



Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Fakulta ekonomická

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Bakalářská práce

Glamping jako nový trend v ubytovacích službách

Vypracovala: Nikola Chárová

Vedoucí práce: Ing. Petr Janeček, Ph.D.

České Budějovice 2019

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Nikola CHÁROVÁ**
Osobní číslo: **E17347**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Glamping jako nový trend v ubytovacích službách**
Zadávací katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cílem práce je analyzovat a představit novou formu ubytovacích služeb. Zjistit současný stav a podmínky rozvoje této formy ubytování a zjednodušený návrh glampingového konceptu v českém prostředí.

Metodický postup:

1. Vytvořte teoretický úvod k tématu.
2. Popište principy Glampingu.
3. Představte glampingové koncepty realizované v zahraničí.
4. Pomocí vhodných metod analyzujte podmínky rozvoje Glampingu v ČR.
5. Navrhnete konkrétní glampingový koncept s ohledem na specifika českého trhu.
6. Formulujte závěry.

Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Literární rešerše. 3. Cíle a metody. 4. Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání. 5. Vlastní návrhy. 6. Závěr. 7. Seznam literatury.

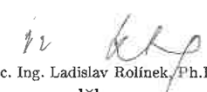
Rozsah grafických prací: **dle potřeby**
Rozsah pracovní zprávy: **40 - 50 stran**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:


Hassanien, A., & Dale, C. (2013). *Facilities management and development for tourism, hospitality and events.* Boston, MA: CABI.
Hesková, M. (2011). *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy.* Praha: Fortuna.
Orieška, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu.* Praha: Idea servis.
Pantelidis, S., (2014). *The Routledge Handbook of Hospitality Management.* New York: Routledge.
Vystoupil, J., & Šauer, M. (2011). *Geografie cestovního ruchu České republiky.* Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Petr Janeček, Ph.D.**
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: **28. února 2018**
Termín odevzdání bakalářské práce: **13. dubna 2019**


doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (28)
370 05 České Budějovice


Ing. Viktor Vojtko, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 1. března 2018

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské 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 výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne

.....
Nikola Chárová

Poděkování

Tímto bych velice ráda poděkovala vedoucímu práce Ing. Petru Janečkovi, Ph.D za odborné vedení mé bakalářské práce, poskytování cenných rad a za velkou ochotu a především trpělivost. Zároveň děkuji své rodině, přátelům a spolužákům, kteří mě podporovali během celého studia.

Obsah

1	Úvod	3
2	Teoretická část.....	4
2.1	Cestovní ruch	4
2.2	Druhy a formy CR	6
2.3	Předpoklady CR.....	7
2.4	Nové trendy.....	8
2.5	Destinace CR	10
2.6	Služby CR.....	10
2.6.1	Marketing služeb	11
2.7	Ubytovací služby	12
2.7.1	Green management.....	13
2.7.2	Dělení ubytovacích služeb.....	14
2.8	Glamping	16
2.8.1	Ubytovací jednotky	18
2.9	Glamping v ČR.....	18
2.10	Glamping v zahraničí.....	19
3	Cíl a metodika práce.....	21
3.1	Výzkumná metoda	21
3.2	Předpoklady a cíle výzkumu.....	21
4	Analýza situace v ČR	22
4.1	Zkoumaná oblast CHKO Kokořínsko.....	24
4.1.1	Kulturně-historické památky	24
4.1.2	Příroda	25
4.1.3	Pěší a cyklotrasy	25
4.1.4	Ubytovací služby.....	26
4.2	Představení kempu Fuego.....	26
5	Vyhodnocení výzkumu.....	29
6	Návrh nového konceptu na základě výzkumu.....	36
6.1	Stanovení ceny a předpokládané doby návratnosti investice.....	41
7	Závěr.....	45
I.	Summary and keywords	46
II.	Seznam použitých zdrojů	47

- III. Seznam obrázků a tabulek
- IV. Seznam Příloh
- V. Přílohy

1 Úvod

Od doby, kdy se začal cestovní ruch vyvíjet, hraje zásadní roli pro světovou i národní ekonomiku, jelikož patří k rychle se vyvíjejícímu odvětví. Vzhledem k náročnosti účastníků CR se mění požadavky, které jsou kladeny na subjekty CR a které na tyto změny reagují, s čímž se mění nabídka služeb. Při rozvoji CR hraje velkou roli destinace, která nabízí přírodní a kulturní potenciál, na základě kterého jsou v destinacích nabízeny ubytovací, stravovací a dopravní služby, které jsou napojeny dalšími službami, jako např. služby informační, průvodcovské apod. Základem je tedy destinace, která musí být dostatečně atraktivní.

Turisté si ale uvědomují, že CR má i negativní dopady. Především na přírodu a destinace, které jsou přeplněny turisty (tzv. overturismus) a nezvládají pojmout tak velké množství návštěvníků. Proto musí být počty návštěvníků v některých oblastech regulovány, vzhledem k udržitelnému rozvoji CR. A tak se do popředí poptávky dostávají destinace, které nejsou tolik přeplněny, nabízejí klid a poskytují služby, které jsou šetrné k přírodě a šetří s přírodními zdroji. Zároveň se ale turisté nechtějí připravit o určitý luxus a touží zažít něco neobvyklého.

Na základě těchto potřeb vznikají nové trendy, jako je např. dobrodružný CR, ekoturismus nebo glamping. Tyto nové potřeby turistů rozvíjí ne tak vyhledávané destinace, snižují overturismus a jsou šetrné k přírodě. I když se jedná o nové služby, stále spadají pod cestovní ruch, proto teoretická část práce vymezuje základní definice CR, jeho dopady, formy nebo např. předpoklady, které jsou základem pro úspěšný cestovní ruch. Dále je zde vymezen pojem destinace, se kterým úzce souvisí provozování glampingu, který vyžaduje atraktivní a neobvyklá místa s rozmanitou přírodou. Hlavní je ale vysvětlit pojem glamping, který se stal novým trendem v ubytovacích službách. Práce si klade za cíl zanalyzovat tuto novou formu ubytovacích služeb a na základě konkrétních příkladů představit a vysvětlit myšlenku glampingu. Následně na základě zjištěných informací zhodnotit situaci možného rozvoje. Dalším cílem je ze získaných dat v analytické části zjistit zájem o možný rozvoj této nové formy ubytování a na základě zjištěných dat zjednodušeně navrhnout nový koncept. Průzkum probíhal v CHKO Kokořínsko, kde jsou provozovány kurzy vaření v přírodě a destinace odpovídá předpokladům pro rozvoj glampingu.

2 Teoretická část

Teoretická část vymezuje základní pojmy jako cestovní ruch, dělení CR jeho formy apod. Následně se soustředí na destinaci, ubytovací služby a především vysvětluje význam slova glamping. Vysvětlené pojmy jsou napojovány na praktickou část práce.

2.1 Cestovní ruch

Definici cestovního ruchu lze připisat hned několika autorům, většinou se však jedná vždy o téměř stejné formulace, zaměřené na propojení cestování, volného času, rekreace a poskytování služeb účastníkům CR.

Jedním z autorů byl Gúčik (2004), dle kterého se jedná o soubor činností ve volném čase, které jsou spojeny s cestováním mimo místo trvalého bydliště. Cílem je odpočinout si, poznat neznámé, zabavit se a tedy komplexně využít velké množství služeb.

Aby byly názory sjednoceny a byla jasně dána konkrétní definice, bylo toto téma projednáváno na Mezinárodní konferenci o statistice cestovního ruchu, pořádané roku 1991 Světovou organizací cestovního ruchu v Otawě. Představilo se 91 zemí a byl zde sjednocen návrh na unifikaci základních pojmů souvisejících s cestovním ruchem. „*Cestovní ruch je činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo místo trvalého bydliště, a to na dobu kratší než je stanovena, přičemž hlavní účel cesty je jiný než vykonávání činnosti v navštíveném místě.*“ (Indrová a kol. 2004)

V důsledku rozvoje společnosti a výrobních sil začaly moderní továrny prodlužovat pracovní dobu. Tím pádem se měnily lidské potřeby a docházelo k jejich propojení v souvislosti s účastí na cestovním ruchu. Lidé po náročné práci cítili potřebu si odpočinout, zrekreovat a poznat něco nového. Tento rozmach se zasloužil o celkový rozvoj cestovního ruchu. Dále k rozvoji přispěly změny vyvolané průmyslovou revolucí jako např. odchod venkovanů za prací do města a další vzdělávání zaměstnanců. Lidé měli stále potřebu poznávat dosud nepoznané mimo trvalé bydliště. Dělničtví práce a rozvoj výrobních sil se považuje jako základ vzniku moderního cestovního ruchu. (Petruš, 2015)

Na cestovní ruch je důležité nahlížet jako na významný společensko-ekonomický fenomén a to nejen z pohledu jednotlivce, ale především, z pohledu celé společnosti. Co se světového měřítká týká, patří mezi jedny z největších exportních odvětví. Má kladný dopad na hospodářský rozvoj a propojuje se s ostatními odvětvími a národními sektory. (Hesková a kolektiv 2006)

V porovnání s dalšími odvětvími v podílu na HDP je CR na 7. místě, první z příček obsazuje zpracovatelský průmysl, velkoobchod a maloobchod. Naopak po cestovním ruchu má největší podíl na HDP např. zemědělství, lesnictví, rybnářství, těžba a dobývání. (ČSÚ, 2019)

Cestovní ruch reaguje citlivě na změny z vnějšího prostředí. Jaké dopady mají tyto změny, lze zaznamenat v několika oblastech.

1. ekonomická oblast:

- přínos pro světové, národní i regionální hospodářství,
- tvorba pracovních a podnikatelských míst,
- příjmy z CR do státního a místních rozpočtů,
- podíl CR na tvorbě HDP. (Petrů, 2015)

Od roku 2003 začal ČSÚ sledovat cestovní ruch jako ukazatel výkonnosti ekonomiky. Od této doby tvořil CR v roce 2017 největší podíl na HDP s necelými 3 %, kdy na CR bylo vynaloženo 292 miliard korun. Silný význam CR pro ekonomiku také vyjadřuje počet zaměstnaných v tomto odvětví, který čítá téměř 240 tisíc osob. Z toho vychází, že každý 22. Čech pracuje v cestovním ruchu. (COT, 2019)

„Celosvětový průměr podílu cestovního ruchu na tvorbě HDP se dlouhodobě pohybuje kolem 11%“(Drobná & Morávková, 2004)

Mimo jiné turismus ovlivňuje ekonomiku efekty, kterými rozvíjí jednotlivá území a to ne jen pro účastníky CR, ale také pro místní obyvatelstvo. Turismus je tedy navázán na veřejné rozpočty, díky kterým tyto území může rozvíjet. (Palatková, 2011)

2. ekologická oblast:

- závislost CR na tvorbě atraktivních míst,
- závislost CR na ekologickém prostředí,
- soulad CR a kulturně-sociálního prostředí obyvatel - tzv. udržitelný CR,

3. demografická oblast:

- reprodukce pracovní síly a rozvoj osobnosti,
- způsob využití volného času,
- životní styl, zvyklosti,

4. materiálně-technická oblast:

- ubytovací a stravovací zařízení,
- dopravní sítě, sportovně - rekreační služby,
- směnárny, bezpečnostní služby a jiné, (Petrů, 2015; Drobná & Morávková,2004)

5. politická a bezpečnostní oblast:

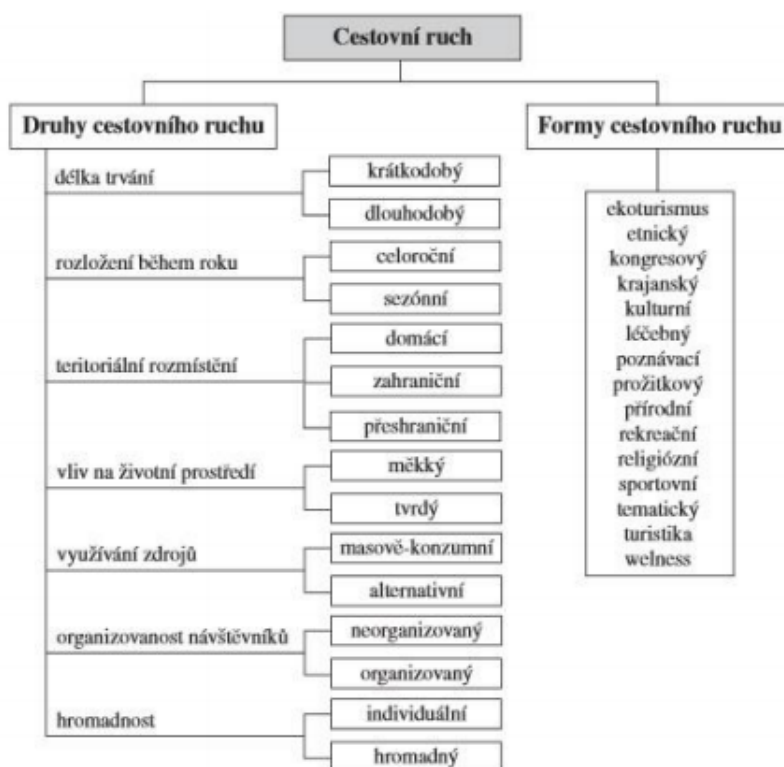
- mír ve světě,
- volný pohyb osob,
- rozhodování vlády,
- odstraňování bariér v rozvoji CR. (Palatková, 2011)

2.2 Druhy a formy CR

Rozsah a kvalita služeb se specifickým zaměřením cestovního ruchu je založena na základě rozličné poptávky zákazníků. V souvislosti s těmito odlišnými potřebami zákazníků byly charakterizovány následující druhy a formy CR. (Petrů, 2015)

Vzhledem k různorodosti požadavků jednotlivých potřeb zákazníků existují formy CR. Každá z těchto forem klade specifické požadavky na kvalitu a rozsah realizace jednotlivých služeb. Jednou z nejčastějších je forma rekreační, která klade důraz na obnovení fyzické i psychické síly. Další velmi atraktivní forma je kulturní, během které si účastníci rozšiřují povědomí o architektonických památkách, tradičních akcí, nebo se vzdělávají během různých výstav či festivalů apod. Tyto dvě formy bývají často propojovány. Pro obnovení sil, uzdravení a obecně zlepšení lidského zdraví je zde forma léčebná, ale také např. sportovně - turistická forma. Dle různých prvků, motivů účasti na CR nebo způsobu dopravy existuje mnoho dalších forem, které jsou vypsány na následujícím obrázku. (Hladká, 1997)

Obrázek 1: Druhy a formy CR



Zdroj: Pásková & Zelenka 2012, str. 16

2.3 Předpoklady CR

Pro úspěšné poskytování služeb a prodej zboží je zapotřebí základních předpokladů. Existuje více autorů, kteří předpoklady rozlišují a komentují. Předpoklady můžeme rozdělit na lokalizační, které jsou tvořeny reliéfem, atraktivitou krajiny, faunou a florou, dále na selektivní a realizační. (Šauer & Vystoupil)

Hladká (1997) však ve své publikaci uvádí následující rozdělení.

