



Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

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

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Ekonomická fakulta
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Bakalářská práce

Spokojenost návštěvníků Jihočeského kraje (turistická oblast Krumlovsko a PodKletí)

Vypracovala: Mitášová Hana
Vedoucí práce: Vojtko Viktor, Ing. Ph.D.
České Budějovice 2018

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Fakulta ekonomická
Akademický rok: 2016/2017

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Hana MITÁŠOVÁ**
Osobní číslo: **E15224**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Spokojenost návštěvníků Jihočeského kraje (turistická oblast Krumlovska a PodKletí)**
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 :

Cíl práce:

Identifikace faktorů ovlivňujících spokojenost návštěvníků turistických oblastí Krumlovska a PodKletí. Vnímání kvantity a kvality primární a sekundární nabídky cestovního ruchu ve zvoleném regionu z hlediska poptávky a návrh opatření vedoucích ke zvýšení spokojenosti účastníků cestovního ruchu v jižních Čechách.

Metodický postup:

1. Studium teoretických východisek
2. Příprava a realizace vlastního výzkumu
3. Analýza současného stavu
4. Syntéza výsledků a poznatků
5. Návrh opatření na základě zjištěných poznatků

Rámcová osnova:

1. Úvod a cíl práce 2. Přehled řešené problematiky 3. Metodika 4. Řešení a výsledky, případně diskuse 5. Závěr I. Summary a keywords v anglickém jazyce II. Seznam použitých zdrojů III. Seznam obrázků a tabulek s uvedením názvů IV. Seznam příloh (jsou-li v práci přílohy) V. Přílohy.

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

Seznam odborné literatury:

Jakubíková, D. (2009). *Marketing v cestovním ruchu.* Praha: Grada Publishing, a. s.
Kotler, P., Bowen, J.T., & Makens, J.C. (2010). *Marketing for hospitality and tourism.* Boston: Pearson.
Kozak, M. (2004). *Destination benchmarking: concepts, practices, and operations.* Cambridge, MA: CABI Pub.
Middleton, V. T., Fyall, A., & Morgan, M. (2009). *Marketing in Travel and Tourism.* London: Butterworth-Heinemann.
Palatková, M. (2011). *Marketingový management destinace.* Praha: Grada Publishing, a.s.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Viktor Vojtko, Ph.D.**
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: **16. ledna 2017**
Termín odevzdání bakalářské práce: **15. dubna 2018**


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

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (26)
370 05 České Budějovice


Ing. Viktor Vojtko, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 28. března 2017

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci na téma „Spokojenost návštěvníků Jihočeského kraje (turistická oblast Krumlovsko a PodKletí)“ jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b 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

.....

podpis

PODĚKOVÁNÍ

Ráda bych poděkovala vedoucímu práce panu Ing. Viktorovi Vojtkovi Ph.D. za ochotu pomoci a cenné rady, které mi poskytoval při tvorbě bakalářské práce. Další díky patří i panu Ing. Petrovi Štumpfovi Ph.D. za poskytování rad při zpracovávání práce a děkuji i všem návštěvníkům v turistických oblastech Krumlovsko a PodKletí, kteří se zúčastnili dotazníkového šetření.

Obsah

1. Úvod.....	3
1.1. Cíl práce	4
2. Přehled řešené problematiky.....	5
2.1. Cestovní ruch.....	5
2.1.1. Destinace cestovního ruchu.....	5
2.1.2. Účastníci cestovního ruchu	6
2.2. Typologie cestovního ruchu	7
2.2.1. Druhy cestovního ruchu	8
2.2.2. Formy cestovního ruchu.....	9
2.3. Systém cestovního ruchu.....	14
2.3.1. Subjekt cestovního ruchu	14
2.3.2. Objekt cestovního ruchu.....	15
2.3.3. Trh cestovního ruchu.....	16
2.4. Kvalita v cestovním ruchu.....	17
2.5. Spokojenost v cestovním ruchu.....	18
2.6. Služby v cestovním ruchu	19
2.6.1. Klasifikace služeb	20
2.6.2. Kvalita služeb	21
3. Metodika	24
4. Řešení a výsledky	26
4.1. Vymezení turistické oblasti Krumlovsko	26
4.2. Vymezení turistické oblasti PodKletí.....	26
4.3. Primární nabídka cestovního ruchu.....	27
4.3.1. Přírodní potenciál	27
4.3.2. Kulturně-historický potenciál.....	28
4.3.3. Kulturně-společenský potenciál	29

4.4. Sekundární nabídka cestovního ruchu.....	30
4.4.1. Suprastruktura	30
4.4.2. Infrastruktura.....	32
4.4.3. Všeobecná infrastruktura.....	33
4.5. Dotazníkové šetření.....	35
4.6. Syntéza výsledků a poznatků	52
4.7. Návrhová část	53
5. Závěr	58
I. Summary and keywords	59
II. Seznam použitých zdrojů	60
III. Seznam tabulek a grafů.....	64
IV. Seznam příloh.....	66
V. Přílohy.....	67

1. Úvod

Cestovní ruch má v současné době své místo ve společenském a hospodářském životě v mnoha zemích světa. Cestovního ruchu se účastní miliony účastníků, kteří cestují za odpočinkem, relaxací, poznáním, dobrodružstvím atd. Cestovní ruch se podílí na zvyšování životní úrovně lidí a postupně se proměňuje z potřeby zbytné na nezbytnou.

Turistická oblast Krumlovsko a PodKletí nabízí širokou škálu služeb pro rozvoj cestovního ruchu. Tato oblast je hojně navštěvovaná turisty, jak tuzemskými, tak i zahraničními. Ročně ji navštíví desítky tisíc návštěvníků, proto je nutné naplnit jejich přání, potřeby a očekávání. Turistická oblast Krumlovsko a PodKletí je atraktivní díky množství památek (některé památky jsou zapsány ve světovém dědictví UNESCO), díky přírodě a kultuře.

Tato bakalářská práce je zaměřena na cestovní ruch a poskytlá základní informace o nabídce a poptávce v cestovním ruchu, spokojenosti účastníků cestovního ruchu, porovnávání očekávání s reálným stavem a snaží se najít řešení, které by vedlo k vyšší spokojenosti účastníků cestovního ruchu.

1.1. Cíl práce

Cílem práce je identifikace faktorů ovlivňujících spokojenost návštěvníků turistických oblastí Krumlovska a PodKletí. Vnímání kvantity a kvality primární a sekundární nabídky cestovního ruchu ve zvoleném regionu z hlediska poptávky a návrh opatření vedoucích ke zvýšení spokojenosti účastníků cestovního ruchu v jižních Čechách.

V době zadání bakalářské práce byl očekáván vznik turistické oblasti Krumlovska. Bohužel, do současné doby ke vzniku turistické oblasti nedošlo, a proto se práce zaměřuje na region Český Krumlov.

2. Přehled řešené problematiky

2.1. Cestovní ruch

„Cestovní ruch je souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně-správních aktivit a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity.“
(Pásková M., Zelenka J., 2002, s. 45)

Cestovní ruch je chápán jako činnost osoby, která cestuje na přechodnou dobu do místa mimo její běžné prostředí, a to na dobu kratší, než je stanoveno a hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě. Doba pobytu mimo běžné prostředí je v domácím cestovním ruchu do šesti měsíců, v mezinárodním cestovním ruchu do jednoho roku. (Palatková, 2011)

Palatková (2011) uvádí, že v mezinárodním cestovním ruchu dochází k překročení hranice národního státu, a proto představuje nejširší pojem z hlediska území realizace cestovního ruchu, zahrnující pohyb účastníků cestovního ruchu mezi státy, bez konkrétního teritoriálního určení. Světový turismus představuje veškerý turismus ve světě, při kterém dochází k překračování hranic. Je to tedy souhrn veškerého příjezdového a výjezdového cestovního ruchu všech států světa. Cestovní ruch světa je veškerý cestovní ruch uskutečňovaný na celém světě, tedy souhrn domácího i zahraničního turismu všech států světa.

2.1.1. Destinace cestovního ruchu

Kirářová (2003) uvádí, že destinace cestovního ruchu je přirozeným celkem, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných destinací.

Podle WTO je destinace cestovního ruchu místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina vybírá pro svou návštěvu a které poskytovatelé přivádějí na trh. (Kirářová, 2003)

Výkladový slovník pod pojmem destinace cestovního ruchu rozumí v užším smyslu cílovou oblast v daném regionu, pro kterou je typická významná nabídka

atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu a v širším smyslu země, regiony, lidská sídla a další oblasti, které jsou typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami a další infrastrukturou cestovního ruchu, jejichž výsledkem je velká dlouhodobá koncentrace návštěvníků. Pro mezinárodní návštěvníky je destinací buď celá navštívená země, nebo její některý region, případně město. V některých zemích je území rozděleno do turisticky, historicky nebo administrativně kompaktních destinací s tvorbou a propagací společného turistického produktu a případně i zpracováním statistik cestovního ruchu. (Kiráľová, 2003)

Palatková (2011) vysvětluje, že destinace je představována svazkem různých služeb koncentrovaných v určitém místě nebo oblasti.

Dále uvádí, že destinace jsou definovány jako regionální, mezinárodně (globálně) konkurenceschopné, strategicky řízené jednotky nabídky na mezinárodním trhu. Nabízejí klientovi odpovídající produkt a uspokojují jeho očekávání.

2.1.2. Účastníci cestovního ruchu

V odborné literatuře můžeme najít řadu typologií účastníků cestovního ruchu, protože jsou klíčové pro úspěšné podnikání na trhu cestovního ruchu. Jde zde například o tyto typy účastníků cestovního ruchu:

- **Turisté** - objevitelé, kteří hledají znalosti a objevy. Snaží se být v kontaktu s místní společností a jako dopravní prostředek obvykle nevyužívají letadlo a jejich cesta trvá často několik týdnů.
- **Elitní turisté** se obvykle zdržují na jednom místě delší dobu než masoví turisté a navštěvují místa na celém světě. Obvykle jde o turisty hledající zážitky neobvyklé pro běžný život. Vyhýbají se velkým turistickým centrům a nevyžadují vysoký standard služeb.
- **Neobvyklí turisté** využívají co nejvíce výhod civilizace, přestože se zajímají o "primitivní" kultury.
- **Individuální turisté** cestují individuálně nebo v malých skupinách. Využívají všech výhod civilizace, požadují vysoký standard služeb a jsou ochotni za něj zaplatit.
- **Masoví turisté** jsou obvykle obyvatelé se středními příjmy a řídí se heslem "dostaneš, co zaplatíš".

- **Charteroví turisté** mají minimální zájem o kulturu a obyvatelstvo země, do které přijeli. Jejich pobyt je poměrně krátký a zdržují se převážně v hotelu. (Hesková, 2011)

Další možná typologie účastníků cestovního ruchu může být:

- **Organizovaný masový turista** (vyhledává populární destinaci, většinu času tráví v hotelu a okolí se skupinou svých přátel, využívá balíček služeb).
- **Individuální masový turista** (větší svoboda pohybu, zajaté trasy, příležitostně i dobrodružství, volnější balíček služeb).
- **Turista – průzkumník** (cesty si plánuje sám, vyhýbá se kontaktu s ostatními turisty, pokouší se seznamovat s místními).
- **Turista – tulák** (dočasně se stává součástí místní komunity, nemá předem připravený itinerář).

2.2. Typologie cestovního ruchu

Klasifikace cestovního ruchu je velmi obtížná a mnoho autorů využívají odlišné dělení. Setkáváme se zde s pojmy druhy a formy cestovního ruchu.

