ČUS [online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: https://iscus.cz/kraje/jihocesky/pasport/?is_map_active=0

FunSpot Lipno, a.s. [online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: <https://funspotlipno.cz/>

Google Maps [online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: <https://www.google.cz/maps/place/382+78+Lipno+nad+Vltavou/@48.6794814,14.1897544,12z/data=!4m5!3m4!1s0x477364cc95fbd1a5:0x400af0f66155d90!8m2!3d48.6393267!4d14.2293199>

Hořické pašijové hry [online]. [cit. 2020-03-2]. Dostupné z: http://www.horickepasije.cz/?page_id=4&lang=cs

Hrad Rožmberk: informace, historie, tipy na výlety [online]. [cit. 2020-03-2]. Dostupné z: <http://hradrozemberk.info/>

Jižní Čechy [online]. [cit. 2020-03-1]. Dostupné z: <https://www.jiznicechy.cz/turisticke-oblasti/li-lipensko>

- Jižní Čechy* [online]. [cit. 2020-03-2]. Dostupné z: <https://www.jiznicechy.cz/turisticke-cile/83-cisterciacky-klaster-ve-vyssim-brode>
- Korzo Lipno, s.r.o.* [online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: <https://www.apartmanykorzo.cz/>
- Korzo Lipno, s.r.o.: Apartmány* [online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: <https://www.apartmanykorzo.cz/apartmany.html>
- Království lesa: O Království lesa* [online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: <https://www.kralovstvillea.cz/o-kralovstvi.html>
- Kudyznudy.cz* [online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/sumavska-raseliniste-nejcennejsi-poklad-sumavske>
- Kudyznudy.cz* [online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/hora-plechy-nejvyssi-vrchol-ceske-casti-sumavy>
- Kudyznudy.cz* [online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/aquaworld-lipno-je-centrem-nekoncicich-vodnich-rad>
- Kudyznudy.cz: Lanové dobrodružství na Lipně* [online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/lanove-dobrodruzstvi-na-lipne>
- Landal Marina Lipno* [online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: <https://www.marina-lipno.cz/>
- Landal Marina Lipno: Hopsárium Lipno* [online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: <https://www.marina-lipno.cz/hopsarium-lipno>
- Lipno nad Vltavou* [online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: <https://www.lipnonadvltavou.cz/obec-1/o-obci/soucasnost/>
- LIPNO NAD VLTAVOU: OFICIÁLNÍ STRÁNKY OBCE* [online]. [cit. 2020-03-1]. Dostupné z: <https://www.lipnonadvltavou.cz/obec-1/o-obci/historie/>
- LIPNO SLIDE a.s.* [online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: <http://www.slideland.cz/>
- Lipno.cz: Schwarzenberský plavební kanál* [online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: <https://www.lipno.cz/prirodni-a-technicke-pamatky/schwarzenbersky-plavebni-kanal>
- Lipno.info* [online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: <https://www.lipno.info/infocentrum/jak-a-kudy-na-lipno-v-zime.html>
- Lipno.info* [online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: <https://www.lipno.info/zazitky/lanove-drahy-lipno-expres-a-promenadni.html>

Lipno.info [online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: <https://www.lipno.info/zazitky/vyhliDKove-plavby-panikem.html>

Lipno.info [online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: <https://www.lipno.info/o-lipno/lipno-pro-rodiny/cyklostezky.html>

Lipno.info: Bikepark [online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: <https://www.lipno.info/zazitky/bikepark.html>

Lipno.info: Infocentrum Lipno [online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: <https://www.lipno.info/infocentrum.html>

Lipno.info: Kalendář [online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: <https://www.lipno.info/akce.html>

Lipno.info: LIPNO SERVIS s.r.o. [online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: <https://www.lipno.info/lipnoservis.html>

Lipno.info: Příměstské tábory [online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: <https://www.lipno.info/lyzarska-skola/primestske-tabory.html>