Přírodní předpoklady patří mezi nejzákladnější, týkají se tedy čistoty ovzduší, vodních toků, ploch a vod obecně. Dále sem spadají klimatické podmínky, nadmořská výška nebo také terén dané lokality a případný výskyt léčivých zdrojů.

Kulturně - historické a ostatní předpoklady se týkají především duševních potřeb, které má každý účastník CR zaměřeny na něco jiného a každý u těchto potřeb i jinak relaxuje a s tím souvisí právě i tyto předpoklady, které tomu napomáhají.

Tabulka 1: Kulturně- historické předpoklady

Architektonické památky	Hrady, zámky, zříceniny, památkové rezervace, městská architektura, historické stavby, památníky, atd.
Lidové umění	Lidová umělecká výroba, lidová architektura, lidové kroje, tance, zpěvy a zvyky
Tradiční akce	Sympozia, filmové, divadelní a hudební festivaly, sportovní akce, výstavy, veletrhy
Významná místa	Historická bojiště, působiště/rodiště významných osobností

Zdroj: Hladká,(1997)

Materiálně-technické předpoklady jsou tvořeny jak základními, tak ostatními službami CR, které poskytují:

- ubytovací a stravovací zařízení,
- dopravní zařízení,
- maloobchodní zařízení,
- sportovně rekreační zařízení,
- kulturní zařízení,
- zařízení zprostředkovatelská.

Ekonomické a organizační předpoklady, čímž je míněna kooperace a koordinace mnoha odvětví.

Personální předpoklady splňují pracovníci CR v cestovních kancelářích a agenturách, průvodci atd. (Hladká, 1997)

2.4 Nové trendy

Udržovat si povědomí o nových trendech a potřebách zákazníků je základním klíčem k úspěchu, jelikož cestovní ruch je vysoce konkurenční odvětví. S tím úzce souvisí dobrý stav ekonomiky, kdy je nízká nezaměstnanost a lidé mají tedy dostatek peněz na využívání služeb např. v CR.

Stále více se do popředí ubytovacích služeb dostávají nové moderní technologie, které napomáhají k úspěchu ubytovacích zařízení. S tím úzce souvisí fenomén sdílené ekonomiky, kdy např. platforma Airbnb zaznamenala obecně vysoký nárůst v nabídce

a využívání tohoto způsobu ubytování. Nejen že se jedná o relativně nový způsob ubytování, který láká turisty, dokonce také poskytuje reálné recenze na konkrétní ubytování ve spojení s rychlým cenovým srovnáním. Poskytovatelé ubytovacích služeb nejsou schopni dostatečně rychle reagovat na tyto změny, avšak i přes to jsou touto konkurencí nuceni zavádět nové inovace, dbát na kvalitu služeb a rozšiřovat nabízené služby.

Dalším fenoménem dnešní doby jsou sociální sítě, big data a obecně internet, který přispívá k úspěšnosti UZ. Na tyto technologie kladou důraz zákazníci, ale na druhou stranu jsou zde možnosti také pro podnikatele, jak zjednodušit komunikaci v podnicích, jejich propagaci, zastoupení pracovních pozic některými systémy, nebo např. možnost komunikace se svými zákazníky. Jako ukázkou těchto technologií lze uvést chytré pokoje, kdy odemykání klíčem bylo nejprve nahrazeno čipovými kartami, později telefony a nyní je možné pokoje odemknout i chytrými hodinkami. (ARTN, 2017)

Naopak existuje taková klientela, která vyžaduje něco absolutně jiného a nového. Do popředí poptávky se dostávají zážitky, atraktivnost a něco zcela neobvyklého. Čím dál tím více se stává módním zdravý životní styl a využitelnost produktů a služeb. Proto je důležité se zaměřovat na správnou segmentaci začínající u dětí a generace Y, přes střední generace až po seniory. (MIP, 2010)

Roste zájem turistů o nové, doposud ne tak vyhledávané destinace, kde budou moci vyzkoušet něco nového jako např. plavání s delfíny, nebo pro Česko realizovatelné, pozorování východu slunce na vrcholku. Turisté chtějí získávat něco navíc, než co bylo doposud zvykem. Chtějí opravdu poznat konkrétní místa, dozvědět se informace a zajímavosti od místních obyvatel, poznat kulturu daného místa, řemesla nebo se naučit vařit tradiční místní pokrmy. Vyzkoušet kurzy vaření, naučit se vařit pivo, zažít noc pod hvězdami, nebo strávit noc ve specifickém zařízení, jako je např. iglú, turisté vystupují z komfortní zóny a touží po zážitcích. (COT, 2018)

V souvislosti s potřebami dobrodružství a zážitků vznikl nový pojem glamping. Nabízí absolutně volný přístup k přírodě a zároveň komfortní pohodlí. Klade důraz na využití místních surovin a je šetrný k přírodě. A téměř vše se v přírodě také odehrává.

2.5 Destinace CR

Pojem destinace lze posuzovat na několika úrovních a dle vnímání účastníků CR. Může se jednat o celý kontinent, stát, region nebo pouze místo. Ti, co cestují vlakem například skrze Evropu, berou celý kontinent jako destinaci. Oblasti vnímané jako destinace jsou například Toskánsko nebo údolí Loiry. Dále jsou zde oblasti jako Alpy přesahující hranice a v neposlední řadě jsou to konkrétní místa. Na základě rozsahu destinace jsou regiony, oblasti, atd. řízeny a kontrolovány příslušnými orgány. (Horner & Swarbrooke, 2003)

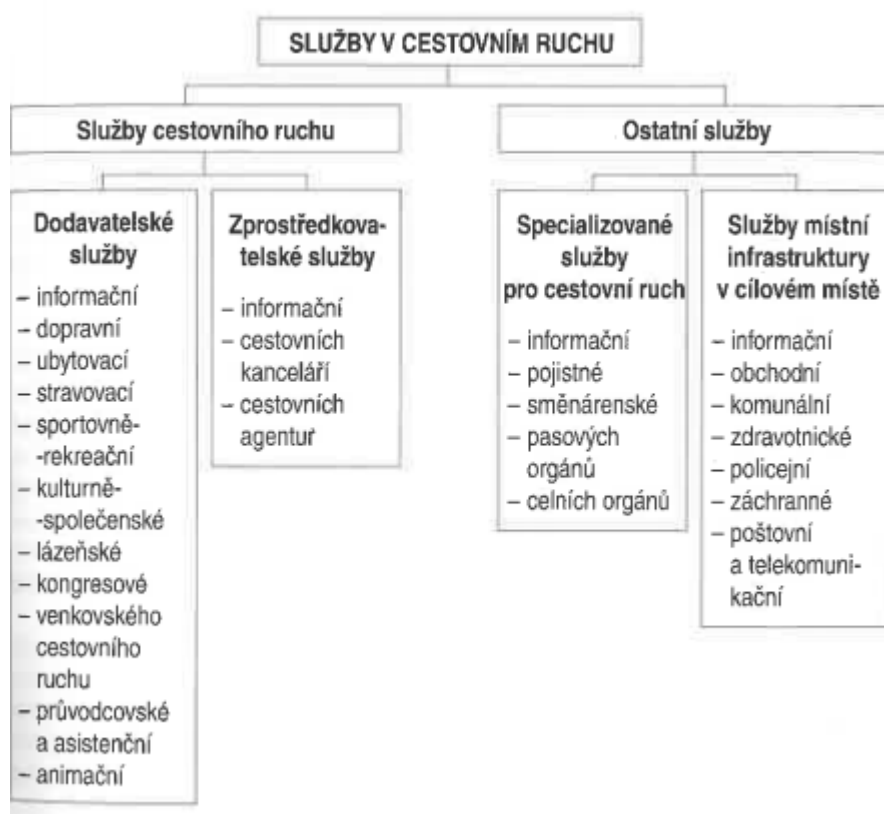
Destinace je místo, kde se nabízí zákazníkům správný soubor služeb, které jsou poskytovány jako celek. Destinace je určována geograficky a hraje tedy významnou roli v systému CR, protože motivuje k návštěvnosti a tedy také účasti na CR. Aby byla zajištěna správná funkčnost destinace, musí složky CR spolupracovat a doplňovat se. Jednu z hlavních rolí rozvoje CR v destinaci hrají přírodní a kulturní podmínky využívané v rozumné míře. Je tedy důležité dbát na udržitelný rozvoj CR. (Petrů, 2015; Palatková, 2011)

2.6 Služby CR

Cílem služeb, které klienti využívají v souvislosti se svými potřebami, je uspokojovat potřeby účastníků CR. Tyto potřeby obvykle vychází z nutnosti využít komplexní zážitek, který je spojen s odpočinkem, rozptýlením nebo kulturním vyžitím a to ve volném čase mimo trvalé bydliště. Některé ze služeb však nevyužívají pouze účastníci CR, ale jsou primárně zaměřeny právě pro ně.

Potřeby se dělí na primární a sekundární a uspokojují se za pomoci volných statků, služeb, zboží a veřejných statků. Primární potřeby jsou obvykle uspokojovány doplňkovými službami. Naopak základní služby, jako je např. ubytování, stravování nebo doprava, mají za cíl uspokojit sekundární potřebu účastníků a patří k těm nejvýznamnějším CR. Poskytované služby v cestovním ruchu a jejich dělení ukazuje následující obrázek. Také lze vyčíst, že ubytování spadá pod služby dodavatelské, stejně jako stravovací služby. (Orieška, 2010)

Obrázek 2: Služby v cestovním ruchu



Zdroj: Oriška, 2010, str. 15

2.6.1 Marketing služeb

Aby mohly být potřeby zákazníků pomocí služeb uspokojeny, je využíván proces marketingu, který má na starost očekávat a identifikovat požadavky zákazníků. U těchto předpokladů pro poznání svých zákazníků je důležité pracovat s daty, která již byla zjištěna o chování zákazníků dříve. Protože jsou zde zaznamenány trendy, ale také mezery a nedostatky v poznání zákaznického chování. (Pantelidis, 2014)

Hlavním cílem těchto procesů je jejich využívání a to tak aby byl dosažen zisk, při kterém si organizace dokáže udržet zákazníka, zároveň je ale schopna získávat nové potenciační zákazníky. Aby se počet zákazníků zvyšoval, případně alespoň zůstával stejný, musí být realizovány produkty a služby, které dokážou zaujmout. Toho jsou organizace schopné dosáhnout, jestliže dobře znají své zákazníky. (Beránek a kol., 2013)

Pro správné fungování marketingu je důležité primárně poznat potřeby zákazníků, na základě kterých je tvořen finální produkt. Na základě nákladů, které jsou vynaloženy a koupěschopné poptávky se i v porovnání s konkurencí stanovuje cena. Dále je důležité

dostat nové služby do povědomí cílových zákazníků. Poté je třeba stále udržovat kvalitu služeb, za kterou jsou obvykle odpovědni vzdělaní zaměstnanci, jejichž komunikací dochází k udržování zákazníků. (Vašítková, 2008)

2.7 Ubytovací služby

Ubytovací služby existovaly na světě v podstatě odjakživa vzhledem k lidským potřebám. Přesouvat se z místa do místa nutilo lidi cestovat, vydávali se na cesty obchodní, studijní, vojenské, náboženské apod. Charakterizuje je následující definice., *Ubytovací služby jsou soubor na sebe navazujících činností, souvisejících s poskytnutím přechodného ubytování obvykle většímu počtu hostů mimo trvalého bydliště.*“ (Gúčík, 2004)

Později, ve středověku, převažovaly především motivy politicko-náboženské. Obvykle byli na cestách panovnické družiny nebo křesťané, kteří chtěli navštěvovat svatá místa. V tomto období se také začaly obnovovat cesty, které od dob stěhování národů nikdo neudržel. Využívali je kromě křesťanů a panovníků také obchodníci. O údržbu cest se starali především panovníci, kteří je využívali při diplomatických cestách. Na dlouhých cestách vyhledávali ubytování se stravou. Stejně tak to platilo pro poutníky, kupce a studenty. V některých zemích byla povinnost posly ubytovat. Stejně tak tomu bylo v kláštorech, kde na cestovatele mysleli již při výstavbě a v oddělené části budovali místnosti s postelemi. Během poutí byly kláštery často přeplněny, a tak se začaly ubytovací služby stávat podnikatelskou činností. Nejen budování cest pomohlo k rozvoji ubytovacích zařízení, pomohly také cestopisy, ve kterých cestovatelé vyprávěli zážitky ze svých cest, a bylo možné zde najít umístění zmíněných nocležišť u klášterů. Od 14. století vznikaly ve větších městech závodní hostince, kde bylo možné přenocovat v posteli či na slámě. K hostincům náleželo obvykle hospodářství, které poskytovalo drobné pohoštění.