"O druzích cestovního ruchu hovoříme tehdy, když za základ posuzování cestovního ruchu vezmeme motivaci jejich účastníků, tj. účel, pro který cestují a pobývají přechodně na cizím místě. O formách cestovního ruchu mluvíme, když jako základ posuzování cestovního ruchu vezmeme různé příčiny, které ho ovlivňují a důsledky, které přináší." (Hesková a kol., 2011, s. 19)

"Druhy a formy cestovního ruchu se vyskytují ve vzájemných kombinacích tak, aby docházelo k optimálnímu uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu a spokojenosti podnikatelského prostředí." (Hesková a kol., 2011, s. 35)

Gúčík a kol., (2004) definuje druh cestovního ruchu jako účel (motiv) cestování a přechodného pobytu návštěvníků v cílovém místě. Forma cestovního ruchu vyjadřuje rozličné příčiny a jejich důsledky související s cestováním a pobytem návštěvníků na cílovém místě.

2.2.1. Druhy cestovního ruchu

Mezi druhy cestovního ruchu zařazujeme rekreační cestovní ruch, sportovní cestovní ruch, dobrodružný cestovní ruch, lázeňský cestovní ruch, kongresový cestovní ruch a stimulační (incentivní) cestovní ruch.

Rekreační cestovní ruch je charakteristický pasivním i aktivním odpočinkem ve vhodném přírodním prostředí kombinovaný s různými rekreačními aktivitami. Rekreační cestovní ruch má vliv na organismus a duševní zdraví člověka. Mezi nejčastější aktivity patří procházky, sportovní aktivity a poznávání přírody a památek. Součástí rekreačního cestovního ruchu je **tematický cestovní ruch**, který se zaměřuje na uspokojování specifických odborných a rekreačních potřeb. Největším příkladem můžeme uvést zábavné parky jako je Legoland v Dánsku, Orlando na Floridě, Asterix ve Francii a aquaparky. (Hesková a kol, 2011)

Sportovní cestovní ruch je spojen s pobytem ve vhodném přírodním prostředí s prováděním různých sportovních aktivit, které požadují fyzické schopnosti. Mezi základní aktivity patří: turistika (pěší, horská, vodní a cykloturistika), ekoturistika, lesoturistika, lovecká turistika a rekreační rybaření. (Linderová, 2013)

Dobrodružný cestovní ruch vznikl jako výsledek touhy po neznámém, po objevování s cílem zažít nějaké dobrodružství s jistou mírou kontrolovaného rizika. Dobrodružný cestovní ruch je spojen v extrémních podmínkách, s nevšedními zážitky a extrémními sporty. Příkladem může být noční putování, zdolávání hor, cestování do odlehlých končin světa či pěstování adrenalinových sportů. (Hesková a kol., 2011)

Hesková a kol. (2011) vysvětlují, že **kulturní** neboli **poznávací cestovní ruch** umožňuje poznávání kulturního dědictví, kultury a způsobu života obyvatelů v navštívených místech s možností zábavy a rozptýlení. Kulturní cestovní ruch je spojen se vzděláváním a účelným trávením volného času. Oblíbenou formou je studium v zahraničí, odborné stáže apod. Kulturním cestovním ruchem se zvyšuje společenské, kulturní a odborné úrovně lidí. Často je kombinován s jinými druhy cestovního ruchu, například s lázeňským, rekreačním, zdravotním a kongresovým cestovním ruchem.

Lázeňský cestovní ruch je spojen s fyzickou regenerací, s psychickou pohodou a s péčí o zdraví. Řadí se do něho zdravotně-preventivní a léčebné činnosti pod lékařským dohledem. Pro lázeňský cestovní ruch musí být splněna podmínka existence přírodního léčivého zdroje (voda, klima, bahno, plyn). Modifikovaným

druhem lázeňského cestovního ruchu je **wellnes a spa**. Léčivý zdroj zde není nutný a jsou nabízeny různé masáže, koupele, sauny, páry, inhalace apod. Cílem wellnesu a spa je odpočinek, relaxace nikoli však léčba. (Linderová, 2013)

Hesková a kol. (2011) dále uvádí, že předmětem **kongresového cestovního ruchu** je organizování kongresů, konferencí, symposií, seminářů, výstav a veletrhů. Kongresový cestovní ruch zahrnuje činnosti spojené s cestováním a pobytem v kongresovém místě, zaměřený na výměnu vědeckých a odborných poznatků a zkušeností. Účastníci kongresového cestovního ruchu se setkávají na kongresových akcích a služby, které jsou účastníkům nabízeny, jsou služby kongresové. Součástí kongresových akcí jsou doprovodné, před kongresové a po kongresové programy, které jsou využívány pro volný čas v kongresovém místě. Kongresové akce se většinou uskutečňují ve velkých městech v mimo sezónním období a jsou spojeny s nadprůměrnými příjmy většiny jeho účastníků.

Jako součást kongresového cestovního ruchu lze zařadit i **stimulační cestovní ruch**, který označuje cestování s cílem stimulovat zaměstnance k vyšší motivaci pracovního výkonu. Účast na stimulačním cestovním ruchu je odměnou (prémii), např. vítězi interní soutěže firmy. Stimulační cestovní ruch zvyšuje motivaci pracovníků k vyšším pracovním výkonům a snaží se podnítit jejich zájem o obchodní úspěch podniku a zvýšení ekonomických výsledků. (Hesková a kol., 2011)

Někteří autoři považují za samostatný druh i **myslivecký cestovní ruch**, který vychází ze sportovního a částečně i rekreačního cestovního ruchu. Účastníci jsou motivováni možnostmi lovu zvěře a ptáků. Jeho součástí je i **rybářský cestovní ruch**, jehož hlavním účelem je chytání ryb na udici nebo s potápěním v řekách, jezerech, přehradách, rybnících a mořích. Účastníci mysliveckého a rybářského cestovního ruchu musí respektovat platnou legislativu týkající se ochrany přírody a země. (Hesková a kol., 2011)

2.2.2. Formy cestovního ruchu

Cestovní ruch členíme podle různých hledisek. Vycházíme z těchto daných kritérií:

- **Z geografického hlediska** se stýkáme s domácím, zahraničním a mezinárodním cestovním ruchem. Odvozenými formami jsou vnitřní, národní a regionální cestovní ruch. (Hesková a kol., 2011)

Domáci cestovní ruch znamená cestování a pobyt domácího obyvatelstva ve vlastní krajině s cílem využít volný čas na odpočinek, poznávání, rozptýlení a zábavu, kulturní a sportovní vyžití, pokud toto cestování a pobyt nepřesáhne šest měsíců. (Gúčík a kol., 2004)

Gúčík a kol. (2004) dále uvádějí, že zahraniční cestovní ruch souvisí s cestováním a pobytem obyvatelů určitého státu v zahraničí ve volném čase kratším než jeden rok, a jejichž cílem je oddych, poznávání, kulturní a sportovní vyžití. Zahraniční cestovní ruch se dělí z hlediska státu na příjezdový a výjezdový zahraniční cestovní ruch a z hlediska platební bilance státu na aktivní a pasivní zahraniční cestovní ruch.

Mezinárodní cestovní ruch tvoří aktivní a pasivní zahraniční cestovní ruch několika států nebo regionů. V mezinárodním cestovním ruchu se můžeme setkat s pojmem světový cestovní ruch, což je souhrn aktivního a pasivního zahraničního cestovního ruchu všech zemí světa, a s pojmem cestovní ruch světa, kterého tvoří souhrn domácího a zahraničního cestovního ruchu všech států světa. (Hesková a kol., 2011)

„Vnitřní cestovní ruch zahrnuje domácí cestovní ruch a aktivní zahraniční cestovní ruch. Národním cestovním ruchem rozumíme domácí cestovní ruch a pasivní zahraniční cestovní ruch. Regionální cestovní ruch zahrnuje cestovní ruch regionů a států jako cestovních cílů“. (Hesková a kol., 2011., s. 27-28)

- **Podle počtu účastníků** rozlišujeme cestovní ruch individuální, skupinový, masový a ekologický.

Individuální cestovní ruch je cestování jednotlivců nebo rodin (tj. malých skupin) cestujících samostatně. Tyto zájezdy a související služby buď nejsou zajištěné některým ze subjektů cestovního ruchu, nebo mohou být tímto subjektem zcela nebo částečně zajištěny. (Pásková M., Zelenka J., 2002)

Skupinový cestovní ruch je cestování v organizovaných skupinách a účastníci skupinového cestovního ruchu využívají výhody z toho vyplývající, např. skupinové slevy. Skupinový cestovní ruch může být organizovaný a neorganizovaný. (Hesková a kol. 2011)

Masový též hromadný cestovní ruch je obecný termín označující cestování velkých skupin návštěvníků, kteří využívají hromadných ubytovacích, stravovacích zařízení a dopravních prostředků. (Pásková M., Zelenka J., 2002)

Ekologický cestovní ruch chrání životní prostředí a udržuje blahobyt místního obyvatelstva a je protipólem masového cestovního ruchu. Netýká se jen návštěvníků, kteří se ztotožňují s přírodou a snaží se ji chránit, ale také nabídky cílových a podnikatelů. (Gúčík a kol., 2004)

- **Podle způsobu organizování** cestovního ruchu rozdělujeme cestování na individuální a organizované.

Pásková M., Zelenka J., (2002) vysvětlují, že individuální cestování je organizované cestující přímo, případně za podpory poskytovatele služeb cestovního ruchu. Organizované cestování je realizované prostřednictvím cestovních kanceláří, organizátorů kongresů, odborových organizací, zaměstnavatelů apod. Je realizován většinou hromadně z hlediska dopravy a dalších služeb.

- **Podle věku účastníků** rozčleňujeme cestovní ruch dětí, mládeže, rodinný a seniorský cestovní ruch.

O cestovním ruchu dětí hovoříme, pokud je dětem do 15 let věku a zúčastňují se organizovaných pobytů a výletů bez svých rodičů, avšak s jejich souhlasem. (Hesková a kol., 2011)

Mládežnický cestovní ruch je spojený s cestováním mladých lidí ve věku 15 až 25 let, kteří už nejsou dětmi, ale nedají se ještě zařadit do určité sociálně-ekonomické skupiny. Mládež vyhledává sociální kontakt a živější zábavy, turistiku, sportovní a kulturní vyžití. Vyžadují jednoduché služby za přístupné ceny a preferují nezávislost, individuální organizování a mají touhu cestovat se setkávat se s novými lidmi. (Hesková a kol., 2011)

Hesková a kol., (2011) vysvětlují, že rodinný cestovní ruch je určený zejména mladým rodinám ve věku 25 až 44 let, které žijí jako manželské páry s dětmi. Hledají v životě stabilitu a určitou kvalitu. Rodinnou rekreaci zajišťují zařízení cestovního ruchu, která jsou schopna vytvořit program jak pro dospělé, tak pro děti.

Seniorský cestovní ruch je cestovní ruch starší generace a nabídka pro ně odpovídá potřebám, zájmům, fyzickým a ekonomickým možnostem starší generace.

Pro seniorský cestovní ruch se vyžaduje vyšší standard ubytování, přiměřená náročnost programu, důraz na poznávání a jiné. V současné době dochází v této formě cestovního ruchu k nejrychlejšímu rozvoji, v důsledku prodlužování aktivního života seniorů a změnou jejich životního stylu. (Pásková M., Zelenka J., 2002)

- **Z hlediska délky účasti** na cestovním ruchu definujeme cestovní ruch výletní, krátkodobý, víkendový a dlouhodobý.