Lipno.info: Sjezdovky [online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: <https://www.lipno.info/skiareal/sjezdovky.html>

Lipno.info: Vodní plavidla [online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: <https://www.lipno.info/pujcovny/vodni-plavidla.html>

Místopisy.cz [online]. [cit. 2020-03-1]. Dostupné z: <https://www.mistopisy.cz/pruvodce/obec/6736/lipno-nad-vltavou/>

Regionální muzeum v Českém Krumlově [online]. [cit. 2020-03-2]. Dostupné z: <http://muzeumck.cz/o-muzeu/pamatnik-a-stiftera/>

Rožmberk [online]. [cit. 2020-03-2]. Dostupné z: <https://www.hrad-rozemberk.cz/cs/o-hradu>

Stezka korunami stromů: O Stezce [online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: <https://www.stezkakorunamistromu.cz/o-stezce.html>

Turisma o.s. [online]. [cit. 2020-03-1]. Dostupné z: <http://www.turisma.cz/stranky/cs/lipensko.php>

VisitVltava.cz [online]. [cit. 2020-03-2]. Dostupné z: <https://www.visitvltava.cz/cz/vodni-dilo-lipno-i/21/>

Vítkův Hrádek [online]. [cit. 2020-03-2]. Dostupné z: www.vitkuvhradek.cz/o-vitkove-hradku.html

Seznam tabulek a obrázků

Obrázek 1: Oblasti Lipenska.....	32
Obrázek 2: Dojezdové vzdálenosti na Lipno	44
Obrázek 3: Masterplan Korzo Lipno	47
Obrázek 4: Návrh grafického zpracování balíčku služeb	64
Tabulka 1: Znaky služeb	14
Tabulka 2: Struktura služeb v cestovním ruchu	19
Tabulka 3: Nejnavštěvovanější turistické cíle v Jihočeském kraji v roce 2018	39
Tabulka 4: Seznam stravovacích zařízení v obci Lipno nad Vltavou	42
Tabulka 5: Kapacita a návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení	43
Tabulka 6: Co Vás nejčastěji motivuje k návštěvě lokality Lipno nad Vltavou?	50
Tabulka 7: Kolikrát byste využili při týdenním pobytu (tj. 7 dní) níže uvedené služby resortu?	53
Graf 1: S kým jste do lokality přicestoval(a)?	48
Graf 2: Co Vás nejčastěji motivuje k návštěvě lokality Lipno nad Vltavou? (A)	49
Graf 3: Co Vás nejčastěji motivuje k návštěvě lokality Lipno nad Vltavou? (B).....	49
Graf 4: Existuje nějaký produkt nebo služba, která Vám zcela chybí či je podle Vás nedostatečná v blízkém okolí resortu Korzo Lipno?.....	51
Graf 5: Jaký je hlavní důvod výběru právě apartmánu pro Váš pobyt?	52
Graf 6: Kolikrát byste využili při týdenním pobytu (tj. 7 dní) níže uvedené služby resortu?.....	53
Graf 7: Jaké formě stravování dáváte na dovolené v apartmánu přednost?.....	54
Graf 8: Jak jste se o ubytování v resortu Korzo Lipno dozvěděl(a)?.....	55
Graf 9: Ze kterého kraje ČR jste přicestoval(a)?	56
Graf 10: Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?	57
Graf 11: Ekonomická aktivita	57
Graf 12: Pohlaví	58
Graf 13: Věk.....	59

Seznam zkratek

a.s.	AKCIOVÁ SPOLEČNOST
aj.	A JINÉ
apod.	A PODOBNĚ
atd.	A TAK DÁLE
ha	HEKTAR
Kč	KORUNA ČESKÁ
km	KILOMETR
m n. m.	METRŮ NAD MOŘEM
m	METR
mil.	MILION
s.r.o.	SPOLEČNOST S RUČENÍM OMEZENÝM
str.	STRANA
tis.	TISÍC
tj.	TO JE
tzv.	TAKZVANÝ