Teprve až v 19. století je možné nalézt ubytovací zařízení, které bylo obdobné s hotelem dnešní doby. Rozmach prvních hotelů byl zapříčiněn větším počtem cestovatelů, kteří mohli cestovat rychleji díky rozvoji železničních sítí. Oproti hostincům ze 14. století, musely tyto hotely dbát na dodržování předpisů týkajících se hygieny a předpisů pro personál. (Křížek & Neufus, 2011)

2.7.1 Green management

Poskytovatelé ubytovacích a stravovacích služeb produkují odpad ve velké míře, a tak bylo třeba vytvořit určitou prevenci za pomoci vývojových procesů, které jsou přesunuty do provozu. V této souvislosti, z těchto důvodů vznikl greenmanagement. (Hassanien & Dale, 2013)

Toto anglické spojení v překladu znamená „zelené řízení“ a jde v podstatě o takové postupy, které jsou šetrné k životnímu prostředí nebo využívají přírodní materiály, redukují negativní dopady na životní prostředí a šetří přírodní zdroje. Jde o snahu propojit ekonomii s ekologií a lidským povědomím, a na tomto základě vytvořit novou filosofii pro řízení podniků. (MMR, 2017)

Jedná se o zásady udržitelného rozvoje, na kterých je třeba dlouhodobě pracovat. Hlavní prioritou je redukovat zdroje a předcházet vzniku, nového odpadu, což je řešeno např. nahrazením krátkodobých plastů těmi dlouhodobými, jež se dají využívat několikrát. Za green management by měla být zodpovědná konkrétní osoba nebo úsek v podniku, který bude mít v této problematice dostatečné zkušenosti a bude schopen je předávat ostatním zaměstnancům a tím je i motivovat. Především by tato myšlenka měla vzejít od top managementu. Tým pracovníků, kteří „zelený program“ mají za úkol, by měl mít jasně stanovený cíl, kterého chtějí dosáhnout a pomocí jakých metod. Měl by umět dobře organizovat, vést lidi v organizaci k stanovenému cíli a mít praxi v této problematice. Po zavedení opatření v podniku by měly být postupy vyhodnoceny a stavy zaměřené na ochranu životního prostředí by se měly dlouhodobě monitorovat a odhalovat případné chyby. (Hassanien & Dale, 2013)

Nejen že zavedení tohoto managementu v ubytovacím zařízení je ekologické, navíc dokáže snížit energie až o 40 %, více motivuje zaměstnance, kteří se mohou jednotlivě zapojit do ekologických programů, ale také tím podniky získávají větší respekt u svých hostů. (Křížek & Neufus, 2011)

Oficiální označení pro šetrné služby a produkty získávají provozovatelé za pomoci certifikace. Vzhledem k ostatním evropským státům, v České republice není certifikace tak populární jako např. ve Francii, Rakousku nebo Německu. Některé podniky využívají opatření pro šetrné zacházení k životnímu prostředí i bez této oficiální certifikace. Více než místní návštěvníci oceňují tyto programy zahraniční turisté. Provozovatelka UZ, která získala certifikaci pro svůj hotel, nyní již o značky však zájem nemá, ale stále využívá opatření, šetřící přírodu a tvrdí, že hosté vnímají i tak

ekologický přístup při poskytování služeb jako nadstandardní a oceňují jej. Naopak vedoucí jiných UZ říkají, že jejich hosté vnímají tato opatření jako zbytečná. Názory se tedy rozcházejí, ale je jisté, že je zapotřebí více rozvíjet ekologické přístupy při poskytování služeb jak v ubytování, tak ve stravování a to vzhledem k udržitelnému rozvoji. (HOREKA, 2018)

2.7.2 Dělení ubytovacích služeb

Hlavním cílem ubytovacích služeb je nabídnout turistům přechodné ubytování v cílových destinacích. Bývají obvykle spojeny se stravovacími službami, ale nabízí také doplňkové služby, které mohou hosté v souvislosti s ubytováním využívat. Ubytovací zařízení lze dělit na hromadná, která lze zařadit do několika tříd a kategorií, a ubytovací služby individuální. (Hesková, 2011)

Hromadná ubytovací zařízení lze začlenit do několika kategorií a to dle vybavení a poskytovaných služeb:

- Hotel je zařízení poskytující přechodné ubytování hostům nejméně v 10 pokojích.
- Motel poskytuje stejné služby jako hotel, akorát je zaměřen na služby pro motoristy, jimž je zároveň poskytováno parkování v bezprostřední blízkosti.
- Botel je ubytovací zařízení, které je trvale zakotvené. V kajutě jsou obvykle jedno až dvě lůžka.
- Penzion poskytuje srovnatelné služby jako hotel, ale bývá zaměřen spíše na útulnější a klidnější požadavky a obvykle poskytuje omezený rozsah služeb.
- Turistická ubytovna již poskytuje poněkud méně komfortu, jedná se o zařízení s větším počtem lůžek
- Chatová osada je zařízení, kde je ubytování poskytováno v objektech provozovatele.
- Kemp je zařízení, kde jsou hosté ubytováni ve vlastních zařízeních, kterými mohou být stany, karavany, apod. Případně je možné se ubytovat v objektech provozovatele, v chatách, trvale přistavených přívěsech, srubech či bungalovech.

Pro roztřídění a vyznačení jasného charakteru ubytovacích zařízení se postupně vyvíjela již od roku 1919 klasifikace, která má za úkol sjednocovat jednotlivá zařízení a to dle úrovně a druhu poskytovaných služeb. Je zcela dobrovolná a slouží provozovatelům k zařazení provozovny do správné kategorie. Také pomáhá provozovatelům stanovit

požadavky pro jednotlivé třídy. Hostům by měla garantovat záruku a kvalitu všeobecných služeb. Zařízení jsou dle požadavků rozřazena do následujících 5 tříd. Jednotlivé třídy mohou získat určitý počet hvězdiček, které jsou typické pro hodnocení kvality služeb, tedy pro klasifikaci UZ. (Cestovní ruch, 2018)

- Kategorie Tourist *
- Kategorie Standard **
- Kategorie Komfort ***
- Kategorie First Class ****
- Kategorie Luxus *****

Přehled tříd, do kterých mohou být zařazeny jednotlivé typy ubytovacího zařízení, ukazuje tabulka č. 1.

Tabulka 2: Základní rozdělení veřejných ubytovacích zařízení do kategorií a tříd

Typ (kategorie) ubytovacích zařízení	Třída				
	*	**	***	****	*****
Hotel	*	**	***	****	*****
Hotel garni	*	**	***	****	
Motel	*	**	***	****	
Botel	*	**	***	****	
Penzion	*	**	***		
Turistická ubytovna	*	**			
Chatová osada	*	**	***		
Kemp	*	**	***	****	

Zdroj: Houška a kol. 2009

Ubytovací zařízení, která nelze zařadit do veřejného ubytování se nazývají individuální. Tato zařízení jsou nezávislá a často bývají využívána i jako druhý domov vlastníků. Je možné je rozřadit následovně:

- *Vlastní příbytek zahrnuje rekreační chaty, chalupy a domy užívané členy domácnosti.*
- *Ubytování poskytované zdarma přáteli nebo příbuznými zahrnuje soukromé domy nebo jiné jednotky bydlení, kde přátelé či příbuzní dovolují turistům pobývat bez poplatku.*

- *Pronajímané pokoje v rodinných domech se liší od penzionu tím, že turisté tráví pobyt s rodinou, která v něm bydlí a platí jí nájemné.*
- *Bydlení pronajaté od soukromníků přímo nebo prostřednictvím profesionálních agentur zahrnuje dočasně pronajaté vily, domky nebo apartmá s celým vybavením pro účely turistického ubytování.*
- *Jiný typ individuálního ubytování zahrnují okrajové druhy ubytování jako např. ubytování na lodích v neoficiálních kotvištích. (MMR, 2017)*

Kemp je typ UZ, bez kterého by se těžko mohlo vyvinout nové vylepšené ubytování glamping, poskytující turistům možnost přechodně se ubytovat. Pro ubytování lze využít vlastní zařízení jako např. stan nebo obytný přívěs. Případně provozovatelé kempů poskytují objekty k přenocování, kterými jsou chaty, bungalovy, či sruby. Na základě poskytovaných služeb mohou získat 1 - 4 hvězdičky, které značí úroveň poskytování služeb. Poskytované služby jsou v kempech minimální, využívané jsou především ne tak náročnými klienty. (Hladká, 1997)

Pro možnost postavit vlastní zařízení je v kempech určený prostor, celý objekt kempu bývá ohraničen. Na základě udělených hvězdiček, jsou v kempu zajištěny restaurace, prodejny se základními potravinami, dětská hřiště, společenské místnosti s TV apod., sportoviště, bazény a jiné. (Cestovní ruch, 2009)

V roce 2018 bylo v ČR 515 kempů, z toho největší koncentrace je v Jihočeském kraji. Kempy zaznamenávají meziroční nárůst ubytovaných osob. (ČSÚ, 2018)

Jak bylo zmíněno v předchozí kapitole, turisté chtějí stále více poznávat nové věci. A tak se z obyčejného kempování začal formovat nový trend, tzv. glamping, který umožní turistům větší komfort při kempování.

2.8 Glamping

Glamping, neboli luxusní kempování, je v Oxfordském slovníku popsán následovně. „*Forma kempování zahrnující ubytování a zařízení, které jsou luxusnější než ty, které jsou spojeny s tradičním tábořením.*“ (Oxforddictionaries, 2019)

Vyvíjel se z klasického kempování, které je nejčastěji využíváno pro outdoorové výlety a jde o nejdostupnější možnou variantu ubytování. Odborníci se také shodují, že pobyt v přírodě má pozitivní vliv na emocionální a fyzický stav člověka. Podle amerického výzkumu se v USA a Kanadě stále více a více rozvíjí jak kempování, tak samotný

glamping. Je více domácností, které vyražejí kempovat, ať už s dětmi nebo bez nich. Velký zájem o kempování je spojen s potřebou spojit se více s přírodou. Potřeba vyzkoušet kempování s jedinečným ubytováním láká především mileniály. Toto označení se vztahuje na generaci jedinců narozenou ke konci 20. Století. Důležité ale je, že tato skupina během svého dospívání využívala nové technologie a typicky využívá sociální sítě pro komunikaci s okolním světem. Mileniálové se vyznačují optimismem a potřebou realizovat své sny. (Forbes, 2018)

Tento nový trend vznikl jako vylepšené kempování, protože klasické kempování, které je spojeno s jistým nepohodlím, není zcela pro každého. Ovšem tento nový způsob ubytování propojuje pobyt v přírodě s luxusním pohodlím a nevšedními zážitky. Je to způsob jak si nejlépe užít atraktivní přírodní lokality a zároveň respektovat přírodu. Glamping je také spojen se stravováním, které si mohou hosté dopřát v přírodě za obvyklého využití regionálních potravin. Propojují se zde moderní technologie s dřívějším vybavením a tradicemi. (Inspired camping, 2019)

Rozvoj glampingu lze také spojit s rozmachem masového cestovního ruchu, kdy si spousta cestovatelů začala uvědomovat, jaké dopady má CR na přírodu, a přeplněnost některých destinací, tzv. overturismus, který začíná být problém u čím dál více destinací. V souvislosti s tím se také začal rozvíjet eko - turismus a samotný glamping, který přitahuje především milovníky přírody. Pro samotné ubytovací jednotky je obvykle užíván přírodní materiál, nebo se jedná o zrenovované, již nevyužívané objekty. (Glampinghub, 2018)

Turisté ubytovávající se v těchto zařízeních sebou nemusí vozit žádné vlastní vybavení. A během pobytu jsou jim poskytovány příjemné podmínky. Oproti normálním kempovacím zařízením, jsou zde stany, ve kterých je možné se normálně postavit a pohybovat se v nich, a jsou jednoduše vybaveny.

Průkopníky této formy ubytování jsou země jako Tanzánie, Namibie, Thajsko, Malajsie a Bali. Později byla tato tradice šířena také v Evropě. Jako příklad lze uvést summit Oblasti zlatého plátna, který se konal v roce 1520, kdy bylo ve Francii vystaveno téměř 3000 stanů. Mnoho z nich bylo luxusně vybaveno a vyzdobeno. Avšak více byla tato tradice rozšířena v Africe, když se američtí a evropští cestovatelé vydávali na výlety do Safari a nechtěli se vzdávat pohodlí domova, proto byly safari stany modernizovány. (Love, 2019)

2.8.1 Ubytovací jednotky

Glamping nabízí ubytování v několika speciálních ubytovacích jednotkách. Každá z nich nabízí jedinečný zážitek a jsou vystavěny v souladu s okolím. Ubytování je poskytováno v různých mobilních ubytovacích jednotkách, jurtových stanech, teepee, treehousech apod.

- Safari stany byly vyvinuty v Africe pro návštěvníky luxusních výletů. Jejich konstrukce je stabilnější než u klasických stanů a jsou tedy těžce přenositelné. Stany jsou prostorné a některé mají i více místností s okny.
- Treehouse nabízí neobvyklé ubytování v korunách stromů, kde je malý domeček postaven mezi větvemi stromů. Je to tedy ubytovací jednotka v absolutní symbioze s přírodou.
- Teepee je tradiční forma glampingu. Jde o kulatý stan z tkaniny.
- Komfortní chaty/ekochaty jsou dřevěné designové chatky, kde je více místností i s kuchyní a koupelnou
- Sudy nabízejí ubytování v předělané dřevěné konstrukci sudů, které mají vlastní vchod a obvykle se skládají ze dvou místností.

Mimo výše uvedené existuje po světě mnoho dalších ubytovacích jednotek, které spadají pod ubytování glampingu, jsou to např. předělané staré autobusy, pojízdné maringotky, iglú apod. (Glamping, 2018)

2.9 Glamping v ČR

Jako příklad pro ukázkou glampingu v ČR stojí za zmínění resorty, jako jsou například Dobčické rybníčky nedaleko Českých Budějovic, Teepee a Spa Piskočely nebo Safari Dvůr Králové. Resorty se vyznačují specifickým místem v přírodě, velmi často není využita elektřina a vodní zdroj je čerpán z místních vod. Je zde kladen důraz na ekologii a udržitelnost místa.

Dobčické rybníčky

Neobvyklé ubytování na vodní hladině se nachází nedaleko vesnice Holašovice. Je zde nabízeno ubytování v luxusních ekochatkách a jednom treehousu. Chatky jsou z části situovány na vodě a u každé z nich se nachází jeden rybník.