Výletní cestovní ruch je cestovní ruch, který je spojen s pobytem mimo místo trvalého bydliště. Výlet je obvykle kratší než na jeden den bez přenocování. Krátkodobý cestovní ruch je maximálně na dvě až tři přenocování. Organizuje se za účelem odpočinku, poznávání, rozptýlení a zábavy nebo kulturního či sportovního vyžití. Nejčastěji se koná koncem týdne, proto je někdy označován jako víkendový cestovní ruch. Dlouhodobý cestovní ruch je charakteristický přenocováním přesahující čtyři až pět dní. (Hesková a kol., 2011)

- **Podle převažujícího místa pobytu** diferencujeme cestovní ruch na městský, příměstský, venkovský, horský, vysokohorský a přímořský.

V městském cestovním ruchu jsou účastníci motivováni návštěvou měst, jejich atraktivit a služeb, nejčastěji návštěva známých památek. Příměstský cestovní ruch je rekreace v zázemí měst a realizuje se obvykle krátkodobě, může být využito víkendovou alternativou druhého bydlení. Venkovský cestovní ruch je forma cestovního ruchu související s vícedenním pobytem, s rekreačními aktivitami na venkově a s ubytováním v soukromí nebo v menších hromadných ubytovacích zařízeních. Rozvoj venkovského cestovního ruchu souvisí s rozvojem venkova, budováním turistických a cyklistických tras, farem s alternativním zemědělstvím a s obnovou menších ubytovacích zařízení. Venkovský cestovní ruch může mít různé formy, např. agroturismus (dovolená na statku), ekoagroturismus (pobyt na rodinných farmách zabývajících se alternativním zaměřením), ekoturismus (motivace účastníků cestovního ruchu využitím chráněných výtvorů přírody, přírodních rezervací), dobrodružný cestovní ruch či kulturní cestovní ruch. (Pásková M., Zelenka J., 2002)

Hesková a kol., (2011) dále uvádějí, že horský a vysokohorský cestovní ruch představuje činnosti spojené s pobytem ve vhodném přírodním prostředí horských a vysokohorských středisek cestovního ruchu. Přimořský cestovní ruch se koncentruje

v přímořských letoviscích, ve kterých se účastníci cestovního ruchu věnují sportovně-rekreačním a společensko-zábavním aktivitám.

- **Podle ročního období** členíme cestovní ruch na sezónní (nepravidelný a nerovnoměrný vývoj sociálněekonomických jevů vlivem vnějších příčin v průběhu roku), mimosezónní a celoroční.
- **Podle použitého dopravního prostředku** definujeme motorizovaný, železniční, letecký a lodní cestovní ruch.

Motorizovaný cestovní ruch využívá přepravy motorovým dopravním prostředkem, nejčastěji automobilem. Železniční cestovní ruch je spojen s cestováním po železnici s přepravou cestujících vsedě, v lůžkovém nebo lehátkovém voze. Letecký cestovní ruch je zabezpečován leteckou společností. Letecká doprava je nejrychlejším způsobem přepravy a nejvýhodnějším v přepravě z hlediska větší vzdálenosti. Letecké společnosti organizují pravidelné a nepravidelné (charterové) přepravy. Lodní cestovní ruch je spojen s cestováním a pobytem na říční či mořské lodi nebo jachtě. (Hesková a kol., 2011)

- **Z hlediska dynamiky** rozlišujeme pobytový a putovní cestovní ruch.

Pobytový cestovní ruch je spojen s pobytem na jednom místě po delší časový úsek, ve kterém se podle druhu cestovního ruchu účastníci věnují různým aktivitám. Pobytový zájezd může být doplněn o tzv. hvězdicové výlety, tj. výlety a exkurze do bližších i vzdálenějších míst.

Pásková M., Zelenka J., (2002) vysvětlují, že putovní neboli poznávací cestovní ruch je spojen s poznáváním přírody, společnosti a historie navštívené země, resp. oblasti. V rámci poznávacího zájezdu bývá navštíveno více míst.

- **Ze sociologického hlediska** mluvíme o návštěvách u příbuzných a známých, o sociálním a etnickém cestovním ruchu.

Návštěvy příbuzných a známých se uskutečňují z důvodu upevnování rodinných vztahů, ale i účasti na rodinných společenských akcích. Sociální cestovní ruch je forma cestovního ruchu, kde všechny nebo část nákladů hradí stát, zaměstnavatel nebo nadace. Účastníci sociálního cestovního ruchu mohou být sociální skupiny nebo handicapované osoby z důvodu vysokého věku nebo fyzického postižení. Etnický cestovní ruch zahrnuje cestování s motivem návštěvy původní vlasti návštěvníků nebo návštěvy zajímavých národností s cílem se s nimi blíže seznámit a poznat. (Hesková a kol., 2011)

2.3. Systém cestovního ruchu

2.3.1. Subjekt cestovního ruchu

Subjektem je z ekonomického hlediska každý, kdo uspokojuje svoje potřeby spotřebou statků cestovního ruchu v době cestování a pobytu mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase. (Hesková a kol., 2011)

Subjektem cestovního ruchu je návštěvník, turista, výletník nebo i stálý obyvatel.

Stálým obyvatelem v cestovním ruchu, tzn. rezidentem, je osoba, která žije alespoň šest po sobě následujících měsíců v jiném místě před příjezdem do jiného místa na kratší dobu než šest měsíců. V zahraničním cestovním ruchu je to osoba, která v zemi žije alespoň jeden rok před příjezdem do jiné země na kratší dobu než jeden rok. Stálým obyvatelem tedy může být občan státu nebo cizinec, kteří splňují tato kritéria. (Hesková a kol., 2011)

Jako **turistu**, můžeme označit osobu, která v domácím, resp. v zahraničním cestovním ruchu splňuje kritéria návštěvníka. Účast turisty na cestovním ruchu je spojována s minimálně jedním přenocováním. Turistu můžeme rozlišit na turistu na dovolené, který pobývá na určitém místě více než určený počet nocí nebo dní, a na krátkodobě pobývajícího turistu, který cestuje na dobu nepřekračující určený počet nocí nebo dní, ale zahrnuje pobyt alespoň s jedním přenocováním. (Hesková a kol., 2011)

Výletník neboli jednodenní návštěvník je osoba, která cestuje na dobu kratší než 24 hodin a během cesty nepřenocuje. (Palatková, 2011)

Subjekt cestovního ruchu je ovlivňován několika faktory. Jsou to faktory sociální, ekonomické a sociologicko-ekonomické. Mezi základní sociální faktor můžeme zařadit vlastní práci člověka, za kterou dostává odměnu a její výše určuje vztah k cestovnímu ruchu. Současná sociální situace podporuje chuť lidí k cestovnímu ruchu. Rozsah poptávky subjektu cestovního ruchu určují především jeho příjmové a majetkové poměry, resp. cena nabídky, dále motivační faktory, které ovlivňují ochotu ke koupi služeb cestovního ruchu. Masový rozvoj cestovního ruchu může být chápán jako proces sociálních skupin, které ho v minulosti nemohli využívat a který dosud není ukončen. (Němčanský, M., 1999)

2.3.2. Objekt cestovního ruchu

Objektem cestovního ruchu je všechno, co je může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu. Jedná se zde o přírodu, kulturu, hospodářství apod. Objekt cestovního ruchu je tak nositelem nabídky. (Hesková a kol., 2011)

Objekt cestovního ruchu tvoří cílové místo, podniky a instituce cestovního ruchu. Cílové místo představuje středisko cestovního ruchu, region nebo stát jako cestovní cíl, které musí mít vhodný přírodní a kulturní potenciál pro cestovní ruch. Nazýváme jej **primární nabídkou**. Primární nabídka tak naplňuje cíle účasti na cestovním ruchu. **Sekundární nabídka** slouží jako prostředek k dosažení těchto cílů. Jde o podniky, zařízení a instituce cestovního ruchu, které umožňují návštěvníkům cílového místa přechodně se ubytovat, stravovat a vykonávat různé rekreační, sportovní, kulturní a jiné aktivity typické pro cestovní ruch. (Hesková a kol., 2011)

Orieška (2010) uvádí, že potřeby účastníků cestovního ruchu jsou uspokojovány prostřednictvím volných statků, služeb, zboží a veřejných statků. Souhrn volných statků, služeb, zboží a veřejných statků tvoří produkt cestovního ruchu. Produkt cestovního ruchu je vše, co nabízeno na trhu a má schopnost uspokojit potřeby účastníků cestovního ruchu.

Volné statky jsou přírodní statky, které účastníci cestovního ruchu využívají v rekreačním prostoru. Pokud vynaložíme dodatečnou práci na úpravu volných statků, stávají se ekonomickými statky. Ekonomickými statky jsou i služby, jejíž podstatou je činnost a jejíž hodnota je určena mírou užitku, který tato služba přináší. Poskytování služby je nemateriální činnost, do které je potřeba zahrnout i vnější faktor. Službu nelze vytvářet do zásoby, protože je časově ohraničená. Zboží je výrobek určený na trh. V cestovním ruchu se jedná například o jídla a nápoje, turistické mapy, knižní průvodce, suvenýry a další zboží. (Orieška, 2010)

Orieška (2010) vysvětluje, že veřejný statek je určený pro kolektivní spotřebu, ze kterého mají prospěch všichni. Veřejný statek je nedělitelný, nelze z něj nikoho vyloučit a je vytvořen lidskou prací.

Destinace cestovního ruchu podle funkcí můžeme rozlišit:

- městská střediska cestovního ruchu, která zahrnují kulturně-historické památky, administrativně-správní orgány, obchody a průmysl
- lázeňská místa (termální a klimatické lázně)

- rekreační střediska s možností koupání a vodních sportů v nížině, turistiky a vodních sportů v podhorských oblastech a turistiky a zimních sportů v horské krajině
- rekreační obce, jejichž původní hospodářská funkce zanikla a v současnosti jsou využívány na rekreační účely
- chatové osady a výletní místa, které se obvykle nacházejí u vodní plochy a zahrnují přírodní a civilizační atraktivitu. (Gúčík, 2001)

2.3.3. Trh cestovního ruchu

Podle Páskové M., Zelenky J., (2002) je trh ekonomický prostor, ve kterém dochází ke střetávání nabídky a poptávky a uskutečňuje se tak směna a tvorba ceny. Trhy se člení na trhy statků a trhy faktorů. Pro fungování trhu patří zejména soukromé vlastnictví, rovnocenný přístup k informacím a zdrojům.

Trh cestovního ruchu se skládá z turistických atraktivit, tzn. vhodného prostoru pro realizaci cestovního ruchu, nabídky a poptávky po službách cestovního ruchu, produktů a služeb cestovního ruchu, kvality produktů a služeb cestovního ruchu, reálných příjmů obyvatelstva, materiálně-technické základny cestovního ruchu a vhodné infrastruktury. Trh cestovního ruchu není jednotný, a proto se využívá tzv. segmentace trhu, pomocí které se trh rozděluje do určitých skupin podle společných charakteristik. (Petrů, 1999)

Trh cestovního ruchu může být segmentován pomocí různých hledisek: ekonomickými, sociálními, demografickými, politickými, geografickými, historickými a technicko-technologickými.

Pro identifikaci a sledování charakteristik zákazníků se využívají výpočetní techniky v rámci rezervačních systémů a sběru informací o zákaznících. Dochází také k využívání marketingového výzkumu v cestovním ruchu. Podle provedené segmentace účastníků cestovního ruchu se volí vhodná strategie chování na trhu cestovního ruchu. (Petrů, 1999)

Trh cestovního ruchu ovlivňují různé faktory, jako je například působení vnějších vlivů, politické a bezpečnostní faktory (legislativní rámec, válečné konflikty a terorismus), ekonomické faktory (HPD, měnový kurz, úroková míra), demografické faktory (nárůst populace, stárnutí populace), technicko-technologické faktory (letecká doprava, ICT) a ekologické faktory (efekt turistické pasti).