Přílohy

Příloha 1: Seznam ubytovacích zařízení v obci Lipno nad Vltavou

Název	Adresa	Kategorie	Sezónní provoz	Počet pokojů	Počet míst pro stany a karavany
HOTEL FILIP	Lipno nad Vltavou, Slupečná	Hotel ***	letní provoz	11 až 50	žádné
HOTEL KRAMOLÍN	Lipno nad Vltavou, Lipno nad Vltavou 55	Hotel ***	letní i zimní provoz	11 až 50	žádné
HOTEL STAR LIPNO	Lipno nad Vltavou, Lipno nad Vltavou 49	Hotel ***	letní i zimní provoz	11 až 50	žádné
LESNÍ PENSION KOBYLNIČE	Lipno nad Vltavou, Lipno nad Vltavou 48	Penzion	letní provoz	11 až 50	žádné
PENSION KAROLINA	Lipno nad Vltavou, Slupečná	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
PENZION DOMBOVÁŘI	Lipno nad Vltavou, Slupečná	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
PENZION FAMILA	Lipno nad Vltavou, Lipno nad Vltavou 23	Penzion	letní i zimní provoz	10 a méně	žádné
PENZION JÁJA	Lipno nad Vltavou, Lipno nad Vltavou 31	Penzion	letní i zimní provoz	10 a méně	žádné
PENZION PŘÍSTAV	Lipno nad Vltavou, Lipno nad Vltavou 52	Penzion	letní i zimní provoz	10 a méně	žádné
REZIDENCE CLUB CANADA	Lipno nad Vltavou, Lipno nad Vltavou 25	Penzion	celoroční provoz	11 až 50	žádné
AUTOCAMP MODŘÍN	Lipno nad Vltavou, Lipno nad Vltavou 70	Kemp	letní provoz	11 až 50	101 a více
CHATOVÁ OSADA HELIOS	Lipno nad Vltavou, Lipno nad Vltavou 70	Chatová osada	letní provoz	11 až 50	žádné
APARTMÁNY BOUČEK	Lipno nad Vltavou, Lipno nad Vltavou 50	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	11 až 50	žádné
APARTMÁNY U DUŠKŮ	Lipno nad Vltavou, Lipno nad Vltavou 60	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	10 a méně	žádné
CHATA LANOVKA	Lipno nad Vltavou, Slupečná 307	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	11 až 50	žádné
LANDAL MARINA LIPNO	Lipno nad Vltavou, Lipno nad Vltavou 310	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	101 a více	žádné
LIPNO LAKE RESORT	Lipno nad Vltavou, Lipno nad Vltavou 302	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	51 až 100	žádné
LIPNO POINT	Lipno nad Vltavou, Lipno nad Vltavou 999	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	11 až 50	žádné
LIPNOTIP	Lipno nad Vltavou, Lipno nad Vltavou 943	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	10 a méně	žádné
PENZION KOBYLNIČE	Lipno nad Vltavou, Lipno nad Vltavou 47	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	letní i zimní provoz	10 a méně	žádné
REKREAČNÍ CHATA	Lipno nad Vltavou, Lipno nad Vltavou 3	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	10 a méně	žádné
REKREAČNÍ PARK RIVIERA LIPNO	Lipno nad Vltavou, Lipno nad Vltavou 500	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	11 až 50	žádné
UBYTOVNA POVODÍ VLTAVY	Lipno nad Vltavou, Lipno nad Vltavou 45	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	11 až 50	žádné
VILLAPARK LIPNO DREAMS	Lipno nad Vltavou, Slupečná 297	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	101 a více	žádné

Zdroj: Český statistický úřad (2020)

Příloha 2: Dotazník

Dobrý den,

jmenuji se Lucie Martínková a studuji na Jihočeské univerzitě v Českých Budějovicích. V současné době pracuji na své diplomové práci, pro kterou jsem zvolila téma „Analýza nabídky služeb cestovního ruchu v dané oblasti“. Nedílnou součástí mé diplomové práce je dotazník, který poslouží nejen k výzkumu v rámci diplomové práce, ale také ke zkvalitnění služeb resortu Korzo Lipno. Ráda bych Vás tímto požádala o vyplnění následujícího dotazníku. Získané informace budou využity

výhradně za již zmíněnými účely a zůstanou anonymní. Předem Vám děkuji za čas, který věnujete zodpovězení mých otázek.