Jak bylo zmíněno, ubytovací jednotky jsou budovány v absolutním souladu s přírodou, jsou tedy bez přívodu elektřiny. Pro ohřev vody a pro vytápění slouží kamna s varnou

plochou. Osvětlení je zajištěné solárními lampami a ručními lucernami. Pro osprchování se čerpá užitková voda z rybníků a ke každé chatce patří suchý záchod. Hosté mohou využít vory, které k chatkám náleží. Na jednom z rybníčků je ostrůvek se zázemím a saunou. Chatky mají obvykle 2 patra s obývacím pokojem a vybavenou kuchyní a poslouží pro 2-5 osob. Jedna z chatek je plovoucí, tudíž se dá umístit kdekoliv na rybníce. (Dobčické rybníčky, 2018)

Safari Dvůr Králové

Safari kemp nabízí ubytování v bungalovech, anebo safari stanech. Ubytovací jednotky jsou vystavěny nad výběhy afrických zvířat. Cílem je navodit atmosféru opravdového Safari. Stany s více místnostmi a terasou disponují také vlastním sociálním zařízením. Hosté mají během svého pobytu volný vstup do zoo. (Safaripark, 2016)

2.10 Glamping v zahraničí

Glamping je rozšířen téměř po celém světě. Vzhledem k specifické fauně a floře je velmi rozšířen v Africe či Indonésii, ovšem jednotlivé ubytovací jednotky lze nalézt v podstatě na každém světovém kontinentu. Pro tento přírodní způsob ubytování není zapotřebí divoké přírody, na což poukazuje i fakt, že je silně rozšířen také v Evropě.

Několik ubytovacích jednotek, které nabízejí ubytování v tzv. bublinách, najdeme na Islandu, ve Velké Británii a ve Francii. Ubytování ve stanech na plážích je zase poskytováno např. v Itálii či Španělsku. V hluboké divoké přírodě je zase možné se ubytovat v Portugalsku. Stejně tak v Německu či Dánsku je možné najít mnoho ubytovacích zařízení tohoto typu. (ERV, 2019)

Tabulka 3: přehled glampingových jednotek v Evropě

	Stany	Chaty	Teepee	Treehouse	Autobusy, vagóny	Celkem
Chorvatsko	2	5	1	1	0	9
Švýcarsko	0	1	0	1	0	2
Itálie	10	5	0	3	3	21
Portugalsko	10	4	3	2	0	19
Slovinsko	5	4	0	1	0	10
Island, Švédsko, Norsko, Finsko	0	4	1	0	1	6
Nizozemí, Belgie	0	2	0	0	0	2
Velká Británie	16	14	0	1	7	38
Španělsko	10	5	0	0	2	17
Francie	8	4	0	2	4	18
Litva, Estonsko	2	1	0	0	0	3
Řecko, Turecko	4	3	0	1	0	8
Maďarsko	1	1	0	0	0	2

Zdroj: Glamping, 2018

Existují webové stránky zabývající se glampingem, snaží se představit co největší množství glampingových konceptů na každém kontinentu. Pro Evropu je zde představeno necelých přes sto konceptů. Je možné zde najít i český koncept Dobčické rybníčky. Z předchozí tabulky je zřetelná největší koncentrace glampingu v zemích Velké Británie, Itálie, Portugalska, Francie a Španělska. Pro Španělsko je typické umístění ubytovacích jednotek na pobřeží nebo v národních parcích. (Glamping, 2018)

Camping Bled

Pro ukázkou evropského glampingu lze uvést Kemp Bled, který leží nedaleko Bledského jezera na Slovinsku. Při výstavbě se kladl důraz na přírodu, a tak byl na stavbu ubytovacích jednotek použit materiál z místních přírodních zdrojů. Koncept je založen na původní podobě přístřešků, které dříve využívali výrobci dřevěného uhlí. Je zde několik ekochatek a některé z nich mají jednu stěnu zcela prosklenou, aby bylo udrženo souznění s přírodou. K chatkám náleží dřevěná kád', pomocí které se ohřívá voda a obecně celý koncept klade důraz na ekologii. (SavaCamping, 2016)

Zahraniční koncepty jsou oproti českým více propracovány. V zahraničí je glamping spojen s luxusem 4 hvězdičkových hotelů, umístěných v přírodě s využitím přírodních

materiálů, kdežto v ČR se převážně jedná pouze o ubytování. A to v takových ubytovacích jednotkách, které splývají s přírodou a jsou odlišné oproti obvyklému ubytování. UZ jsou také specifické přívětivým a ohleduplným přístupem k životnímu prostředí, kdy většina glampingových konceptů vůbec nevyužívá elektřinu, třídí odpad, využívá solární elektřinu apod.

3 Cíl a metodika práce

Bakalářská práce na téma Glamping jako nový trend v ubytovacích službách se skládá ze třech částí. V teoretické části jsou vysvětleny základní pojmy spojené s tématem, které byly čerpány z odborné literatury a využity pro zbylé části bakalářské práce. Analytická část práce zkoumá možný rozvoj glampingu v dané lokalitě na základě dotazníkového šetření. V poslední části je vyhodnocena situace v ČR a navrhnout nový koncept.

3.1 Výzkumná metoda

Pro práci byla vybrána metoda písemného dotazníkového šetření, které probíhalo u respondentů ve zkoumaném kempu Fuego na Kokořínsku, kde se konají kurzy vaření. Osloveno bylo celkem 119 účastníků kurzů během léta roku 2018. Respondenti odpovídali na 17 otázek, které se týkaly povědomí účastníků o glampingu a jeho možném rozvoji v této oblasti. Byly použity otázky uzavřené i otevřené. Zároveň byly položeny otázky týkající se potřeby a očekávání zákazníků. Cílem dotazování bylo vyvrátit nebo potvrdit stanovené předpoklady, na základě kterých by bylo možné realizovat nový glampingový koncept.

Dále bylo pro práci využito také osobní rozhovor, který probíhal s provozovatelem kurzů Fuego. Cílem bylo dozvědět se základní informace o dané lokalitě a kurzech.

3.2 Předpoklady a cíle výzkumu

Předpoklady výzkumu:

- Účastníci kurzů budou mít zájem rozšířit kurzy vaření o ubytovací jednotky glampingu.
- Zájemci budou ochotni zaplatit za ubytování vyšší ceny, než je pro kempování obvyklé.

Primární cíle výzkumu:

- Představit a analyzovat rozvoj glampingu.
- Zjednodušeně navrhnout nový koncept.

4 Analýza situace v ČR

Oproti konceptům v zahraničí je většina těch českých založena na částečně jiné bázi. V podstatě všechny jsou umístěny v přírodních lokacích a velká většina nevyužívá elektřinu. Rozdílem ale je, že oproti zahraničním zařízením, ty české poskytují obvykle pouze ubytování. Nedá se tedy říci, jak by možná někteří očekávali, že se jedná o služby jako ve 4 hvězdičkových hotelích pouze v přírodě. Není zde většinou poskytováno jiné stravování, kromě snídaně. Ubytovací jednotky jsou ale vystaveny v luxusním stylu a součástí bývá jednoduché kuchyňské vybavení a slouží především k přenocování a ubytování v soukromí, v neobvyklých prostorech, poskytujících určitý zážitek.

Např. Treehouse ve Volarech provozuje město Volary a jediné co poskytují kromě ubytování, je možnost připlatit si za dovezení snídaně. Stejně tak tomu je v uvedeném konceptu Dobčické rybníčky, kde je nabízena pouze možnost dovést snídaně, případně svačiny. Je zde ale možnost využít gril a provozovatelé doporučují nedalekou hospodu, odkud je možné pravidelně jídlo dovážet.

V následující tabulce jsou uvedeny některé z českých konceptů a služby, které jsou v nich poskytovány, typy ubytovacích jednotek, cena apod. Nejvíce jsou u nás rozšířeny treehousy. Existuje projekt, který vystavuje treehousy a poskytuje ubytování. Jen pod tento projekt spadá 8 treehousů v ČR, poskytujících ubytování v různě velkých ubytovacích jednotkách. Dalších 14 treehousů, spadajících pod tento projekt, bylo vystaveno pro soukromé osoby. Některé jsou využívány speciálně pro školy v přírodě. Ke každému z dřevěných domečků náleží malá terasa pro venkovní posezení. Dále jsou v ČR nejvíce rozšířeny chaty a bungalovy, které jsou oproti klasickým chatám v kempech, zařízeny v luxusním a moderním stylu. (Trehouses.cz, 2019)

Tabulka 4: Přehled glampingových zařízení v ČR

Název UZ	Druh UZ	Cena noc./2osoby	Sezónnost	El. Připojka	Doplňkové služby	Stravování	Typ glampingu
Vinařství pod hradem	Sudy a chaty	2200,-	1.3.-30.11.	Ano	Prohlídky vinic, vinný sklep	Snídaně	Luxusní
Safari Dvůr králové	Bungalovy, stany a treehouse	2000-3000	Celý rok	Ano	Vstup do Zoo, gril k zapůjčení, wifi, TV, lednice, konvice	Bar, pivovar, bufet	Luxusní
Včelín	Chaty	1200,-	Celý rok	Ne	Ozdravné procedury	Ne	Klasické
Dobčické rybníčky	Chaty	1790,-	Celý rok	Ne	Rybaření, sauna, gril k zapůjčení	Snídaně	Luxusní
Treehouse pod Ještědem	Treehouse	3600,-*	Celý rok	Ne	Ohniště, konvice, vaříč, chladicí box	Snídaně	Luxusní
Teepee a Spa Pyskošely	Treehouse, Teepee	3900,-*	Celý rok	Ne	Tenisový kurt, půjčovna kol, spa, lednice, kuchyňské vybavení	Gril master na objednávku	Luxusní
Kemp Děčín	Chaty	800,-	1.1.-31.10.	Ano	Půjčovna kol, wifi, dětské hřiště, sušička, pračka	Restaurace	Klasické
Treehouse Volary	Treehouse	1800,-	Celý rok	Ne	Žádné	Snídaně	Spíše luxusní

* cena včetně snídaně

Zdroj: Vlastní zpracování, 2019

Existují taková zařízení, jejich primárním cílem není poskytovat ubytování. Např. podnikatel Jan Nekovář, provozuje zážitkové vzdělávací a relaxační středisko, které se zabývá environmentálními problémy. Pracuje na projektech, které se zabývají ochranou přírody a tvorbou ekosystémů. Pro školení a tvorbu zmíněných projektů zrekonstruoval starý statek, při kterém vybudoval dodekaedr, který je zřízen v jednoduchém styl a tvoří prostor pro školení. Školení zde využívají velké společnosti jako např. T-mobile. Záměrem objektu je poskytnout prostředí pro školení v přímém harmonickém kontaktu s přírodou. Objekt se svými tvary podobá iglú, což je jedna z ubytovacích jednotek po světě využívaná pro poskytování glampingu. K přenocování během školení slouží teepee, které mají doplňovat zážitek během kurzů. Jak sám provozovatel říká, objekty odpovídají americkému „Luxury camping“. Vzhledem k tomu, že provozovatelé zaznamenávají velký zájem o glamping a spolupráci jim nabízí okolní vlastníci luk a lesů, mají v budoucnu v plánu s těmito myšlenkami pracovat. Např. v následujícím roce mají v plánu vybudovat „chatrč“ pouze z hlíny

a větví nebo také postavit objekt, kde bude možné přespat u včel. (Hospodářské noviny, 2019)

Fakt, že cena pro hosty nehraje tak významnou roli a prioritou je především zážitek, potvrzuje absolutní obsazenost ubytovacích zařízení. Např. Dobčické rybníčky mají do listopadu nezarezerovaných pouze 8 dní v týdnu, veškeré víkendy jsou do konce roku 2019 obsazeny. Pouze v listopadu a prosinci zbývá několik volných termínů, kdy je možné ubytování využít.

Ještě o něco více je vytížen objekt Teepee a Spa Pyskočely, kde je volných pouze 8 dní v listopadu a prosinci, jinak jsou ubytovací jednotky během celého roku zcela vytížené. I přes větší množství ubytovacích jednotek je téměř plně obsazené ubytování v luxusním kempu v Safari ve Dvoře Králové.

Mimo ubytování není poskytován ani nijak zvláště velký servis ostatních služeb, jak je tomu např. u některých zahraničních konceptů. S tím se pojí fakt, že cílem českých hostů je především zážitek z neobvyklého ubytování v moderní a zajímavé výstavbě která je však přímo pojena s přírodou a dává tedy hostům možnost úniku z každodenního stresu.

Zahraníční koncepty mají obvykle větší počet ubytovacích jednotek na jednom místě. Naopak u nás, je častěji poskytován pouze jeden objekt, např. treehouse, který mohou zájemci využít. Provozovatelů, kteří nabízejí větší počet ubytovacích jednotek na jednom místě, je v ČR jen málo a jsou to v podstatě, zmíněné koncepty Dobčické rybníčky, Teepee a Spa Pyskočely, Savafi Dvůr Králové nebo např. Vinařství pod hradem.

4.1 Zkoumaná oblast CHKO Kokořínsko

Kokořínsko neboli takzvaný Máchův kraj, se rozkládá ve Středočeském, Libereckém a Ústeckém kraji. Patří mezi české oblasti nabízející malebnou krajinu. Chráněná krajinná oblast vymezuje území a má za úkol chránit a obnovovat přírodu, především tedy živočichy a rostliny. Jejím úkolem je také dbát na zachování charakteru krajiny. Oblast dominuje širokou nabídkou sportovních a poznávacích aktivit, rozšířená je zde pěší a cykloturistika. (Ochrana přírody, 2014)

4.1.1 Kulturně-historické památky

I přesto, že je Kokořínsko spojováno s krásnou přírodou a velkým počtem tras pro pěší a cykloturistiku, nachází se zde také velké množství historických památek. Je zde

několik hradů, zámků či zřícenin. Pro Kokořínsko je nejtypičtější hrad Kokořín, který se tyčí na pískovcových skalách. Neméně známý je zámek Kokořín, vystavený v barokním stylu. Vyhlídku na kraj, ve kterém vznikalo dílo Kytice českého spisovatele K. J. Erbena, nabízí gotický hrad Bezděz, který nikdy nebyl zničen a je zachován v původní podobě. Zámek Mělník ve stejnojmenném královském městě nabízí pohled na soutok řek Labe a Vltavy. Stejně jako Kokořín i hrad Houska se vypíná na pískovcových skalách. (Hrad Kokořín, 2012)

Kromě historických památek je v oblasti značně zastoupena lidová kultura. Nachází se zde velké množství vesnických památkových rezervací. Roubenky a chalupy jsou ideálně propojeny s rozmanitou krajinou této oblasti.