2.4. Kvalita v cestovním ruchu

Podle Gúčíka a kol. (2004) se kvalitou rozumí schopnost objektu (produktu) uspokojovat určité a očekávané potřeby zákazníka. Potřeby se transformují na znaky se specifickými kritérii a mohou vyjadřovat hlediska provozu, použitelnosti, spolehlivosti, bezpečnosti, estetiky, ekologie, ekonomie apod., které zákazník pokládá za důležité. Dosáhnutí uspokojivé kvality zahrne všechny etapy od definice potřeb až po rozhodnutí, jestli se potřeby uspokojily.

Kvalita je to, co si klient přeje a to, co může destinace nabídnout klientovi v rámci diferencování a profilace svého produktu ve srovnání se svými konkurenty. Kvalita má subjektivní charakter. Kvalita služby je dána potřebou, kterou má služba uspokojit, charakterem služby a porovnáním srovnatelných služeb mezi sebou. (Palatková, 2006)

Kvalita v cestovním ruchu se postupně měnila s tím, jak se měnil přístup ke kvalitě ve společensky-ekonomickém systému a jak se měnila struktura spotřeby směrem k vyššímu podílu služeb. Kvalita zahrnuje kromě užitku spotřebitele také i kvalitu procesů v destinaci či kvalitu zdrojů (prostředí, vybavenost, osobní přístup) či kvalitu systému řízení (motivace pracovníků, organizování, komunikace). (Palatková, 2011)

Kvalita se týká prvků a vlastností produktu, které ovlivňují jeho schopnost uspokojovat potřeby a přání zákazníka a dále se kvalita posuzuje podle míry, do které produkt splňuje svůj účel a který si obvykle firma sama definuje podle potřeb zákazníka. (Horner, S., Swarbrooke, S., 2003)

Kvalita je obecně charakterizována jako minimální úroveň nabízené služby a pro evropské destinace se stává výrazným diferenciačním prvkem. Pro řízení kvality se používají systémy TQM, EFQM, ISO normy a další. (Palatková, 2011)

„Kvalitu lze chápat jako působení celistvosti prostředí na návštěvníka. Vnímaná kvalita při posuzování faktorů spokojenosti hraje roli v souvislosti s vnímanou hodnotou i s prožitkem z návštěvy místa.“ (Navrátil, J., 2012, s. 55)

Palatková (2011) vysvětluje, že pojem kvalita destinace může být chápána 3 způsoby:

- kvalita jednotlivých služeb (produktů) odděleně v různých sektorech cestovního ruchu v destinaci
- „agregátní“ kvalita souhrnu služeb (produktů) destinace, která se složitěji měří a řídí (měření je realizováno např. národními systémy řízení kvality služeb v turismu)
- kvalita destinace, kterou hodnotí jak návštěvníci destinace, tak i rezidenti žijící v destinaci.

„Produkt cestovního ruchu je hodnocený klientem. Předpokladem vytvoření podmínek pro vysoce kvalitní produkt a i konečné pozitivní hodnocení kvality produktu cestovního ruchu ze strany klienta je preventivní hodnocení kvality ze strany producenta, poskytovatele služeb cestovního ruchu, ještě před fází prodeje. Toto hodnocení se uskutečňuje aplikací modelů sebehodnocení.“ (Němčanský, M., 1999, s. 220)

2.5. Spokojenost v cestovním ruchu

Spokojenost je zákazníkem vnímaná úroveň splnění jeho požadavků. Spokojenost (nespokojenost) je subjektivní reakce zákazníka na cílové služby, na pobyt v cílovém místě apod. Rozlišuje se uspokojené požadavků zákazníka, tj. vnímání a pochopení zákaznickových očekávání, které poskytovatel služby naplnil nebo překročil, a hodnocení spokojenosti zákazníka, tj. jak zákazník chápe činnost poskytovatele služeb. Očekávání zákazníka je výsledkem působení vícero činitelů, např. komunikace, cen, předchozích zkušeností. V cestovním ruchu jde obvykle o balík služeb, resp. řetěz služeb. Spokojený zákazník přichází znovu, jeho chování na veřejnosti je pozitivní (šíří pozitivní informace o podniku, cílovém místě) a je základním pilířem dlouhodobého obchodního úspěchu. Nespokojený zákazník odchází ke konkurenci, šíří negativní informace, případně si stěžuje. S cílem udržovat si stále zákazníky je nutné zkoumat jejich spokojenost a odstraňovat případné nedostatky. (Gúčík a kol., 2004)

Navrátil (2012) chápe emoční prožitek z navštíveného místa jako možnost uspokojit širokou škálu potřeb. Základním rysem emočního prožitku je dynamika v čase, při které se během návštěvy mění prožívané pocity. Při návštěvě místa vzniká emoční vztah mezi návštěvníkem a prostředím navštíveného místa, což vyúsťuje v rozdílné pocity zažívané různými návštěvníky v různých místech. Prožitek z návštěvy

je obvykle ovlivňován náladami a emocemi návštěvníka a potěšení z návštěvy je hlavní faktor spokojenosti a věrnosti destinace cestovního ruchu.

Autor dále uvádí, že podstatnou složkou celkové spokojenosti návštěvníka je také motivace k návštěvě. Nejčastěji používaným modelem motivací k účasti na cestovním ruchu je model „push“ a „pull“ motivací. „Push“ modely jsou motivy socio-psychologické, které slouží pro vysvětlení faktorů plynoucích z touhy po cestování a „pull“ motivy jsou vzbuzovány nabídkou a primárně nepramení z potencionálního návštěvníka jako takového. „Pull“ motivy využívají návštěvníci cestovního ruchu k poznání výběru destinace.

Spokojenost zákazníka závisí na jeho potěšení nebo zklamání, které vycházejí z porovnání spotřebitelské a očekávané výkonnosti. Zákazníci si vytvářejí svá očekávání podle řady faktorů, jako jsou dosavadní zkušenosti, rady či doporučení od přátel a propagační informace. Pokud firma vzbudí příliš velké očekávání, může se stát, že zákazník bude výrobkem zklamán. (Kotler & Keller, 2007)

Spokojenost a příčiny jejího uspokojení patří k vysoce aktuálním a extrémně důležitým studiím pro celý sektor cestovního ruchu. Důvodem je zřejmá vazba mezi spokojeností turistů, ochotou se na dané místo vrátit a předávat dalším návštěvníkům pozitivní poznatky. (Navrátil, 2012)

2.6. Služby v cestovním ruchu

Služby jsou rozhodující součástí produktu cestovního ruchu. Služby jsou heterogenní soubor užitečných efektů, které slouží pro uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. Služby produkují nejen podniky cestovního ruchu ale i další subjekty soukromého a veřejného sektoru. Služby proto mají průřezový charakter. Služby se spotřebovávají ve výrobě, distribuci a ve spotřebě, tzn. ve všech sférách ekonomiky. (Hesková a kol., 2011)

Služby cestovního ruchu jsou služby poskytované turistům tj. návštěvníkům a cestujícím. Jde o služby ubytovací, stravovací, dopravní včetně silničního servisu pro motoristy, informační, zprostředkovatelské, směnářské, sportovně-rekreační, zábavní, kulturní, lázeňské a jiné. Podle způsobu placení se služby cestovního ruchu rozdělují na placené a neplacené a podle způsobu zajištění dostupnosti na předem rezervované služby a služby nerezervované. (Pásková, M., Zelenka, J., 2002)

Služby mají obecné a speciální znaky. Obecné znaky služeb se vztahují i na služby v cestovním ruchu, kdežto speciální znaky se vztahují pouze pro služby cestovního ruchu.

Obecné znaky služeb dle Orišky (2010):

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

Speciální znaky služeb dle Orišky (2010):

- časová a místní vázanost služeb na primární nabídku cestovního ruchu
- komplexnost a komplementárnost služeb
- zastupitelnost služeb
- mnohooborový charakter služeb
- nezbytnost zprostředkování služeb
- dynamika a sezónnost poptávky po službách
- nezbytnost poskytování informací o službách a jejich kvalitě
- neanonymita spotřebitele služby

2.6.1. Klasifikace služeb

Oriška (2010) definuje základní rozdělení služeb:

- Služby cestovního ruchu, které uspokojují potřeby účastníků cestovního ruchu a které poskytují podniky cestovního ruchu.
 - Dodavatelské služby (informační, dopravní, ubytovací, stravovací, sportovně-rekreační, kulturně-společenské, lázeňské, kongresové, venkovského cestovního ruchu, průvodcovské a asistenční, animační služby)
 - Zprostředkovatelské služby (informační, cestovních kanceláří, cestovních agentur, informačních, rezervačních a prodejních systémů)

- Ostatní služby, které produkují podniky cestovního ruchu s polyfunkčním charakterem a které poskytují služby jak účastníkům cestovního ruchu, tak i místnímu obyvatelstvu.
 - o Specializované služby pro cestovní ruch (informační, pojistné, směnárenské, pasových orgánů, celních orgánů)
 - o Služby místní infrastruktury v cílovém místě (informační, obchodní, komunální, zdravotnické, policejní, záchranné, poštovní a telekomunikační, horské služby, vodní záchranné služby)

Další možné služby cestovního ruchu se člení podle **fází realizace** cestovního ruchu. Účastník cestovního ruchu vyžaduje, kupuje a spotřebovává v místě svého trvalého bydliště (informační, poradenské a další služby), během své cesty (informační, dopravní a další služby) nebo během pobytu v cílovém místě (ubytovací, stravovací, animační a další služby). (Orieška, 2010)

Služby cestovního ruchu rozlišujeme i podle **časového hlediska**, a sice na sezónní a mimosezónní. Sezónní služby mohou být letní nebo zimní turistické sezóně. Z hlediska **uspokojovaných služeb** dělíme služby cestovního ruchu na základní, které uspokojují sekundární potřeby účastníků cestovního ruchu (dopravní, ubytovací a stravovací služby) a doplňkové, které uspokojují primární potřeby účastníků cestovního ruchu (spotřeba sportovně-rekreačních služeb, kulturně-společenských služeb). (Orieška, 2010)

Orieška (2010) dále uvádí, že podle **charakteru spotřeby** se služby cestovního ruchu dělí na osobní a věcné. Pomocí osobních služeb se užitný efekt dostaví přímo po spotřebě (př. odnesení zavazadel) a u věcných služeb je zprostředkován hmotným statkem (př. oprava lyžařské výstroje). Z **ekonomického hlediska** můžeme služby cestovního ruchu dělit na placené a neplacené.

2.6.2. Kvalita služeb

„Kvalita služeb je souhrn jejich užitných vlastností, tj. znaků, které jim dávají schopnost uspokojovat potřeby a naplňovat očekávání účastníků cestovního ruchu. Kvalitu přitom nechápeme jen jako něco nejlepšího nebo nejdražšího, protože účastník může být spokojený např. i s jednodušším ubytováním nebo užším sortimentem jídla a

nápojů, které však jsou chutné apod. Účastník cestovního ruchu obvykle kvalitou služeb rozumí soulad mezi svými představami o službách a skutečností.“ (Orieška, 2010, s. 21)

Orieška (2010) dále uvádí, že znakem kvality jsou její užité vlastnosti, které jsou měřitelné (kvantitativně) a porovnatelné (kvalitativně). Kvalita služeb je subjektivní kategorie, kdy zákazník porovnává skutečnou a očekávanou kvalitu služby a objektivní kategorie, kdy si kvalitu služeb můžeme snadno ověřit.