1. S kým jste do lokality přicestoval(a)?

- Sám
- S partnerem
- S rodinou
- S přáteli

2. Co Vás nejčastěji motivuje k návštěvě lokality Lipno nad Vltavou? Ohodnoťte každou odpověď na škále od 1 do 5.

(1- ano, 2 – spíše ano, 3 – nevím, 4 – spíše ne, 5 – ne)

	1	2	3	4	5
Pěší turistika					
Cykloturistika					
Inline bruslení					
Lyžování					
Koupání, vodní sporty					
Jiný aktivní sport (minigolf, lanová dráha, volejbal, vodní lyže, ...)					
Zábava pro děti					
Příroda					
Odpočinek, relaxace					
Služební cesta (školení, konference, obchodní záležitosti, ...)					
Návštěvy kulturních a společenských akcí (koncerty, festivaly, slavnosti, ...)					
Návštěvy sportovních akcí (Spartan Race, Dračí loď, ...)					

3. Existuje nějaký produkt nebo služba, která Vám zcela chybí či je podle Vás nedostatečná v blízkém okolí resortu Korzo Lipno? Vyberte jednu z možností.

- Wellness
- Fitness
- Dětský koutek s možností hlídání
- Příměstský tábor pro děti
- Veřejná prádelna
- Průvodce
- Pekařství
- Půjčovna a servis sportovního vybavení
- Sportovní instruktoři

- Kino
- Jiné _____

4. Jaký je hlavní důvod výběru právě apartmánu pro Vás pobyt? Vyberte jednu z možností.

- Soukromí
- Vhodnost pro děti
- Domácí podmínky
- Možnost využívání kuchyně
- Vhodnost pro větší skupinu ubytovaných
- Jiný _____

5. Kolikrát byste využili při týdenním pobytu (tj. 7 dní) níže uvedené služby resortu? Ohodnoťte každou odpověď.

	Ani jednou	1krát	2krát	3krát	4krát	5krát	6krát	7krát
Babysitting (hlídání dětí)								
Sportovní hřiště (pro tenis, badminton, volejbal, ...)								
Sauna								
Bazén a vířivka								
Fitness								

6. Jaké formě stravování dáváte na dovolené v apartmánu přednost?

- Bez stravy
- Snídaně
- Polopenze
- Plná penze

7. Jak jste se o ubytování v resortu Korzo Lipno dozvěděl(a)?

- Booking.com
- Sociální sítě (Facebook, Instagram)
- Webové stránky
- Od jiné osoby
- Propagační materiály (letáky, billboardy, ...)

8. Ze kterého kraje ČR jste přicestoval(a)? V případě, že nejste občan ČR, uveďte, prosím, ze které země jste přicestoval(a)

9. Pohlaví

- Muž
- Žena

10. Věk

- 15 – 20
- 21 – 30
- 31 – 40
- 41 – 50
- nad 50

Příloha 3: Řízený rozhovor

1. Mohl byste na úvod stručně představit projekt Korzo Lipno?

Korzo Lipno je developerským projektem, který je orientovaný na výstavbu bytových a polyfunkčních bytů. Záměrem je vývoj území včetně výstavby infrastruktury, polyfunkčních bytových domů s následným prodejem jednotlivých ubytovacích jednotek koncovým vlastníkům. V rámci projektu Korzo Lipno vznikla společnost Korzo Lipno s.r.o. zajišťující provoz ubytovacích jednotek, jejíž hlavním cílem je nabízení volných kapacit k ubytování v rámci provozování resortu jako celku.