Oblast Kokořínska, se považuje za tzv. místo „druhého bydlení“. To znamená, že sem lidé jezdí převážně na chalupy a jedná se tedy více o rekreační oblast, než o obytnou. (Vystoupil & Šauer, 2011)

4.1.2 Příroda

Co se přírodních zajímavostí týče, je tato oblast nejbohatší v ČR na rokly, věže a jiné útvary. Na Kokořínsku se nachází tzv. Čertovy hlavy, což jsou pískovcové sochy, jejichž rozměry jsou pro Česko unikátní. V okruhu několika kilometrů jsou do skal také vytesány postavy českých dějin a 10 metrový had. Pozoruhodný přírodní útvar Pokličky se nachází v Kokořínském dole. Jedná se o 12metrové sloupce z pískovce, které jsou pokryty poklopy. (Kudy z nudy, 2019)

4.1.3 Pěší a cyklotrasy

V Čechách obecně došlo k nárůstu cyklistů a tak bylo nutné začít budovat více nových cyklostezek. Konkrétně Kokořínsko je protknuto hned několika stezkami jako např.

- Cyklotrasa Severní Kokořínsko,
- Cyklotrasa Zajímavosti Kokořínska,
- Cyklotrasa Mšenský potok přes Housku.

Pěší turistika je zde v podstatě neomezená, jelikož se zde nachází nespočet různých cest a stezek, např.:

- Z Kokořínska na Housku,
- Okolím Kokořínska,
- Okruh kolem pokliček.

Trasy pro pěší i cykloturistiku, jsou různé náročnosti a vzdálenosti. (Hrad Kokořín, 2012)

4.1.4 Ubytovací služby

V oblasti Kokořínska, konkrétně v okrese Mělník, se nachází přibližně 45 zařízení poskytujících ubytování. Převažují zde především penziony, apartmány, chaty a dále zde najdeme samozřejmě několik hotelů. Kempy se zde nachází 4 a z toho 1 tábořiště. Velikost ubytovacích zařízení se odvíjí od velikosti okolních měst. (Kokořínsko, 2018)

Již bylo zmíněno, oblast je využívána pro druhé bydlení. V souvislosti s tímto faktem zde není nijak vysoce zastoupena pobytová funkce CR, což je důsledek krátkodobé návštěvnosti. Rekreatanti využívají pro návštěvu oblasti druhé bydlení namísto hromadných UZ, kterých zde není mnoho, vzhledem k potenciálu této oblasti. Na základě demografických studií je očekáván stále vyšší nárůst druhého bydlení a pokles trvale žijících obyvatel. (Vystoupil & Šauer, 2011)

4.2 Představení kempu Fuego

Fuego je kočovná škola vaření, nabízející kurzy vaření, provozované v úzké blízkosti vesnice Lhotka u Mělníka a založena byl v roce 2018.

U vzniku tohoto konceptu stál Marek Pavala, který je zkušeným kuchařem, jenž se učil od českých, ale i zahraničních kuchařů. Po úspěchu v kuchařské soutěži Masterchef, kde se v roce 2012 umístil na 3. místě, spolupracoval s michelinskými kuchaři. Pracoval v restauracích v Praze, ale také vařil pro zahraniční filmové hvězdy. Velkým úspěchem a zajímavostí je, že se Marek dostal na post šéfkuchaře v týmu Arnolda Schwarzeenggera. Při svém soukromém vaření se věnoval také cateringu. Po spolupráci s TV Mňam, kde působil v pořadu Tetovaný chef, se zrodil nápad na vlastní koncept, kde by umožňoval učit se vařit v přírodě tzv. „na divoko“. (CampFuego, 2018)

Nový koncept byl založen na základě potřeby odpočinout si od hektického života, relaxovat a dostat možnost vnímat skutečné hodnoty života, a to v přírodě. Místo, kde kurzy probíhají, není nikde uvedeno. Jak provozovatel kurzů říká, „*je důležité, aby si místo udrželo svou auru*“ a aby byl účastníkům poskytnut opravdový klid a harmonie, celý kurz probíhá v přímém kontaktu s přírodou. Prostor je obklopen lesy, rybníky a loukami Kokořínska.

Během kurzů se hosté učí rozdělovat vlastní oheň pouze za pomoci křesadla a po celou dobu jej také sami udržují. Posléze si během dne hosté připravují veškeré potraviny,

které budou při vaření potřebovat. Šéfkuchař Marek je průběžně vede a radí jim s přípravami. Veškerá tepelná úprava pak probíhá na otevřeném ohni v kotlíkách a na litinových pánvích. Prostory kurzu jsou vybaveny yurtovými stany, které slouží jako hlavní hodovní síň, která je vybavena perskými koberci a kožešinami. Další část je tvořena yurtovou plachtou, jež je vybavena polštáři a koberci a slouží k odpočinku. Poslední stan slouží jako přístřešek při přípravě pokrmů v případě deštivého počasí.(CampFuego, 2018)

Obrázek 3: Hodovní síň Fuego



Zdroj: Fuego.cz, 2018

Fuego nabízí 4 kurzy, obvykle složené z 5 chodového menu. Pestré menu obsahuje pokrmy např. z mořských plodů, ryb, kachních prsou, ale také např. z vepřové hlavy.

Provozované kurzy:

➤ **Menu kurzu Ryby**

Tiradito z pražmy

Pstruh v litinové pánvi s česnekem a tymiánem

Domácí chléb pečený na žhavém uhlí, petrželové pesto a nakládaná cibule

Jeseter grilovaný nad otevřeným ohněm

Uzený lilkový kaviár s granátovým jablkem

➤ **Menu kurzu Mořské plody**

Grilované tygří krevety flambované na cognacu, domácí česneková aioli

Polévka z plodů moře

Mušle po námořnicku

Domácí, na ohni pečené tacos chobotnicí, limetkovým avokádem a pico de gallo

➤ **Menu kurzu Steaky**

Telecí tatarák s olejem z bílých lanýžů, křepelčím žloutkem a spálenými rajčaty

Argentinský steak Maminha

Houby shitake sbírané z dubových klád

Grilovaný chřest a „sauce vierge“

Hovězí veverka pečená na žhavém uhlí s chimurri a bramborou v popelu

➤ **Menu kurzu Taste the Fuego**

Karpáčo ze pstruha s petrželovým olejem

Hovězí picanha ve žhavém uhlí s omáčkou chimichurri

Pomalou pečené kachní prso na litinové pánvi, spálené papriky s mátou

Chobotnice z kotlíku, uzený lilkový kaviár s olivami taggiasca a granátovým jablkem

Pomalou pečený ananas s čokoládou, mučenkou a granátovým jablkem

Kurzy obvykle začínají v odpoledních hodinách a probíhají během celého dne v podstatě až do noci. Hosté mají téměř celý kurz ve svých rukou, učí se připravovat nové pokrmy, které potom sami v přírodě konzumují. Každý z účastníků může využít ubytování, které je poskytováno zdarma v malých áčkových stanech.

Obrázek 4: Kurz ryby



Zdroj: Fuego.cz, 2018

Kurzy probíhají v poklidném tempu celý den až do pozdních večerních hodin a není zde nabízeno jiné ubytování než malé áčkové stany pro dva. Nejedná se tedy o nijak komfortní ubytování. Kurzy jsou lákavé a zajímavé svou neobyčejností, kvalitou surovin, předaných zkušeností a propojením s přírodou. K této myšlence a dané lokalitě se ideálně hodí obohatit kurzy o stejně zajímavé a specifické ubytování napojené na přírodu. Proto dotazníkové šetření probíhalo právě v této oblasti, přímo na kurzech. Místo odpovídá destinacím, které jsou pro glampingové koncepty obvykle využívány.(CampFuego, 2018)

5 Vyhodnocení výzkumu

Na závěr byla získaná data pro praktickou část vyhodnocena v MS excel. Při vyhodnocení dotazníkového šetření byly potvrzeny, případně vyvráceny, zkoumané předpoklady. Na základě zjištěných závěrů byly navrženy základy pro nový koncept a to v souvislosti zjištěných informací od respondentů a možností provozovatelů.

Dotazníkové šetření probíhalo u účastníků kurzů Fuego, celkový vzorek tvořilo 119 respondentů, z toho 77 žen a 42 mužů. V následujících grafech lze nalézt výsledky šetření, na základě kterých je interpretován nový zjednodušený koncept.

Otázky na začátku dotazníku se týkaly pohlaví a věku. Kurzy bývají využívány i pro soukromé akce jako je např. loučení se svobodou, kdy se kurzu účastní pouze ženy a proto není překvapující, že větší počet respondentů tvořily ženy. Kromě pohlaví bylo

důležité zjistit věk účastníků, aby bylo možné zaměřit se na konkrétní segment a jeho požadavky. Největší počet účastníků byl ve věku 18 - 35 let, z toho bylo 49% respondentů ve věku 18-26.

Tabulka 5: Pohlaví a věk respondentů

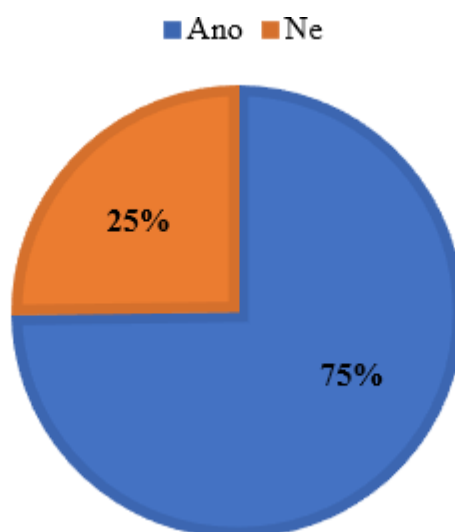
Pohlaví	18-26 let	26-35 let	35-44 let	44-53 let	Celkový počet
Muž	8	18	13	3	42
Žena	41	17	11	8	77
Celkový počet	49	35	24	11	119

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Otázka zjišťující, jak se respondenti dozvěděli o kurzech Fuega, byla uvedena z marketingového hlediska, aby bylo zjištěno, kde se o kurzech dozvěděli a kde je tedy důležité být nejvíce aktivní. Výsledkem bylo zjištění, že polovina z dotázaných kurzy zaznamenala na sociálních sítích, případně od svých známých. V poslední možnosti respondenti odpovídali, v případě že existenci Fuega zjistili jinde než na internetu nebo od svých známých. Zde bylo uvedeno 12 shodných odpovědí, kde bylo uvedeno, že kurz vaření byl věnován jako dárek.

Následující graf ukazuje, jaké procento dotazovaných již slyšelo o glampingu, jako formě ubytování. Většina respondentů má pojem o významu glamping. Není to nijak překvapivé, protože samotné kurzy probíhají v podobném duchu jako glamping, pouze se jedná o stravovací služby. Kurzy jsou provozovány v přírodě a to v naprosté harmonii s životním prostředím. Výsledky jasně ukazují, že většina účastníků kurzů již slyšela o tomto způsobu ubytování. Z výsledku je tedy možné říci, že lidé mají povědomí o tomto novém trendu, což bude mít dobrý vliv na jeho možný rozvoj.

Obrázek 5: Podíl respondentů mající povědomí o glampingu

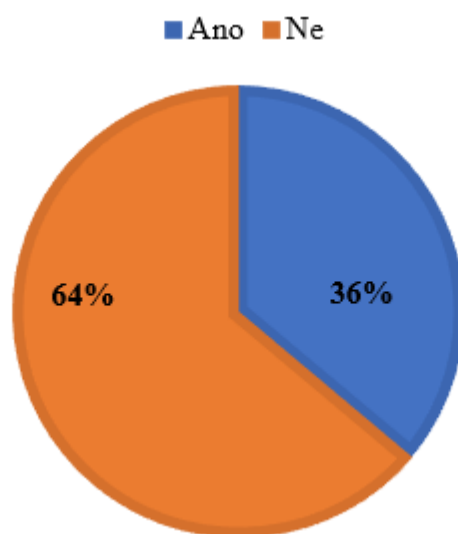


Zdroj: Vlastní zpracování, 2019

Jako další byla položena otázka, zdali již byl některý z respondentů ubytován v glampingovém prostředí a výsledek znázorňuje graf číslo 2. Více jak jedna třetina účastníků má vlastní zkušenosti s glampingem. Tento fakt poukazuje na povědomí lidí o tomto trendu. I přesto, že je tento trend relativně nový se tak setkává s poměrně velkým zájmem, což představuje dobrý potenciál pro budoucí vývoj v ČR.

Zásadním bylo zjistit, zdali by měli účastníci kurzů zájem o možnost ubytovat se v ubytovacích jednotkách, které odpovídají glampingu. Téměř jednoznačně se dotázaní shodli v názoru a jejich ochotě ubytovat se v pohodlném ubytovacím zařízení. Kurzy probíhají celý den a následně mohou hosté využít ubytování v malých stanech se skromnými rozměry. Pouhým 3% dotázaných stačí dosavadní nabídka ubytování.

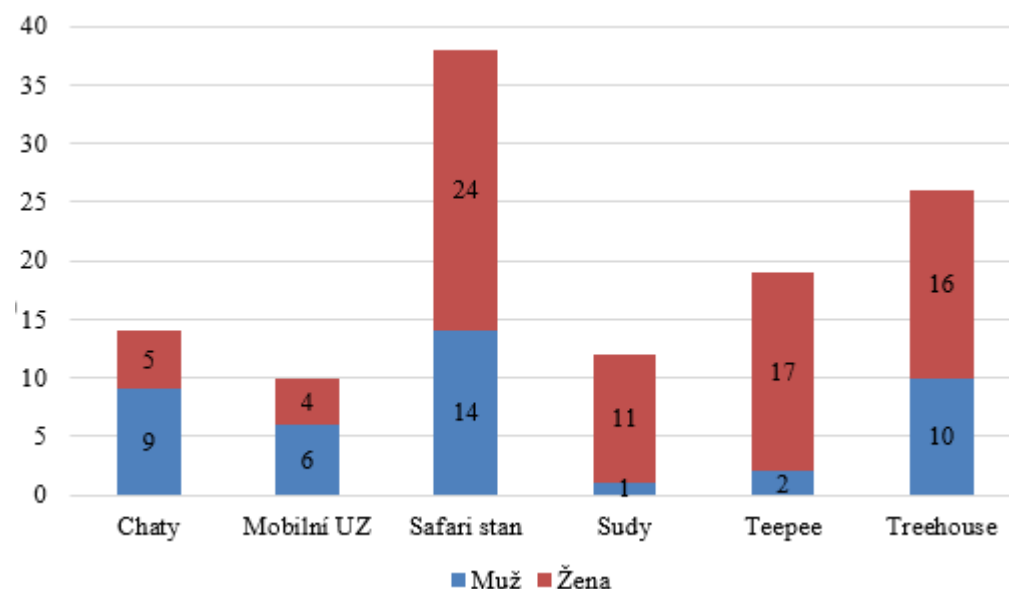
Obrázek 6: Osobní zkušenost s glampingem



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Jedna z nejdůležitějších otázek byla zaměřena na typ UZ, o které by měli respondenti největší zájem ve zkoumané oblasti. Na základě těchto výsledků bude primárně navržen zjednodušený koncept. Pro lepší představu dotázaných byly v dotazníku uvedeny obrázky konkrétních typů ubytovacích jednotek, popis jednotek je uveden v teoretické části.