Kvalitativní znaky služeb lze chápat jak z hlediska poptávky, tak i z hlediska nabídky. Z hlediska poptávky se jedná o spokojenost zákazníka, z hlediska nabídky jsou to znaky vyjadřující procesy poskytování služeb, které ovlivňují produkci služby, ale zákazník je nemusí postřehnout. (Orieška, 2010)

Orieška (2010) uvádí následující znaky služeb cestovního ruchu:

- Znaky služby z hlediska poptávky:
 - o spolehlivost (poskytnout to, co bylo zákazníkovi slíbeno)
 - o serióznost (vyvolání důvěry u zákazníka)
 - o dojem (estetika prostředí, vzhled a úprava pracovníků)
 - o orientace na zákazníka (jako měrou se pracovník věnuje zákazníkovi)
 - o zodpovědnost (ochota pomoci, poskytování včasných informací)
- Znaky procesů poskytování služby z hlediska nabídky:
 - o pracovníci (počet, odbornost, zdvořilost, přesnost)
 - o technická vybavenost (estetika, standardy vybavení)
 - o pracovní postupy při poskytování služeb (kontrola kvality, bezpečnost)
 - o marketing (průzkum poptávky, nové trendy)
 - o poskytování informací zákazníkům

Ve výrobních odvětvích se klade důraz na standardizaci produktů, což znamená mít každý výrobek, který opouští výrobní linku identický a bez vad. V odvětví služeb je taková standardizace nedosažitelná a nemusí být ani žádoucí. Důvodem jsou jednotliví lidé provádějící služby. Každý z nich je odlišný. Mají různé schopnosti, zkušenosti a postoje a jejich nálady se neustále mění. Dalším důvodem je proces produkce, který spočívá v interakci mezi zákazníky a personálem a také zákazníci jsou jednotlivci s vlastními specifickými postoji a očekáváními. A posledním důvodem je to, že zákazníci nechtějí standardizovaný produkt. Všichni zákazníci si představují produkt

přizpůsobený jejich vlastními přáními a potřebami. Standardizovaný produkt nedodává zákazníkovi prestiž, kterou očekávají při využívání služeb v cestovním ruchu. (Horner, S., Swarbrooke, S., 2003)

V oblasti kvality v cestovním ruchu hrají důležitou roli státní orgány, mezi které patří státní správy, národní vlády, Evropská komise nebo mezinárodní orgány, jako je Mezinárodní organizace letecké dopravy. Mezi normy kvality v oblasti cestovního ruchu, služeb pro využití volného času, ubytovacích a stravovacích služeb patří například oficiální státní klasifikace hotelů, koncesování provozních zařízení potvrzující splnění patřičné zdravotní normy, koncesování cestovních kanceláří potvrzující dostatečné finanční zdroje a koncesování průvodců turistů, které potvrzuje, že mají dostatečné znalosti pro provozování této činnosti. (Horner, S., Swarbrooke, S., 2003)

Palatková (2006) dále zmiňuje, že základním prvkem kvality je základní základna, resp. materiálně-technická základna, kterou může znehodnocovat nebo naopak obohacovat lidský faktor. Při poskytování a konzumaci služeb jde o vyváženost základní nabídky a lidského faktoru s cílem vzniku zážitku. Kvalita neznamená pouze úroveň poskytnuté služby, ale klient jí posuzuje již na počátku při poskytování prvních informací o destinaci, dále od rezervace služeb přes příjezd návštěvníka do destinace, pobytu na cílovém místě, až po návrat do místa bydliště. Chápání kvality se v průběhu času mění, protože se mění požadavky na služby.

3. Metodika

Bakalářská práce je rozdělena do tří hlavních částí. První část se zaměřuje na teoretickou část práce, kde jsou vysvětleny a definovány pojmy související s tématem práce, druhá část se zabývá analýzou současného stavu destinace včetně syntézy výsledků dotazníkového šetření a v poslední části je uveden návrh řešení vedoucí ke zlepšení spokojenosti návštěvníků v dané turistické oblasti.

Prvním opatřením pro vypracování práce na téma „Spokojenost návštěvníků turistické oblasti Krumlovsko a PodKletí“ bylo prostudování odborné literatury, na jejímž základě byla vypracována literární rešerše. Tento přehled řešené problematiky se zabývá pojmy, jako je cestovní ruch (druhy a formy), subjekt a objekt cestovního ruchu, kvalita a spokojenost v cestovním ruchu a konečně i služby v cestovním ruchu, jejich klasifikace a kvalita.

Druhá část práce se zaměřuje na analýzu a vyhodnocení turistické oblasti Krumlovska a PodKletí z hlediska primární a sekundární nabídky. Tato analýza byla vytvořena na základě sekundárních dat, především z internetových stránek měst a obcí, statistické údaje z Českého statistického úřadu, z odborné literatury zaměřující se na vybrané turistické oblasti a z další literatury uvedené v seznamu zdrojů použité literatury.

Primární data, sloužící pro analýzu turistické oblasti Krumlovsko a PodKletí, byla získána pomocí kvantitativního výzkumu. Kvantitativní výzkum proběhl na základě vlastního dotazníkového šetření. Osobní dotazování bylo prováděno ve vybraných turistických oblastech, a sice v Českém Krumlově, Dívčím Kameni, Zlaté Koruně, dále v Holašovicích, Netolicích a na Kletí. Dotazování probíhalo po dobu 2 měsíců - v červenci a v srpnu. Dotazník obsahoval otázky zaměřující na spokojenost návštěvníků, hodnocení infrastruktury pro cestovní ruch, vnímání kvality služeb pro cestovní ruch a jejich cenového hodnocení, přístup místních obyvatel a podobně. Otázky v dotazníku byly uzavřené i otevřené. Dotazník byl vypracován ve dvou cizojazyčných verzích (v angličtině a němčině), jelikož jsou tyto oblasti hojně navštěvovány cizinci. Celkem bylo nasbíráno 300 dotazníků – 150 z turistické oblasti Krumlovska a 150 dotazníků z turistické oblasti PodKletí.

Z výsledků dotazníkového šetření a na základě analýzy současného stavu byla provedena syntéza výsledků a vytvořena návrhová část, která by měla vést ke zlepšení spokojenosti návštěvníků v turistické oblasti Krumlovska a PodKletí.

4. Řešení a výsledky

4.1. Vymezení turistické oblasti Krumlovsko

Turistická oblast Krumlovsko patří mezi nejnavštěvovanější regiony z celé České republiky nabízející širokou škálu turisticky zajímavých atraktivností od přírodních krás a oblíbené vodáctví na řece Vltavě, až po vysoké množství nádherných historických památek. V této turistické oblasti je největším skvostem město Český Krumlov, které patří mezi první tři česká města zapsaná na Seznamu světové přírodní a kulturní dědictví UNESCO. (Jižní Čechy, 2018)

Město Český Krumlov je městem kulturního dědictví, jelikož pojímá 300 památkově chráněných objektů v historickém centru, drží druhý největší hradní a zámecký komplex v České republice a disponuje největším barokním divadlem na světě. Město Český Krumlov je také městem kultury a umění, kde se konají festivaly a koncerty, nachází se zde 7 muzeí a 4 galerie, Egon Schiele Art Centrum či International Art Gallery. Ve městě se konají různé historické slavnosti, ochutnávky piv v místním pivovaru, noční prohlídky města či projížďka na voru po řece Vltavě, a proto je Český Krumlov chápán i jako město mnoha zážitků. Pro kongresovou a incentivní turistiku jsou nabízeny různé kongresové a exkluzivní historické prostory či zámecká zahrada. Český Krumlov je město s krásnou přírodou vhodnou pro pěší turistiku, cyklistiku, vyjížděky na koních, hraní golfu či rafting. (Jižní Čechy, 2018)

4.2. Vymezení turistické oblasti PodKletí

Turistická oblast PodKletí se nachází západně až jihozápadně od Českých Budějovic mezi městy Prachatice, Český Krumlov a Hluboká nad Vltavou a čítá rozlohu 589 km². Dominantou oblasti je ze všech směrů viditelná hora Klet' ale oblast zahrnuje roviny a rybníky Zbudovských Blat, oblast Lhenicka-Chelčicka, Netolicko s renesančním zámkem Kratochvíle, Křemežsko, Chvalšinsko, Kájovsko a další. V této oblasti se nachází i mnoho významných kulturních a historických památek od pravěkých hradišť, středověkých hradů, poutních míst, až po lidové architektury selského baroka. (Jižní Čechy, 2018)

Mezi nejlákavější turistické cíle můžeme zahrnout horu Klet', Zlatou Korunu, Selské baroko (Holašovice, Plástovice, Vodice, Záboří, Břehov a další), hrady, zámky a tvrze (Dívčí Kámen, Kuklov, Kratochvíle, Třísov atd.), muzea a expozice, dále i církevní památky. (Jihočeský venkov, 2018)

Turistická oblast PodKletí nabízí vysoký počet naučných stezek, 5 vesnických památkových rezervací (z toho 1 zapsaná na Seznamu UNESCO) a 8 vesnických památkových zón. Proto se o této oblasti hovoří jako o pravém jihočeském venkově. (Jihočeský venkov, 2018)

4.3. Primární nabídka cestovního ruchu

Primární nabídka cestovního ruchu je složena z přírodních podmínek, kulturně-historických podmínek a z organizovaných akcí. Mezi přírodní podmínky můžeme zařadit geomorfologické poměry (typy a formy reliéfů a chráněná území), klimatické podmínky (srážky, větrnost, sluneční svit), hydrologické podmínky (podzemní a povrchové vody) a biogeografické podmínky (fauna a flóra). Mezi kulturně-historické podmínky řadíme architektonické památky, umělecko-výtvarná díla, folklór, různá archeologická naleziště, muzea, galerie, divadla a další. Organizované akce zahrnují kulturní akce, sportovní akce, politicko-společenské akce a obchodní akce (výstavy a veletrhy). (Gúčík, 2000)

4.3.1. Přírodní potenciál

Podnebí

Okres Český Krumlov leží v mírné až chladné oblasti. Okolí Blanského lesa a Českého Krumlova se nachází v nejteplejší oblasti, zatímco Českokrumlovská vrchovina a nižší část Šumavy patří k nejchladnějším místům. Maximální průměrná měsíční teplota činí 16,4 °C a připadá na měsíc červenec, naopak nejchladnější měsíc je leden s průměrnou měsíční teplotou -2,9 °C. (Sdružení Oficiálního informačního systému Český Krumlov, 2000)

Vodstvo

Hlavní řekou, která odvodňuje téměř veškerá území, je Vltava. Do okresu přitéká od severozápadu a vtéká do Lipenské přehrady. Do řeky Vltavy vtéká mnoho řek a potoků. Hlavními přítoky jsou Olšina, Lukavický, Černý a Hamerský potok, Menší a Větší Vltavice, Polečnice, Křemežský potok apod. Další významnou řekou je Malše. Řeka Malše pramení v Rakousku a nedaleko od obce Kaplice vtéká do vodní nádrže Římov a odtud do Českých Budějovic, kde vtéká do řeky Vltavy. (Sdružení Oficiálního informačního systému Český Krumlov, 1999)

V oblasti se nachází jen malý počet přírodních jezer a rybníků. Největším a nejvýše položeným rybníkem je rybník Olšina. Nejstarším rybníkem je Počátek a Pláničský rybník. (Sdružení Oficiálního informačního systému Český Krumlov, 1999)