V rámci realizace projektu vznikl tzv. Masterplan, v kterém se prolíná záměr projektu Korzo Lipno a zapadá do kontextu celé lokality.

V obci Lipno nad Vltavou je několik tzv. středobodů, ve kterých se koncentruje ve větším množství dění spojené s cestovním ruchem. Takový středobod vznikne i v resortu Korzo Lipno budováním promenády procházející resortem a spojující nově vzniklé nástupiště lanovky nad resortem a břeh lipenského jezera.

2. Z jakého důvodu jste si vybral právě obec Lipno nad Vltavou pro realizaci svého podnikatelského záměru?

Šumava je jedna z mála, která se orientuje na dvě sezóny, a to letní a zimní. Obecně si myslím, že Jižní Čechy jsou orientované v rámci podnikání na rekreaci. Naším cílem je tyto dvě hlavní sezóny prodloužit budováním infrastruktury vhodné pro využívání v jakémkoliv ročním období za jakéhokoliv počasí.

Dalším důvodem naší volby oblasti je její dosažitelnost z jiných lokalit a věřím, že dostupnost oblasti Lipenska se zvýší dokončením dálnice D3.

3. Existuje nějaký produkt či služba, která je podle Vás nedostatečná v rekreační obci Lipno nad Vltavou?

Podle mě jsou to právě ty služby, které by oblasti pomohly prodloužit hlavní sezóny. Mám na mysli například krytý bazén nebo plochu pro zimní bruslení. Zavedení služeb oddalující termíny ukončení hlavních sezón by mohlo do oblasti přilákat i další služby, pro které je za současných podmínek složité si udržet životnost. V dané oblasti zcela jistě chybí noční podniky.

Otázkou je i rozšíření Letiště Frymburk, které by mělo pozitivní vliv na dostupnost oblasti.

4. Plánujete výstavbu i jiných typů ubytovacího zařízení v resortu Korzo Lipno?

V současné době je dokončená výstavba objektů A1+A2 a B1, v nichž jsou pouze apartmánové jednotky. Tyto objekty jsou součástí tzv. fáze 1, kterou budeme rozšiřovat o další objekty s apartmánovými byty. Ve druhé fázi bude nadále pokračovat výstavba objektů s apartmány, ale navíc vznikne hotel, který je již součástí Masterplanu. Předpokládáme, že hotel by mohl být využíváný celoročně, kdežto apartmány jsou spíše sezónní. Do spodní části hotelu bychom chtěli směřovat komerční prostory a nabízet také doplňkové služby.

5. V současné době nabízíte nadstandardní ubytovací služby, ale vzhledem k náročným klientelám, plánujete spolu s ubytovacími službami nabízet klientům i další služby?

S postupující výstavbou plánujeme budování komerčních prostorů pro doplňkové služby, jako jsou prostory pro občerstvení, školení, večerní posezení, sauny, relaxační místnost atd. Jisté zařazení jednotlivých rekreačních služeb plánujeme zahrnout do nabídky, ale naším cílem není budovat wellness centrum o větším rozsahu. Veškeré doplňkové služby chceme centralizovat do přízemí hotelu a do komerčních prostorů objektů. V současné době nabízíme služby centrální recepce a kavárny.

Se vznikem jednoho ze středobodů Lipna nad Vltavou v resortu Korzo Lipno, který se jeví ze všech ostatních středobodů jako nejkvalitnější, se zvýší nabídka doplňkových služeb (například kadeřnictví, kosmetika, masáže, babysitting apod.).

Odpočinková zóna bude obohacena o okrasná jezírka, která budou sloužit dětem i jako brouzdaliště. Resort nabídne i zázemí pro děti a tenisové kurty.

S další výstavbou objektů vzniknou krytá stání a podzemní parkoviště.