Obrázek 7: Volba typu UZ na základě pohlaví



Zdroj: vlastní zpracování, 2019

U respondentů zvítězila možnost ubytování v safari stanech a treehousech. Safari stany odpovídají stylu, ve kterém je zařízeno prostředí kurzů a nejvíce se sem hodí. Jelikož ale prostředí kurzů probíhá u rybníka a prostory jsou obklopeny lesy, bylo by reálné v budoucnu vybudovat i některé jednotky ve stylu treehousů. Téměř vůbec žádný zájem nebyl o chaty mobilní ubytovací jednotky ani sudy. Sudy jsou obvykle využívány na vinicích. Tento typ glampingu je v České republice např. na vinicích na Pálavě ve Vinařství pod hradem, kam se také nejvíce hodí. Naopak chaty jsou běžně využívány v klasických kempech, a tak pravděpodobně nejsou tak lákavé jako ostatní zmíněné typy ubytovacích jednotek. Více o ně ale stojí muži, než ženy, které naopak stojí více o možnost ubytovat se v sudech.

Na předchozí otázku navazuje následující tabulka, ze které je naprosto jasné, že lidé, kteří chtějí využít glamping, mají odlišné motivy od návštěvníků klasických kempů. Primárním cílem není pouze přenocovat, ale zažít něco neobvyklého, jako je např. ubytování v ubytovacích jednotkách z předešlého grafu. Muži a ženy volili, jaký mají motiv pro využití glampingu, zda se jedná o zážitek, potřebu využívat nové a prestižní možnosti, případně jestli by byl někdo ochoten využít glamping pouze jako přenocování na cestách. A poslední možnost byla využití glampingu z důvodu možnosti sdílení tohoto zážitku na sociálních sítích, kdy tato možnost byla uvedena pro případné blogery a influencery apod.

Tabulka 6: Motivy pro glamping

Pohlaví	Prestiž	Přenocování	Sdílení na internetu	Zážitek	Celkový počet
Muž	13	4	2	23	42
Žena	31	1	8	37	77
Celkový počet	44	5	10	60	119

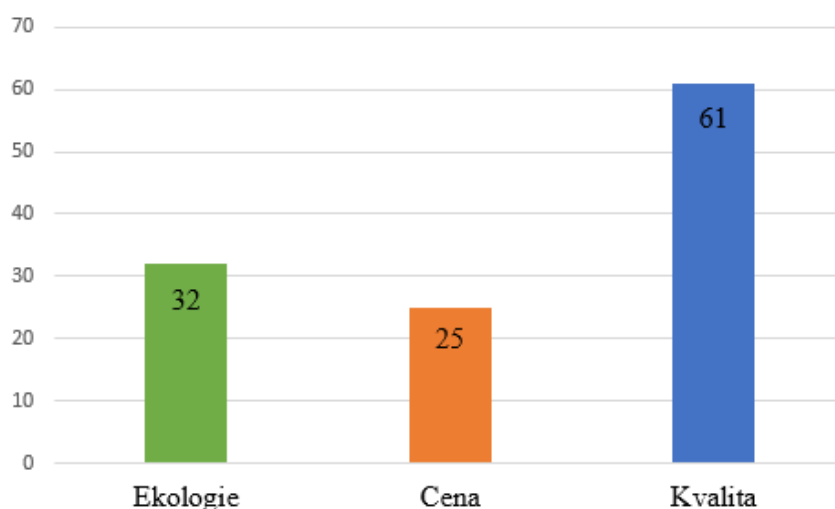
Zdroj: Vlastní zpracování 2018

Jak pro polovinu mužů, tak i pro polovinu žen je hlavním motivem zážitek a následně pak prestiž tohoto ubytování. Pouhých 6 % z celkových respondentů by bylo ochotno zažít glamping pouze pro případ přenocování. Takto nízký počet odpovědí se u této možnosti dal očekávat už vzhledem k cenám těchto ubytovacích jednotek. I přesto, že někteří z dotázaných byli při vyplňování dotazníku překvapeni možností odpovědi využití glampingu pro potřeby sdílení na internetu, 6 % z žen by využilo tento způsob

ubytování proto, aby glamping mohly sdílet na sociálních sítích. Ve výsledku je tedy jasné, že hlavní motiv je tedy zážitek a prestiž této formy ubytování.

Další otázka byla jako jediná otevřená, odpovědělo na ni 73 respondentů ze 119. Nikdo se nijak výrazně při zodpovídání dotazu nelišil. Otázka zněla „Pokud vnímáte glamping jako zážitek, popište vlastními slovy, co to pro Vás znamená.“ Všichni dotázaní převážně volili stejné odpovědi, ze kterých byl jasně viditelný vztah k přírodě, a to u poloviny odpovídajících. Pro ostatní znamená glamping neobvyklost či životní styl.

Obrázek 8: Aspekty hrající roli při využívání služeb



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

V teoretické části je uvedena souvislost glampingu s přírodou a ekologií. I těchto témat se dotazník týkal. Respondenti odpovídali na otázku, zda je pro ně při ubytování důležitá cena, kvalita nebo ekologie. Jedna z dalších otázek v tomto gardu byla zaměřena na regionální potraviny a místní výrobky.

Tabulka 7: Vnímání regionálních potravin a místních výrobků v souvislosti s cenou, kvalitou a ekologií

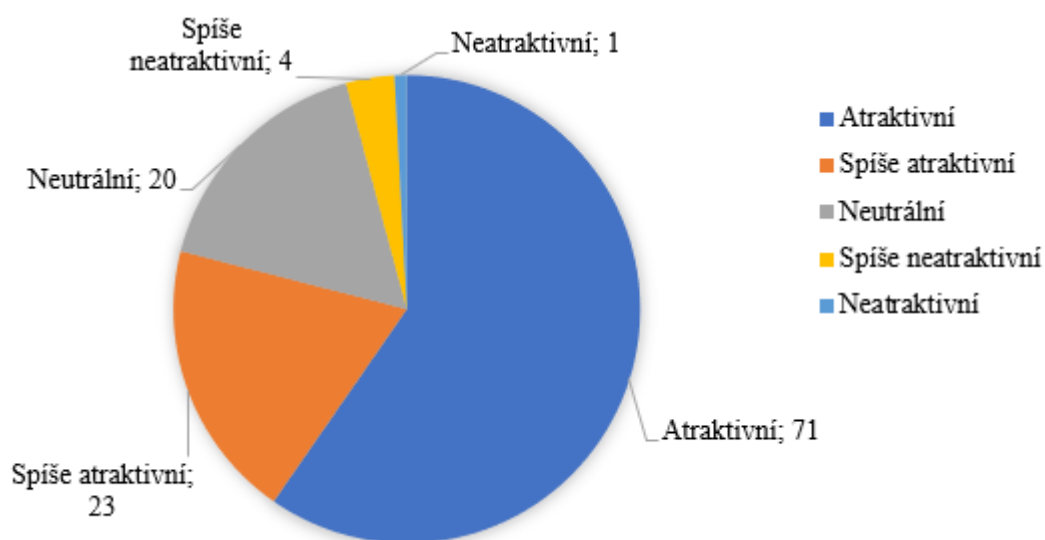
Důležitost regionálních potravin a místních výrobků	Cena	Ekologie	Kvalita	Celkový počet
Ne	6	4	22	32
Ano	19	32	36	87
Celkový počet	25	36	58	119

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Na výsledcích je zajímavé, že pro ty, kteří nekladou velký důraz na využívání regionálních potravin a místních výrobků, je nejdůležitější kvalita. Protože regionální potraviny se obvykle vyznačují právě kvalitou. Kdežto u respondentů, kteří při poskytování služeb oceňují, případně požadují, regionální potraviny a místní výrobky, je důležitá při volbě ubytování a stravování právě kvalita, ale také ekologické zaměření poskytovaných služeb. Nejslabší faktor pro rozhodování při volbě ubytování a stravování hraje cena. Nízká důležitost ceny potvrzuje fakt, že lidé, kteří chtějí zažít glamping jsou motivováni především zážitkem.

Pro možný rozvoj glampingu je také zásadní prostor, kde bude provozován. Místa pro provozování se obvykle vyznačují něčím specifickým a neobvyklým. Proto bylo důležité zjistit, jak respondenti vnímají okolní prostředí, zda je pro ně dostatečně lákavé a atraktivní.

Obrázek 9: Atraktivnost destinace

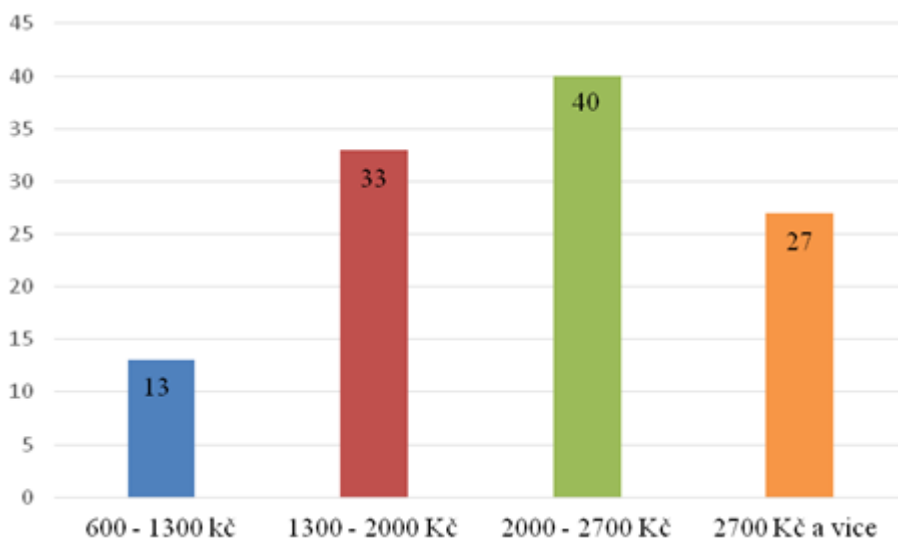


Zdroj: Vlastní zpracování, 2019

Z grafu je zcela jasné, že respondenti vnímají destinaci pro rozvoj glampingu jako dostatečně atraktivní. Výsledky odpovídají potřebě dotázaných, kdy většina chtěla glamping využít jako možný únik do přírody. Tuto potřebu destinace splňuje už jen tím, že leží v CHKO a nabízí nespočet turistických tras v malebné krajině a nespočet přírodních památek či úkazů. Na druhou stranu není ani vzdálená od větších center, od Prahy je Lhotka, kde kurzy probíhají, vzdálena necelou hodinu jízdy autem.

Nedílnou součástí dotazníkového šetření bylo zjistit, kolik by byli účastníci ochotni zaplatit za jednu noc pro 2 osoby, v jedné z ubytovacích jednotek, které byly zahrnuty v dotazníku.

Obrázek 10: Cenová dostupnost glampingu



Zdroj: Vlastní zpracování, 2019

U výběru ceny nelze jednoznačně určit, která by měla být zásadní. Nejvíce respondentů ale odpovídalo, že by byli ochotni za noc pro 2 osoby zaplatit až 2000 - 2700 Kč, podobně velká část respondentů volila cenu v rozsahu 1300 - 2000 Kč. Cena by se tedy měla pohybovat v rozsahu 1300-2700 Kč. Tento rozsah cen přibližně odpovídá cenám, za které je glamping v ČR poskytován.

6 Návrh nového konceptu na základě výzkumu

Na základě získaných dat, která byla vyhodnocena, bylo zjištěno, že tři čtvrtiny z celého vzorku mají povědomí o významu slova glamping. A téměř všichni by ocenili možnost využít tento speciální způsob ubytování při kurzech ve Fuegu. Dobré povědomí lidí o tomto způsobu ubytování, které je docela nové, potvrzuje výsledek, který ukazuje, že více jak jedna třetina účastníků kurzů již glamping zažila a má zájem získávat více zkušeností v této oblasti. Kurzů vaření se účastní více žen než mužů, jejichž největší četnost je ve věku 18 - 26 let, poté ve věku 26 - 34 let. Naopak nejvíce mužů, kteří navštíví kurzy, je ve věku 26-35 let. Tato informace bude sloužit pro marketingové zacílení na konkrétní segment, na který bude nabídka mířena.

Na základě výsledku výzkumu navrhuji rozšíření kurzů o glampingové jednotky, jejichž zavedení nepřinese provozovatelům žádné další právní ani legislativní povinnosti, které by museli splňovat, jelikož už v tuto chvíli je během kurzů možnost využít ubytování v malých stanech.

Kurzy jsou provozovány na základě živnosti ohlašovací volné, kdy předmětem činnosti je *výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 – 3 živnostenského zákona*. Respondenti měli dle odpovědí největší zájem o stanové jednotky, dále byla lákavá možnost ubytování v treehousu. Pro prvotní založení glamingu je vhodné využít safari stany, o které byl největší zájem a které jsou v dostupné cenové relaci. Zároveň nejsou stany náročné na výstavbu, jako např. treehousy.