Chráněná krajinná území

V regionu Český Krumlov se nachází 45 maloplošných chráněných území přírody. Národními přírodními rezervacemi je Žofínský prales, který patří mezi nejstarší přírodní rezervace ve střední Evropě, Čertova Stěna a Luč u Vyššího Brodu a Národní přírodní rezervace Vyšenské kopce, které jsou z přírodologického hlediska nejdůležitější z celé jihočeské oblasti. (Sdružení Oficiálního informačního systému Český Krumlov, 1999)

V oblasti PodKletí má největší význam Chráněná krajinná oblast Blanský les, která představuje zachovalý krajinný celek s četnými atraktivitami. V tomto území je vyhlášeno 14 přírodních rezervací (Vyšenské kopce, Klet', Dívčí Kámen aj.). Nejrozsáhlejší pramennou oblastí je Křemežská kotlina, která zabírá téměř polovinu území CHKO Blanský les. (Sdružení Oficiálního informačního systému Český Krumlov, 2001)

4.3.2. Kulturně-historický potenciál

Architektonické památky

Vedle již zmiňovaného Státního hradu a zámku Český Krumlov se ve městě nachází kostel sv. Víta, který vyniká gotickým slohem, dále kláštery, které jsou po krumlovském zámku druhé největší, kaple na Křížové hoře nebo Ptačí hrádek. V Českém Krumlově byla také postavena synagoga, která téměř bez úhony přečkala období světových válek i totalitního režimu. (Oficiální informační systém Český Krumlov, © 2006 – 2018)

Zámecká věž s celým areálem Státního hradu a zámku Český Krumlov tvoří největší dominantu města. Hrad postavený ve 13. století v gotickém stylu byl ve 14. a 16. století přestavěn do renesančního stylu. V prvním zámeckém nádvoří je zámecké lapidárium, kde jsou vystaveny originály barokních soch zámeckého areálu. Druhou dominantou Českého Krumlova je nepochybně kostel sv. Víta, který se, se svou osmibokou novogotickou věží, stává architektonickým skvostem města. (Oficiální informační systém Český Krumlov, © 2006 – 2018)

Z kulturních památek je v turistické oblasti PodKletí dominantní klášter Zlatá Koruna ve stejnojmenné obci. Další význačnou památkou je zřícenina Dívčí Kámen. V obcích existuje i řada menších kulturních památek. V Brlohu se nachází kaplička sv. Vojtěcha, v Holubově Keltské oppidum a rozhledna na Kleti, v Křemži hrádek Křemže, tvrz Chlumeček, hrad Dívčí Kámen a v Nové Vsi hrad a klášter Kuklov. (Sdružení Oficiálního informačního systému Český Krumlov, 2000)

Muzea

V Českém Krumlově se nalézají mnohá muzea, například Regionální muzeum, Hradní muzeum, muzeum vltavínů, loutek či muzeum historických motocyklů. (Oficiální informační systém Český Krumlov, © 2006 – 2018)

V Regionálním muzeu si může návštěvník prohlédnout archeologické, umělecké a řemeslné sbírky, které popisují historii města. Expozice muzea nabízí k nahlédnutí keramický model města představující vzhled Českého Krumlova v roce 1800, dále gotické plastiky, národopisné exponáty aj. (Oficiální informační systém Český Krumlov, © 2006 – 2018)

Muzeum vltavínů představuje světovou raritu, jelikož se jedná o drahokamy vzniklé dopadem meteoritu na Zemi. V muzeu jsou k vidění prvotřídní exponáty či zajímavosti z astronomie a geologie. (Oficiální informační systém Český Krumlov, © 2006 – 2018)

V turistické oblasti PodKletí se nachází Dobčická tvrz, ve které je vystavena expozice štábu americké armády v roce 1945, muzeum ve Chvalšínách, které se zabývá schwarzenberským plavebním kanálem, Selský dvůr Holašovice, kde je vystavena expozice života jihočeské vesnice nebo například Observatoř na Kleti, která patří mezi světovou špičku ve výzkumu planetek a komet. Mezi další muzea a expozice může být zmíněno muzeum JUDR. Otakara Kudrny v Netolicích, památník Petra Chelčického v Chelčicích či Včelařská expozice v Pištíně. (Jihočeský venkov, 2018)

4.3.3. Kulturně-společenský potenciál

Nejdůležitější centrum kultury v turistické oblasti Krumlovsko je Státní hrad a zámek Český Krumlov, který disponuje atraktivními interiérovými i exteriérovými prostory. Na otáčivém hledišti lze shlédnout různá divadelní představení či koncerty, návštěvníci se mohou podívat i na výstavu kostýmů apod. Nejdůležitější společenské události se konají v Maškarním nebo Zrcadlovém sále. Státní hrad a zámek Český

Krumlov láká návštěvníky na různá hudební a divadelní představení, hudební soutěže, zážitkovou gastronomii, výstavy, konference a semináře či prezentační akce. (Oficiální informační systém Český Krumlov, 2006 – 2007)

Mezi významné akce pořádané v Českém Krumlově lze považovat Oslavy osvobození, na kterém si město každoročně připomíná osvobození města americkými vojsky, dále Slavnosti pětilisté růže, které navodí atmosféru města za vlády Rožmberků. Městem je veden historický kostýmový průvod v čele s vladařem následovaným jeho družinou a ve městě se konají rytířské turnaje, řemeslné trhy či pouliční dovadla. Na závěr slavností je spuštěn nad městem ohňostroj. V Českém Krumlově se odehrává Mezinárodní hudební festival, který je vrcholem krumlovského kulturního léta. Program zahrnuje hudbu mnoha žánrů od 15. století po současnost za účasti slavných našich i zahraničních interpretů. V neposlední řadě je nutné zmínit také Svatováclavské slavnosti, které se konají pravidelně na podzim a nabízí bohaté kulturní i gastronomické zážitky. (Oficiální informační systém Český Krumlov, © 2006 – 2018)

Turistická oblast PodKletí láká návštěvníky na Divadelní léto na zámku Kratochvíle, které nabízí večerní divadelní představení s neopakovatelným kouzlem nebo na Trempský, folk a country minifestival. (Jihočeský venkov, 2018)

Každoročně se v turistické oblasti PodKletí konají typické jihočeské slavnosti, jarmarky a akce, jako jsou například Selské slavnosti Holašovice, Staročeský jarmark v Netolicích, Křemežský víkend, Slavnosti plodů či Staročeské dožínky na blatech. (Jihočeský venkov, 2018)

4.4. Sekundární nabídka cestovního ruchu

Gúčík (2000) vysvětluje, že sekundární nabídka cestovního ruchu se skládá ze suprastruktury (ubytovací a pohostinská zařízení), infrastruktury, která zahrnuje cestovní kanceláře a agentury, turistická informační centra, směnárny, herny a ze všeobecné infrastruktury (místní infrastruktura, dopravní, zdravotnická infrastruktura či sportovně-rekreační zařízení, policie a záchranná služba).

4.4.1. Suprastruktura

Ubytování

Turistická oblast PodKletí nabízí návštěvníkům ubytování ve 2 hotelech, a to v Netolicích a Malých Chrástěnech. V Malých Chrástěnech je hotel koncipován

do unikátní památkové usedlosti nabízející i wellness služby. Hotel disponuje kapacitou 60 osob. (Jihočeský venkov, 2018)

Hosté se mohou ubytovat i ve 2 penzionech, 2 kempech či v 1 chatě. Tyto typy ubytovacích zařízení nabízejí různé druhy ubytování a různé služby (wellness, grilování, rybaření, hřiště, koupaliště aj.).

V okrese Český Krumlov se v letech 2014 – 2016 počet ubytovacích zařízení příliš nezměnil, avšak ve sledovaných letech zaznamenáváme mírný pokles v počtu hromadných ubytovacích zařízení, tím pádem i v počtu pokojů i lůžek.

Tabulka 1: Hromadná ubytovací zařízení v okrese Český Krumlov v letech 2014 - 2016

Hromadná ubytovací zařízení	2014	2015	2016
počet HUZ	300	298	294
počet pokojů v HUZ	4 516	4 577	4 444
počet lůžek v HUZ	13 260	13 335	13 091
počet míst pro stany a karav. v HUZ	4 828	4 432	4 497

Zdroj: Vlastní zpracování dle údajů z ČSÚ

V Českém Krumlově se hosté mohou ubytovat v mnoha typech ubytovacích zařízení. V okrese se nachází mnoho hotelů, hotelů garni, penzionů, apartmánů, hostelů, motelů, kempů ale i chat, chalup či statků a bytů sloužících k rekreaci. V oblasti existuje pouze 1 hotel ***** , a sice Hotel Růže.

Tabulka 2: Typy hromadných ubytovacích zařízení v okrese Český Krumlov v roce 2014 a 2016

Typy hromadných ubytovacích zařízení	2014	2016
hotel *****	1	1
hotel, motel, hotel ****	11	11
hotel, motel, hotel ***	34	37
hotel, motel, hotel **	2	1
hotel, motel, hotel *	1	
hotel garni	5	4
penzion	140	138
kemp	27	26
chatová osada	11	11
turistická ubytovna	15	14
ostatní HUZ	53	51
CELKEM	300	294

Zdroj: Vlastní zpracování dle údajů ČSÚ

Tabulka 3: Hosté a přenocování v okrese Český Krumlov v letech 2014 - 2016

	2014	2015	2016
počet hostů v HUZ	423 288	487 545	517 478
z toho rezidenti	234 870	282 571	292 348
z toho nerezidenti	188 418	204 974	225 130
počet přenocování v HUZ	1 033 031	1 175 548	1 243 992
z toho rezidenti	599 403	751 909	780 193
z toho nerezidenti	433 628	423 639	463 799

Zdroj: Vlastní zpracování dle údajů ČSÚ

Od roku 2014 zaznamenáváme každoroční nárůst počtu hostů v hromadných ubytovacích zařízeních. Z předcházející tabulky stojí za povšimnutí neustálý nárůst počtu hostů jak z České republiky, tak i ze zahraničí. I v počtu přenocování dochází ke každoročnímu nárůstu. V roce 2016 je zaznamenáno celkem 1 243 992 přenocování v okrese Český Krumlov. V roce 2015 nastal mírný pokles v počtu přenocování nerezidentů, který ovšem v dalším roce znovu vzrostl. Průměrný počet přenocování za rok 2016 v hromadných ubytovacích zařízeních činil 2,4 dne, z toho rezidenti 2,7 dne a nerezidenti 2,1 dne. Oproti roku 2015 nenastala žádná změna v průměrném počtu přenocování v HUZ.

Stravování

V oblasti Českého Krumlova se nachází mnoho restaurací, hospod, kaváren, vináren a barů, které nabízejí výběr od české až po mezinárodní kuchyni. Návštěvníci v Českém Krumlově našli zálibu v posezení v místních krčmách. Nejznámější krčmou je Krčma v Šatlavské ulici, kde nabízejí českou, mezinárodní kuchyni a speciality na roštu. Nutné je také zmínit restauraci Maštal, kde se specializují na tradiční českou kuchyni a steaky. V Českém Krumlově se nachází 37 restaurací, 5 krčem a pivnic, 2 vinárny či vinných sklepů, 8 kaváren, cukráren a čajoven a za nočním životem mohou návštěvníci jít do 2 barů a klubů.

4.4.2. Infrastruktura

Cestovní kanceláře a agentury

Ve městě český Krumlov sídlí několik cestovních kanceláří a agentur. Za zmínku stojí CK Invia, CA Agatha, CA Ocean či CK Saturn. V Českém Krumlově sídlí také cestovní kancelář Walking Tours Český Krumlov, která se specializuje

na poznávací zájezdy v Českém Krumlově, dále cestovní kancelář Krumlov Tours, která nabízí vyhlídkové jízdy v Českém Krumlově nebo cestovní kancelář organizující vyhlídkové plavby na lodi v Českém Krumlově. Cestovní kancelář Czech Shuttle nabízí přepravu „ode dveří ke dveřím“, tzn. vyzvednutí pasažérů přímo před hotelem. „Shuttle“ poskytuje přepravu do významných českých i evropských měst (Praha, Salzburg, Vídeň, Hallstatt, Brno, Karlovy Vary, Pasov, Budapešť, Mnichov, atd.). (Google.cz, 2018)

Turistická informační centra

Infocentrum Českého Krumlova je otevřené denně a poskytuje přichozím návštěvníkům bezplatné informace o ubytování, vstupenkách, jízdenkách, prohlídkách atd. V informačním centru se návštěvník může zakoupit turistické tiskopisy a suvenýry, může využít služeb směnárny či úschovny zavazadel. (Oficiální informační systém Český Krumlov, © 2006 – 2018)

V okrese Český Krumlov lze najít i další informační centra, a to Rožmberk, Horní Planá, Černá v Pošumaví, Frymburk, Lipno, Velešín, Besednice a Vyšší Brod, kde návštěvník může získat potřebné informace a prospekty o obci (oblasti). (Firmy.cz, © 1996 – 2018)

V turistické oblasti PodKletí se vyskytuje několik informačních center, a sice v Holašovicích, v Netolicích a v Boršově nad Vltavou. V Holubově sídlí informační středisko CHKO Blanský les a v Plástovicích se nachází Informační centrum jihočeského selského baroka. (Jihočeský venkov, 2018)

4.4.3. Všeobecná infrastruktura

Doprava

Severní částí města Český Krumlov prochází železniční trať České Budějovice – Černý Kříž. Hlavní vlakové nádraží se nachází zhruba 30 minut od centra města. Kvůli vysoké docházkové vzdálenosti není železniční doprava plně využita. Jedná se tedy hlavně o sezónní dopravu využívanou turisty a návštěvníky. (data.ckrumlov.cz, 2017)

Co se týče autobusové dopravy, nabízí město Český Krumlov spojení s více než 20 linkami. Spojení s velkými českými městy (Praha, Brno atd.) zajišťují mezinárodní autobusové linky – STUDENT AGENCY s.r.o. a RAMVEJ BUS s.r.o.

Ve městě jsou dostupné i autobusy městské hromadné dopravy provozované společností ČSAD AUTOBUSY České Budějovice a.s. Významným dopravním prostředkem jsou i tzv. „shuttly“, které zabezpečují na objednávku individuální přepravu na výlety. (data.ckrumlov.cz, 2017)

Nejbližší mezinárodní letiště od Českého Krumlova je Linec (vzdálenost 70 km), dále Praha (180 km) a Mnichov (300 km).

Sportovně-rekreační aktivity

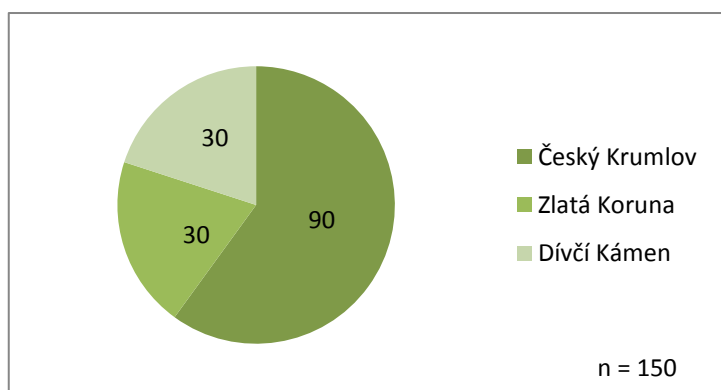
Oblast Českokrumlovská je vhodná pro aktivní dovolenou, díky neporušené přírodě a malebné krajině, která je vhodná pro pěší turistiku, cyklistiku, lyžování, golf, rybaření, rafting či jízdu na koních. Přímo ve městě je možnost zahrát si tenis, bowling či kuželky, zaplavat si v krytém bazénu, zabruslit si na zimním stadionu nebo zacvičit si v některém z místních fitness center. Oblast Českokrumlovská je oblíbená pro svou vodní turistiku. Plavba po řece Vltavě nabízí jedinečný pohled na historické památky a krásu místní přírody. V Českém Krumlově je řada půjčoven raftů a kánoí nabízející jednodenní či vícedenní plavby po nejdelší české řece. (Oficiální informační systém Český Krumlov, © 2006 – 2018)

V turistické oblasti PodKletí jsou na výběr různé sportovní či volnočasové aktivity. Pro pěší turistiku jsou vhodné naučné stezky kolem Kletě, naučná stezka „Brložsko“, Linecká stezka, Fritschova stezka k hradu Dívčí Kámen a další. Na kole se může návštěvník vydat za barokem do Holašovic, na naučnou cyklostezku do Netolic, po stopách filmu „Babovřesky“ do Blanského lesa, či se účastnit každoročních Slavností květů. Zimní lyžování si mohou návštěvníci užít ve 2 sjezdovkách (sjezdovka Rohy, sjezdovka Chmelná) nebo si zalyžovat na 56 km upravovaných běžeckých stop.

4.5. Dotazníkové šetření

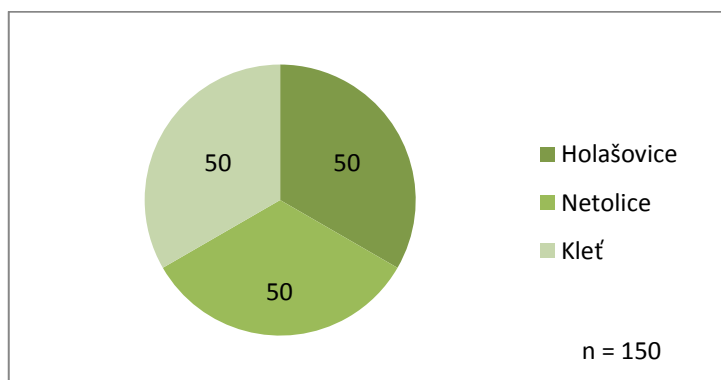
Dotazníkové šetření probíhalo v červenci a srpnu 2017 v místech s největší koncentrací návštěvníků v turistické oblasti Krumlovsko a PodKletí. Osobní dotazování v oblasti Krumlovska se odehrávala v Českém Krumlově, Dívčím Kameni a Zlaté Koruně. V turistické oblasti PodKletí se dotazníková šetření konala v Holašovicích, Netolicích a na Kleti. Šetření probíhala formou osobního dotazování. Celkem bylo nasbíráno a zhodnoceno 300 dotazníků, v Krumlovsku 150 a v PodKletí rovněž 150. V Českém Krumlově bylo nasbíráno v červenci a srpnu celkem 90 dotazníků, na Dívčím Kameni 30 dotazníků a ve Zlaté Koruně také 30 dotazníků. V Holašovicích, Netolicích i na Kleti bylo návštěvníky odpovězeno po 50 dotaznicích během sledovaného výzkumného období.

Graf 1: Rozložení osobního dotazování v turistické oblasti Krumlovsko



Zdroj: Vlastní zpracování

Graf 2: Rozložení osobního dotazování v turistické oblasti PodKletí



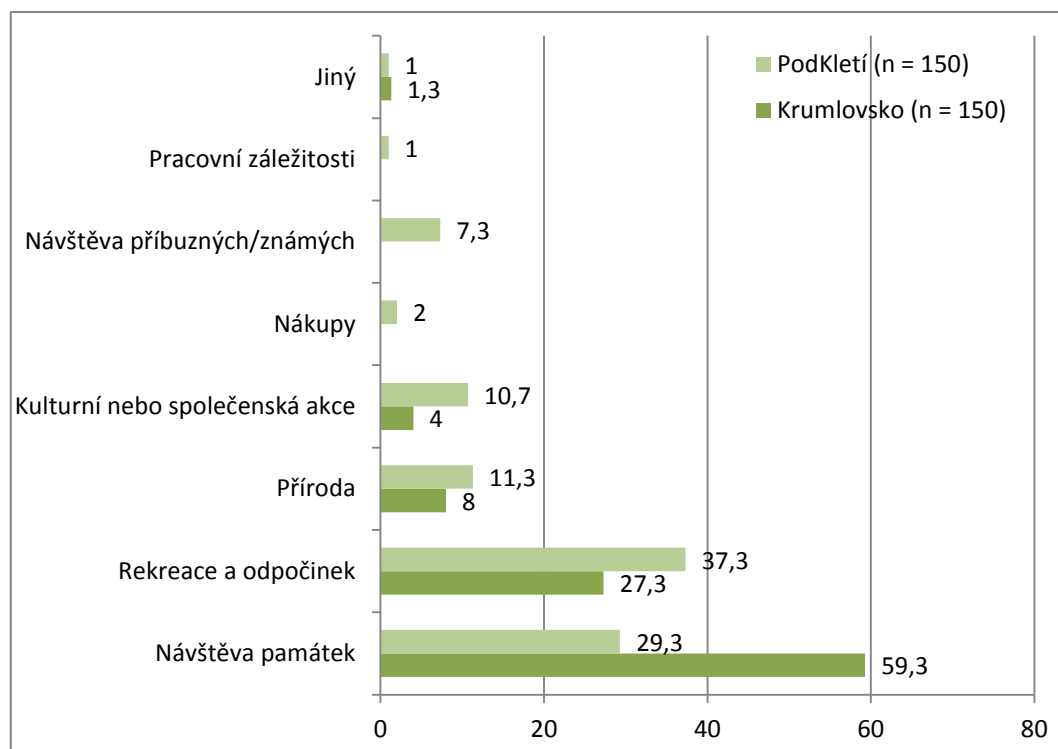
Zdroj: Vlastní zpracování

Hlavní důvod návštěvy

Z celkových 150 dotazovaných návštěvníků jich 89 (59,3 %) uvedlo, že do turistické oblasti Krumlovska přijíždějí nejčastěji kvůli návštěvě památek, dále 41 (27,3 %) dotazovaných za rekreací a odpočinkem. Zbývající respondenti uvedli, že jejich důvodem k návštěvě byla příroda (8 %), kulturní nebo společenské akce (4 %).

Do turistické oblasti PodKletí 56 (37,3 %) respondentů z celkových 150 uvedlo, že hlavním důvodem návštěvy byla rekreace a odpočinek, 44 (29,3 %) dotazovaných přijeli kvůli návštěvě památek, 17 (11,3 %) dotazovaných přijelo za přírodou a 16 (10,7 %) kvůli společenské a kulturní akci.