V případě dostatečných prostředků na výstavbu treehousů, by mohl být kemp doplněn i touto ubytovací jednotkou a tyto stany mohou posloužit i jako zázemí při provozování kurzů. Pokud by v budoucnu provozovatelé zamýšlely vystavit treehouse. Z provedené analýzy nabídek trhu je možné doporučit spolupráci s Treehouses.cz. Jedná se o společnost zabývající se realizací těchto projektů. Pro návrh ubytovací jednotky je důležité zaslat druh stromu a fotografii konkrétní plochy, dále je nutné zhodnocení zdraví stromu odborníky a na základě osobní návštěvy je tvořen návrh a rozpočet. Ceny se pohybují dle konkrétních návrhů, ale nejvíce poptávaný je typ pro 2 osoby, který se pohybuje v cenové relaci přibližně 315 000 Kč.

V současnosti je vhodné využít pouze stany. Z výsledků analýzy vyplývá, že ideální počet nových stanů jsou 3. Jako nejlepší dodavatel se jeví firma Nordisk. Tato společnost se zaměřuje na outdoorové vybavení a spolupracuje s několika koncepty poskytující glamping po světě., např. v Dánsku, Německu, Taiwanu nebo v Japonsku. V současné době provozovatelé kurzů s touto firmou spolupracují, dodala stany, které slouží jako skromné zázemí kurzů. Pro ubytování hostů navrhuji 2x stan motivu typických safari stanů, který bude sloužit pro 2 osoby a je znázorněn na obrázku č. 11. Případně, je možné dokoupit vnitřní závěsnou ložnici, která by vytvořila 2 pokoje, které by sloužily pro skupinu lidí, nebo rodinu.

Obrázek 11: Navrhovaný safari stan



Zdroj: Nordisk.eu, 2018

Lze také doporučit pořízení stanu typu teepee, o které byl projeven také zájem a to především u žen, které se také kurzů účastní ve větší míře než muži.

Stany budou vybaveny velkou postelí, ložním prádlem, jednoduchým nábytkem a doplněny autentickou výzdobou, např. lucerničkami, koberci nebo kůžemi. Jelikož se očekává, že zde budou hosté ubytováni 1, max. 2 noci není zapotřebí stany zbytečně zaplňovat nábytkem, který nebude využit. Podstava stanů bude pro případ deštivých dnů řešena hoblovanou dřevěnou podlahou s povrchovou úpravou. Stany jsou vyrobeny z prodyšného nepromokavého materiálu a zároveň poskytují příjemné klima i během letních, horkých dnů.

Kurzů se obvykle účastní 6-8 lidí. Náklady, které zájemci nyní vynakládají, se pohybují kolem 4000 Kč za jednodenní kurz, včetně ubytování v malém stanu. Proto by bylo vhodné pro začátek pořídit stany s kapacitou 6 osob, vzhledem k předpokládané obsazenosti 75 %. A na základě potvrzení úspěchu originálního ubytování, není problém během několika dnů přidat ještě více ubytovacích kapacit ve stanech

Obrázek 12: Navrhované teepee

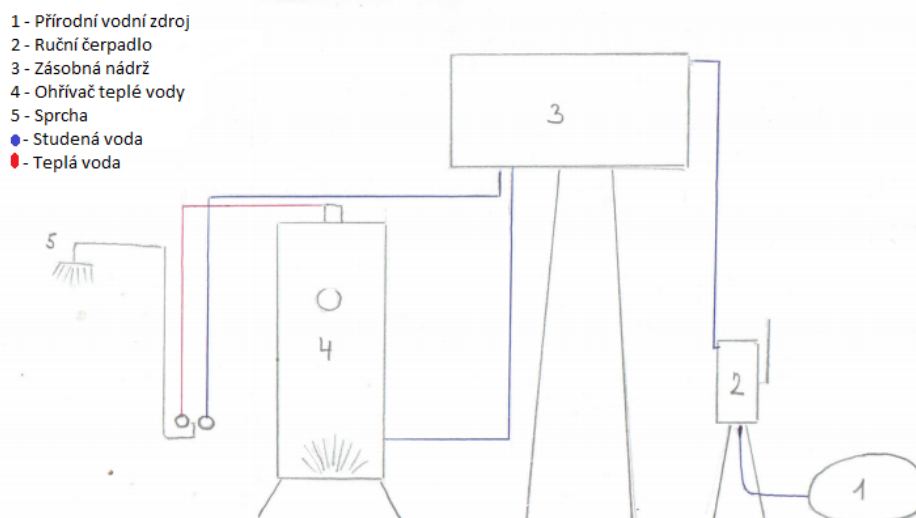


Zdroj: Nordisk.eu, 2018

Pozemek pro poskytování kurzů je ve vlastnictví spolku rybářů, kteří zanechávají pozemek k provozování kurzů. Vztah není nijak upraven a funguje na základě dobrého slova. Kdy provozovatelé udržují pozemek a rybářům se tak snižují povinnosti spojené s údržbou a poskytují pro kurzy sociální zázemí v rybárně vzdálené 200 metrů od prostorů Fuega, Naopak zakladatel Fuega s přáteli chodí na oplátku vypomáhat do rybárny, kde je zřízen malý hostinec, zde pomáhají díky svým zkušenostem z provozu a jsou nápomocny v případě potřeby.

Při tvorbě nových ubytovacích jednotek by bylo vhodné vytvořit přírodní sprchu, která doplní autenticitu prostředí a bude přímo v prostorech, kde kurzy probíhají. Voda bude čerpána ruční pumpou, z barelů, ve kterých bude zachycovaná dešťová voda, případně voda přečerpávaná z rybníka, která bude čištěna přes filtr. Voda bude ohřívána skrze brutar a hnána do zahradní sprchy. Na následujícím obrázku je uveden jednoduchý náčrt této sprchy.

Obrázek 13: Nákres přírodní sprchy



Zdroj: Vlastní zpracování, 2019

Vzhledem k velkému zájmu o ekologii, který byl zjištěn, nebude využíváno zbytečně potenciálního odpadu a tak budou na nádoby na vodu již nepotřebné sudy a podobné materiály. Stejně tak se bude dbát na šetření s vodou. Aby nedocházelo k znečišťování přírody, bude možné využívat pouze přírodní hygienické prostředky. Stejně tak tomu je již nyní, kdy je při kurzech pro mytí nádobí využíváno pouze přírodních čisticích prostředků.

Také je doporučeno zřídit suchý záchod a to jako sprchu přímo ve Fuego. Stavba suchého záchodu vyjde přibližně na 8 000 Kč.

Dále bylo důležité zjistit, jak se hosté o kurzech dozvěděli, vzhledem k neuvedení konkrétního místa konání na žádných z internetových stránek. Bylo zjištěno, že hlavním zdrojem reklamy jsou sociální sítě a poté doporučení od známých. Je důležité zaměřit propagaci nového konceptu ubytovacích jednotek právě na sociálních sítích. Doporučuji při uvedení nabídky originálního ubytování uspořádat víkend vaření, kam budou pozváni známí kuchaři a odborníci z oboru, provozovatelé podobných zařízení a někteří influencéři. Od této akce se očekává rozšíření nového konceptu do povědomí potenciálních hostů a to především pomocí instagramu. S tímto souvisí věková struktura účastníků kurzů, kdy je navštěvují především mladší generace, převážně ve

věku 18 – 26 let a po té ve věku 26-34 let, u kterých lze očekávat využívání právě této sociální sítě.

V aspektech hrající roli při výběru ubytování, jednoznačně vyhrála kvalita poskytovaných služeb, dále je kladen velký důraz na využívání ekologie a nejméně důležitou roli hraje cena, z čehož mimo jiné vyplývá, že se kurzů účastní spíše bonitní skupina lidí, která je ochotna zaplatit vyšší cenu i za ubytování. V souvislosti s důrazem na kvalitu zboží a služeb, bylo zjištěno, že respondenti mají relativně velký zájem o využívání regionálních potravin a produktů od místních výrobců. I přes dostatečný zájem o kurzy, kde je zjevné že nabídka kurzů je dostatečně lákavá, navrhuji v kurzech využívat více regionálních potravin od místních farmářů. Stále více se do popředí dostává zdravý životní styl a právě využívání potravin od farmářů, a tak lze očekávat narůstající poprávku po těchto produktech.

6.1 Stanovení ceny a předpokládané doby návratnosti investice

Ceny důležité pro stanovení nutné investice do nového konceptu, byly určeny na základě zjištěných cen na internetu. Pro odhad ceny podlážek stanů a drobného nábytku, byl osloven truhlář, který navrhl ceny a to na základě svých znalostí z oboru.

Fixní náklady (FC)

2 x Safari stan	45 300 Kč
1 x Teepee	13 904 Kč
2 x Závěsná ložnice do safari stanů	6 430 Kč
6 x Matrace	13 494 Kč
6 x Povlečení	4 000 Kč
6 x Deky a polštář	4 500 Kč
Doplňky	3 000 Kč
3 x Podlážka	17 850 Kč
Nábytek	6 000 Kč
Suchý záchod	8 000 Kč
Celkem	122 348 Kč

Průměrné variabilní náklady lineární (AVCI)

Praní povlaků (za 1 UJ) 297 Kč

Celkové náklady (TC)

127 237 Kč

Na tento rok se plánuje na Fuegu uspořádat 35 kurzů. Kurzy jsou pořádány od května do poloviny října, obvykle probíhají o víkendech je ale několik kurzů, které jsou realizovány i během týdne. Glampingové jednotky nabízejí ubytování pro 6 osob, což odpovídá průměrnému počtu účastníků kurzů. V případě většího počtu hostů, jsou poskytovány malé áčkové stany s nafukovací matrací, které jsou započteny v ceně kurzů.

Pro stanovení ceny za 1 ubytovací jednotku, je důležité stanovit minimální výši ceny, která pokryje náklady. Tržní cena byla určena na základě výzkumu, kdy většina respondentů byla ochotna zaplatit cenu v rozmezí 1300 – 2700 Kč a s očekávanou návratností během 1 roku. V souvislosti s náklady byla stanovená cena na 1899 Kč, při 75 % obsazenosti.

Minimální cena za 1 ubytovací jednotku

$$p = (FC/Q) + AVCI$$

$$p = (122348/216) + 297$$

$$p = 863 \text{ Kč}$$

Tržní cena 1899 Kč

Bod zvratu určuje stav, kdy nebude dosahováno jak zisku, tak ztráty a provozovatel bude tedy na 0. Tohoto bodu bude dosaženo při prodání 77 glampingových jednotek.

Bod zvratu

$$Q(BEP) = FC / (p - AVCI)$$

$$Q(BEP) = 122\,348 / (1899 - 297)$$

$$Q(BEP) = 76,72 \doteq 77$$

Doba návratnosti investice

PK = počet kurzů

PJ = počet ubytovacích jednotek

O = obsazenost

$$NI = FC / ((p - AVCl) * PK * PJ * O)$$

$$NI = 122\,348 / ((1899 - 297) * 35 * 3 * 0,75)$$

$$NI = 0,96 \doteq 1 \text{ rok}$$

Návratnost investice do nových ubytovacích jednotek dle výpočtu odpovídá 1 roku, tedy během 35 kurzů, kdy je poskytované ubytování ve 3 glampingových jednotkách

Návratnost investice

$$ROI = ((p - AVCl) * PK * PJ * O / FC)$$

$$ROI = ((1899 - 297) * 35 * 3 * 0,75 / 122\,348) * 100$$

$$ROI = 1,03 * 100 = 103$$

Zda se investice vyplatí, počítá ukazatel ROI, který zhodnocuje návratnost investice. Pokud se ROI rovná 100 investice byla plně pokryta výnosy. V případě, že je částka vyšší, investice se vyplatila. V opačném případě se mluví o ztrátě. Výsledky tedy potvrzují výhodnost investice

V konečném návrhu tedy doporučuji pořízení 3 stanů, které budou nabízeny za cenu 1 899 Kč. S tím, že byla brána v potaz relativně pesimistická obsazenost. Očekávám velký úspěch od rozšíření kurzů o originálně vybavené safari stany a teepee, a tak bych v případě potvrzení tohoto předpokladu doporučila provozovatelům pořídit další ubytovací jednotky. Je důležité neustále propracovávat vybavení v autentickém stylu, díky kterému bude vytvářena větší poptávka po tomto ubytování.

Vzhledem k předpokladům, které tato destinace vykazuje, lze předpokládat relativně velkou poptávku. Ta by mohla být využita pro rychlejší návratnost investice. V případě, že by provozovatelé pořádali více kurzů během sezóny. Případně by mohly být ubytovací zařízení využívány i mimo provoz školy vaření, což by opět vedlo k vyšším ziskům, rychlejšímu splacení vložených investic a k získání peněžních prostředků pro budování nových propracovanějších jednotek. Úspěch lze také předpokládat na základě úspěšného fungování již zmíněných glampingových konceptů v ČR, které byly oblíbeny

českou klientelou, i přesto, že se na trhu objevili téměř nedávno. Ačkoliv Čechy nedisponují mořem nebo divokou přírodou, jak je u klasických glamingových konceptů zvykem. Vykazuje naše země relativně dobré podmínky rozvoj tohoto trendu, vzhledem k velké četnosti národních parků a krajinných oblastí, které nabízejí relax v rozmanité přírodě.

7 Závěr

Cílem bakalářské práce bylo představit novou formu ubytovacích služeb a na základě analýzy podmínek možného rozvoje zjednodušeně navrhnout nový koncept.

Úvod předložené práce se zaměřoval na problematiku cestovního ruchu, jelikož ta hraje neodmyslitelnou roli jak pro jedince, tak pro celou společnost. V návaznosti na toto zkoumání pak byly představeny ubytovací služby. Stěžejním byl přitom glamping, což je nový trend, který si našel zalíbení i v České republice. Jedná se o přechodné ubytování poskytované v přírodě v netradičních ubytovacích jednotkách. Pro lepší představu jak takové koncepty vypadají, byla uvedena některá příkladná zařízení, která této formě ubytování odpovídají. Pro zjištění rozvoje byl pro další části vytvořen dotazník, který byl zaměřen na povědomí zákazníků o nově rozvíjejícím se trendu a zájem o založení nového konceptu. Šetření probíhalo během kurzů vaření, které se konaly v přírodě na Kokořínsku, a které odpovídají potenciálu pro možný rozvoj tohoto trendu.

Na základě vyhodnocených informací byl zjištěn velký zájem o možnost využít ubytování v přírodě. Byl tedy navržen zjednodušený koncept, poskytující ubytování v safari stanech a v teepee.

Při analýze současného stavu glampingu, byla zjištěna vysoká poptávka po tomto novém trendu. Lidé čím dál více vyhledávají možnost na chvíli se oprostít od hektického stereotypu. Za tímto účelem často vyhledávají služby nabízející zážitky, které dávají možnost navrátit se ke kořenům a k přírodě.

Práce přináší nové poznatky o moderní formě ubytování, která nabízí možnost ubytování a souznění s přírodou, v netradičních ubytovacích jednotkách vybavených v moderním stylu. Při tomto typu ubytování se klade důraz na šetření s přírodními zdroji a tvorbu minimálního odpadu. Tyto aspekty hrají roli v motivaci na účasti cestovního ruchu a spotřebě služeb s ním spojených. V budoucnu lze očekávat další zvyšování poptávky po těchto typech ubytování, respektive cestování.

I. Summary and keywords

The aim of the bachelor thesis was to introduce a new form of accommodation services and to propose a new concept based on the analysis of possible development conditions.

The introduction of this work focused on the issue of tourism, as it plays an essential role for both individuals and society. Following this examination, accommodation services were presented. The most important was glamping, which is a new trend, enjoyed also in the Czech Republic. It is a temporary accommodation provided in nature in non-traditional accommodation units. For a better idea of what these concepts look like, some exemplary devices that match this form of accommodation have been listed. To determine development, a questionnaire was created for the other parts, focusing on customer awareness of the emerging trend and interest in establishing a new concept. The research was conducted during cooking courses that took place in the countryside in Kokořínsko and which correspond to the potential for the possible development of this trend.

Based on the evaluated information, great interest was found in the possibility to use the accommodation in nature. Thus, a simplified concept was proposed, providing accommodation in safari tents and teepee.

The analysis of the current state of glamping revealed a high demand for this new trend. People are increasingly looking for the opportunity to free themselves from the hectic stereotype for a while. To this end, they often seek services offering experiences that give the possibility to return to the roots and to nature.

The work brings new knowledge about modern form of accommodation, which offers housing in harmony with nature, in non-traditional accommodation units equipped in modern style. With this type of accommodation, emphasis is placed on saving natural resources and creating minimal waste. These aspects play a role in motivating the participation of tourism and the consumption of services associated with it. In the future we can expect further increase in demand for these types of accommodation, respectively ways of traveling.

Key words: glamping, luxurious camping, accommodation services, tourism, wildlife, unusual accommodation

II. Seznam použitých zdrojů

Publikace

- Beránek, J.,(2013). *Moderní řízení hotelového provozu* Praha: Mac consulting
- Drobná, E., & Morávková, E. (2004). *Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost*. Praha: Fortuna
- Gúčík, M., & kol. (2004). *Krátký slovník cestovního ruchu*. Banská Bystrica: Slovensko-svajčiarske združenie pre rozvoj cestovního ruchu
- Hassanien, A., & Dale, C. (2013). *Facilities management and development for tourism, hospitality and events*. Boston, MA: CABI.
- Hesková, M., & kol. (2006). *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy*. Praha: Fortuna
- Hesková, M., (2011). *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna.
- Hladká, J., (1997). *Technika cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing
- Hohner, S., & Swarbrooke, J. (2003). *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: Aplikovaný marketing služeb*. Praha: Grada Publishing.
- Houška, P., & kol. (2007). *Klasifikace ubytovacích služeb*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj
- Indrová, J. & kol. (2004). *Cestovní ruch I*. Praha: Oeconomia
- Jakubíková, D., (2009). *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing
- Křížek, J., & Neufus, J. (2011). *Moderní hotelový management*. Praha: Grada Publishing
- Neklová, J., (2018). *Hotely, které myslí na životní prostředí*. HOREKA. Červenec – srpen, 22.
- Orieška, J., (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis
- Petrů, Z., (2015). *Základy ekonomiky cestovního ruchu: 2. upravené vydání*. Praha: Idea Servis.

Palatková, M., (2006). *Marketingoví strategie destinace cestovního ruchu: jak získat více zdrojů z cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing.

Palatková, M., (2011). *Marketingový management destinací*. Praha: Grada Publishing

Palatková, M., (201). *Ekonomika turismu, Turismus České republiky*. Praha: Grada Publishing

Pantelidis, S., (2014). *The Routledge Handbook of Hospitality Management*. New York: Routledge.

Pavelka, M., (2018). *Co budou cestovatelé hledat v roce 2018?*. COT. Březen, 45.

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

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

Vystoupil, J., & Šauer, M. (2011). *Geografie cestovního ruchu České republiky*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk.

Wehle, T., (2019). *Naším zákazníkem je planeta*. Hospodářské noviny. Únor. 20.

Internetové zdroje:

Asociace pro rozvoj trhu nemovitostí. (2017). *Současné trendy v cestovním ruchu s důrazem na hotelnictví*. Dostupné z: <http://artn.cz/2016-soucasne-trendy-v-cestovnim-ruchu-s-durazem-na-hotelnictvi/>

CampFuego. (2018). *Marek Pavala founder a chef*. Dostupné z: <https://www.campfuego.cz/marek>

CampFuego. (2018). *Fuego úvodní slovo*. Dostupné z: <https://Campfuego.cz>

CampFuego. (2018) *Fuego kurzy jak/kdy/kde*. Dostupné z: <https://www.campfuego.cz/kurzy>

Cestovní ruch. (2009). *Standardizace ubytovacích zařízení*. Dostupné z: <https://www.cestovni-ruch.cz/kategorizace/doporuceni2.htm>

Cestovní ruch. (2018) *Jednotná klasifikace hotelů, hotelů garni, motelů a penzionů*. Dostupné z: <http://www.cestovni-ruch.cz/kategorizace/jednotna.php>

- CityaFolks (2018). *Pojďme glampovat*. Dostupné z: <http://cityfolks.cz/index.php/2018/07/24/pojdme-glampovat/>
- COT (2019). *Cestovní ruch přinesl předloni ČR 292 mld. korun*. Dostupné z: <https://www.icot.cz/cestovni-ruch-prinesl-predloni-cr-292-mld-korun/>
- Český statistický úřad. (2019). *Teplé léto zvyšuje návštěvnost kempů*. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/teple-leto-zvysuje-navstevnost-kempu>
- Český statistický úřad. (2019) *Satelitní účet cestovního ruchu*. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/satelitni_ucet_cestovniho_ruchu
- Dobčické rybníčky. (2012). *Ubytování*. Dostupné z: <http://www.dobcickerybnicky.cz/ubytovani>
- Evropská pojišťovna (2019). *Glamping: kempování pro náročné*. Dostupné z: <https://www.ervpojistovna.cz/cs/glamping-cestovani-pro-narocne>
- Glamping.com. (2018) *Accommodations*. Dostupné z: <https://www.glamping.com/accommodations/>
- Glamping.com. (2018). *Glamping destination. Where do you want to go?* Dostupné z: <https://www.glamping.com/destinations/>
- Glampinghub. (2018). *What is glamping?* Dostupné z: <https://glampinghub.com/whats-glamping/>
- Hotelový marketing, informace a poradenství. (2010). *Trendy hotelového průmyslu*. Dostupné z: <https://www.mip-s.cz/hotelovy-marketing-2010/trendy-hoteloveho-prumyslu/>
- Hoghrton, M., (2018). *Why camping is rising in especially among millenials*. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/monicahoughton/2018/04/16/why-camping-is-rising-in-popularity-especially-among-millennials/#16afe9e516c0>
- Hrad Kokořín. (2012). *Tipy na výlety v okolí hradu Kokořín*. Dostupné z: <http://hradkokorin.eu/tipy-na-vylety>
- Hrad Kokořín. (2012). *Turistika a cyklistika na Kokořínsku*. Dostupné z: <http://hradkokorin.eu/turisticke-a-cyklisticke-trasy/>
- Inspired camping. (2019). *What is glamping in 2019?* Dostupné z: <https://www.inspiredcamping.com/what-is-glamping/>

- Kokořinsko.net (2019). *Kokořinsko ubytování*.
Dostupné z: <http://www.kokorinsko.net/ubytovani.htm>
- Kudy z nudy. (2019). *Chráněné krajinná oblast Kokořinsko - Máchův kraj*.
Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity-a-akce/aktivity/chranena-krajinna-oblast-kokorinsko.aspx>
- Love, B. (2019). *What is glamping(a guide to luxury camping)*. Dostupné z: <https://greenglobaltravel.com/what-is-glamping-luxury-camping/>
- Město Volary (2019). *Vyhlídkový posed v korunách stromů – pobyt* Dostupné z: <http://treehouses.mestovolary.cz/pobyt/>
- MMR. (2017). *Green management*. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/40090ab2-4f67-4a85-bce4-c1e78310772f/GetFile36.pdf?fbclid=IwAR37SABYDXOAsSzG4MPhk-aMkIs1P33L54KUdjLyM6EuZXunDMsYBQYT9F4>
- Němejc, M. (2019). *Kokořinsko ubytování*. Dostupné z: <http://www.kokorinsko.net/ubytovani.htm>
- Nordisk.eu. (2018). *Cotton tents*. Dostupné z: <https://nordisk.eu/tentssite/tenttypes/tenttype/cotton-tents/g/148>
- Ochrana přírody. (2014) *Regionální pracoviště Správa CHKO Kokořinsko – Máchův kraj*. Dostupné z: <http://kokorinsko.ochranaprirody.cz/>
- Oxforddictionaries. 2019. *Glamping definition*. Dostupné z: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/glamping>
- Safaripark. (2016). *Safari Dvůr Králové ubytování*.
Dostupné z: <https://safaripark.cz/cz/naplanuj-si-navstevu/ubytovani>
- SavaCamping (2016). *Bled camping*. Dostupné z: <https://www.sava-camping.com/en/bled-camping/bled-camping>
- Špaček, O. & Chaloupka, R. (2016). *Současné trendy v cestovním ruchu s důrazem na hotelnictví*. Dostupné z: <http://artn.cz/2016-soucasne-trendy-v-cestovnim-ruchu-s-durazem-na-hotelnictvi/>
- TeepeaSpan (2019). *Teepee a Spa ubytování*. Dostupné z: <https://www.teepee-spa.cz/>

Trehouses.cz. (2019) *Stavby treehouses.* Dostupné z:
<http://www.treehouses.cz/cz/stavby-tree-houses>

III. Seznam obrázků a tabulek

Obrázky

Obrázek 1: Druhy a formy CR	7
Obrázek 2: Služby v cestovním ruchu	11
Obrázek 3: Hodovní síň Fuego	27
Obrázek 4: Kurz ryby	29
Obrázek 5: Podíl respondentů mající povědomí o glampingu.....	31
Obrázek 6: Osobní zkušenost s glampingem.....	32
Obrázek 7: Volba typu UZ na základě pohlaví.....	32
Obrázek 8: Aspekty hrající roli při využívání služeb	34
Obrázek 9: Atraktivnost destinace.....	35
Obrázek 10: Cenová dostupnost glampingu	36
Obrázek 11: Navrhovaný safari stan	38
Obrázek 12: Navrhované teepee.....	39
Obrázek 13: Nákres přírodní sprchy.....	40

Tabulky

Tabulka 1: Kulturně- historické předpoklady.....	8
Tabulka 2: Základní rozdělení veřejných ubytovacích zařízení do kategorií a tříd	15
Tabulka 3: přehled glampingových jednotek v Evropě	20
Tabulka 4: Přehled glampingových zařízení v ČR	23
Tabulka 5: Pohlaví a věk respondentů.....	30
Tabulka 6: Motivy pro glamping.....	33
Tabulka 7: Vnímání regionálních potravin a místních výrobků v souvislosti s cenou, kvalitou a ekologií	34

IV. Seznam Příloh

Příloha 1: Dotazník

V. Přílohy

Příloha 1: Dotazník

Milí respondenti, tímto bych Vás ráda požádala o vyplnění dotazníku k mé bakalářské práci. Zodpovězení otázek vám zabere pouze několik minut a mne velice pomůže. Práce zjišťuje především možnosti rozvoje glampingu v ČR, případně v této oblasti. Tzv. glamour camping, neboli půvabné kempování je komfortní, originální kempování v přírodě v neobvyklých ubytovacích zařízeních. Předem Vám mockrát děkuji za vyplnění.

1. Vaše pohlaví

- Muž
- Žena

2. Váš věk

- 18 – 26 let
- 26 – 35 let
- 35 – 44 let
- 44 – 53 let
- 53 a více let

3. Slyšeli jste již o tomto způsobu kempování?

- Ano
- Ne

4. Využili byste možnost tohoto ubytování zde během kurzů?

- Ano
- Ne

5. Který z uvedených ubytovacích zařízení je pro Vás nejvíce lákavé?

- Safari stany



- Sudy



- Komfortní chaty



- Teepee



- Mobilní ubytovací jednotky



- Treehouse



6. Byli jste již někdy ubytováni Výše uvedeným způsobem?

- Ano
- Ne

7. Kolik byste byli ochotni zaplatit za toto ubytování pro 2 osoby za jednu noc?

- 600 – 1300 Kč
- 1300 – 2000 Kč
- 2000 – 2700 Kč
- 2700 Kč a více

8. Jak jste se o Fuego dozvěděli?

- Internet
- Známi
- Jiné (vypište)

9. Je pro Vás tato destinace dostatečně atraktivní, co se využití volného času týče?

- Atraktivní
- Neatraktivní
- Neutrální
- Spíše neatraktivní
- Neatraktivní

10. Co je pro vás při výběru ubytování nejdůležitější?

- Cena
- Ekologie
- Kvalita

11. Vnímáte lákavěji služby, které při poskytování využívají lokálních výrobků a regionálních potravin?

- Ano
- Ne

12. Vnímali byste tento způsob ubytování jako zážitek?

- Ano
- Ne

13. Pokud byste vnímali ubytování jako zážitek, popište vlastními slovy, co to pro Vás znamená:

14. Proč byste využili možnost tohoto ubytování?

- Zážitek
- Přenocování
- Prestiž
- Možnost sdílení s přáteli na internetu