Graf 3: Hlavní důvod návštěvy v turistické oblasti Krumlovsko a PodKletí (v %)



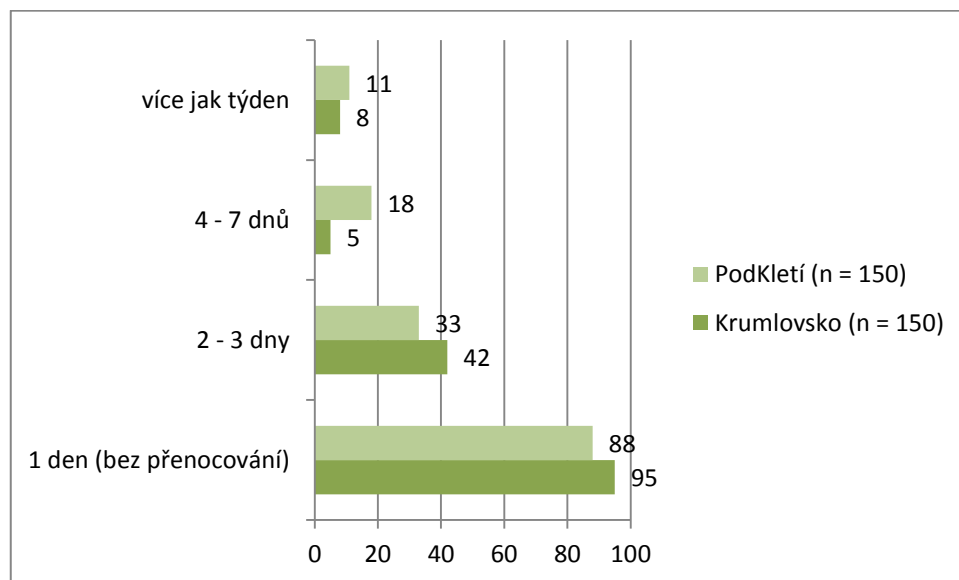
Zdroj: Vlastní zpracování

Délka pobytu

Významný podíl jednodenních návštěvníků je viditelný i ve zkoumaných turistických oblastech. Do Krumlovska přijelo 95 (63,3 %) dotazovaných z celkových 150 pouze na 1 den. 42 (28 %) respondentů v této oblasti strávili 2 – 3 dny, 5 (3,3 %) 4 – 7 dnů a pouze 8 osob (5,3 %) zde strávili více jak týden.

V turistické oblasti PodKletí je situace podobná. Na jeden den tuto oblast navštívilo 58,7 % návštěvníků, 2 – 3 dny zde strávilo 22 % respondentů, 4 – 7 dnů 12 % a na víc než týden sem přijelo 7,3 % z celkového počtu dotazovaných.

Graf 4: Délka pobytu v turistické oblasti Krumlovsko a PodKletí



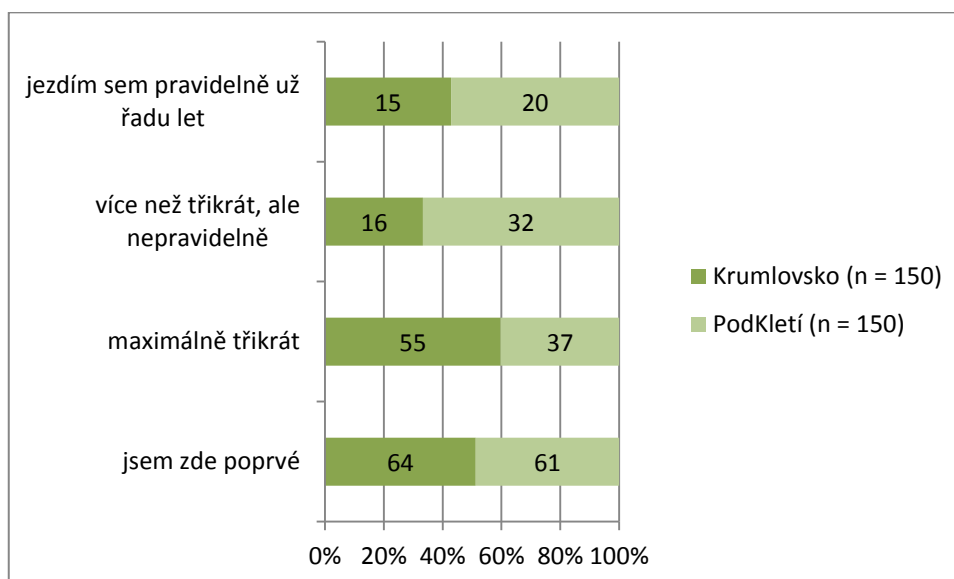
Zdroj: Vlastní zpracování

Frekvence návštěv

U otázky zaměřené na frekvenci návštěv byly v nabídce 4 možnosti, které jsou uvedeny v grafu č. 5. Oblast Krumlovska navštívilo 42,7 % dotazovaných poprvé, 36,7 % respondentů maximálně třikrát. 10 % respondentů navštívilo oblast Krumlovska více než třikrát, ale nepravidelně a stejné procento návštěvníků do této oblasti jezdí pravidelně již několik let.

Oblast PodKletí také navštívilo nejvíce návštěvníků poprvé (40,7 %). 25 % zaujímali návštěvníci, kteří tuto oblast navštívili maximálně třikrát a 21 % více než třikrát, ale nepravidelně. Pouhých 13,3 % dotazovaných jezdí do turistické oblasti PodKletí pravidelně již řadu let.

Graf 5: Frekvence návštěv v turistické oblasti Krumlovsko a PodKletí



Zdroj: Vlastní zpracování

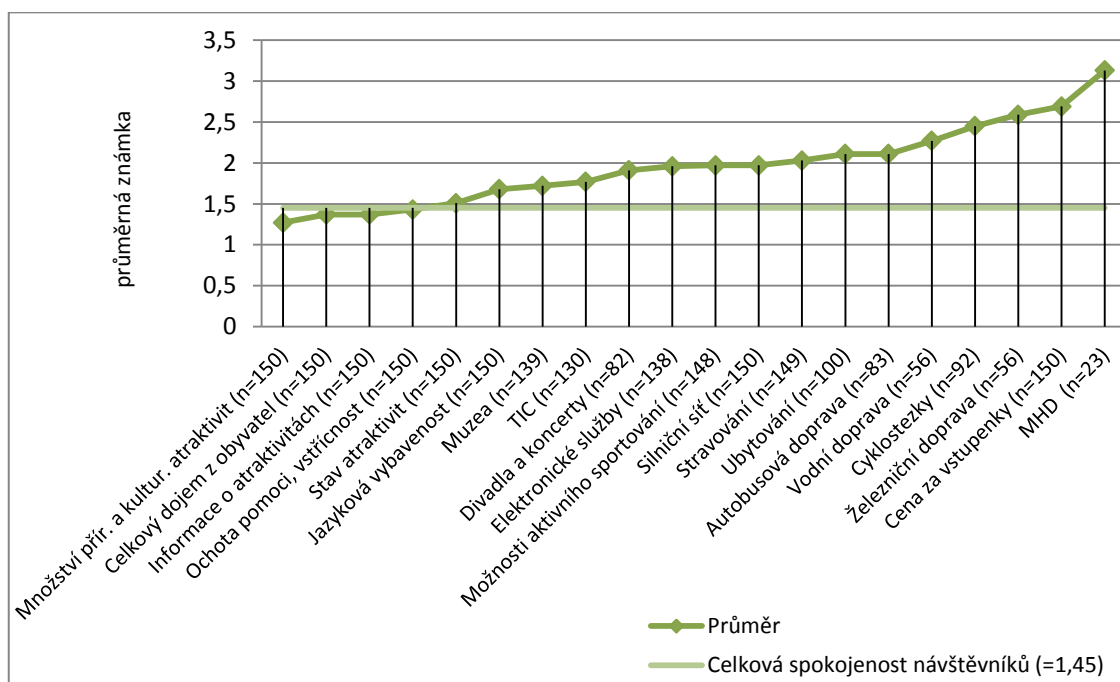
Do turistické oblasti Krumlovsko zavítali návštěvníci nejčastěji z Jihočeského kraje (36,28 %), dále ze Středočeského kraje (21,24 %), z Plzeňského kraje (11,5 %) a z kraje Hlavní město Praha (9,7 %). Turistickou oblast PodKletí nejvíce návštěvníků navštívilo z Jihočeského (54,7 %) a Středočeského kraje (14,8 %).

Spokojenost

Celkově nejvíce spokojeni s turistickou oblastí Krumlovsko bylo 94 respondentů a 81 respondentů s turistickou destinací PodKletí. Je nutné dále zmínit, že v PodKletí bylo 10 dotazovaných návštěvníků celkově nejvíce nespokojeno, kdežto v Krumlovsku to nebyl nikdo. Průměr v celkové spokojenosti návštěvníků byl v destinaci Krumlovsko 1,45 a v destinaci PodKletí 1,69.

Hlavní částí dotazníku bylo hodnocení spokojenosti se službami v cestovním ruchu. Hodnoceno bylo stravování, ubytování, turistická informační centra, aktivní i pasivní sport, divadla, koncerty, doprava a místní obyvatelstvo. Hodnocení probíhalo na škále 1 až 5, přičemž známka 1 znamenala nejlepší a naopak 5 nejhorší. Jednou z nabízených možností bylo i „nevím/nemohu posoudit“. Tato odpověď nebyla zahrnována do hodnocení, které je možné vidět v grafech 6 a 7.

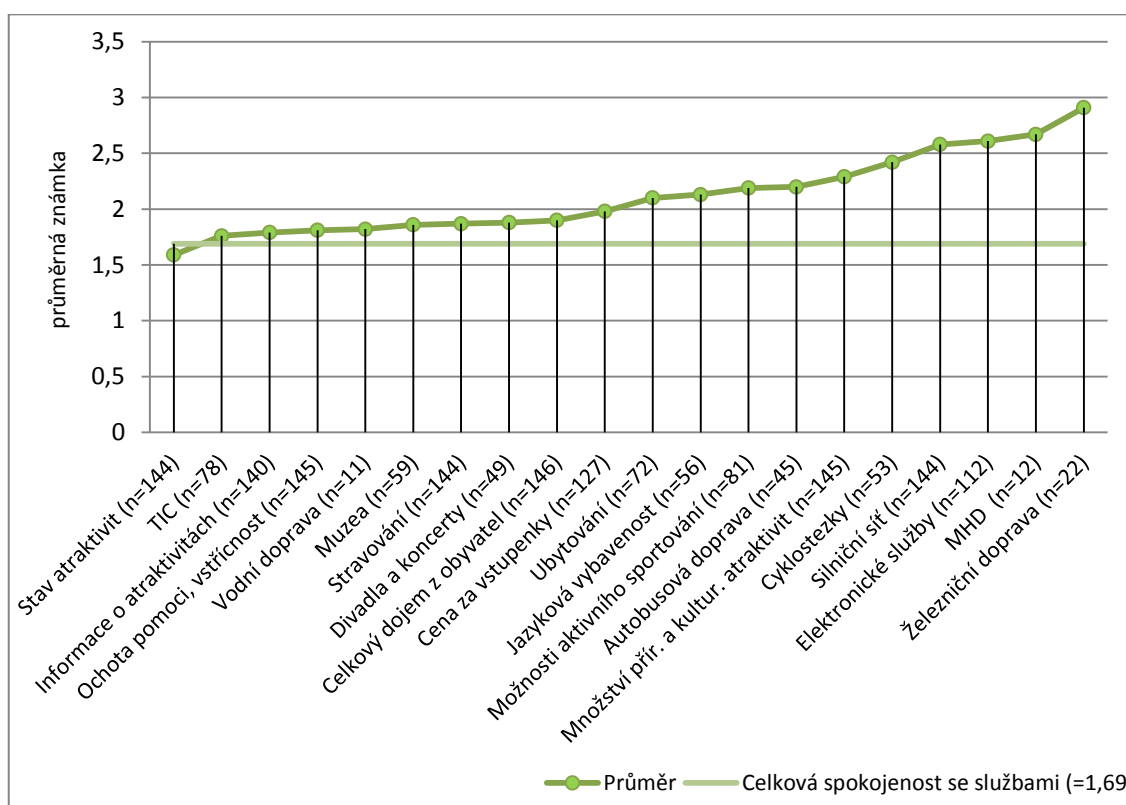
Graf 6: Spokojenost návštěvníků se službami v turistické oblasti Krumlovsko



Zdroj: Vlastní zpracování

Nejlepší průměr získalo množství přírodních a kulturních atraktivit, a sice průměr 1,27. Do průměru 2 se vměstnaly také informace o atraktivitách, stav atraktivit, jazyková vybavenost a ochota pomoci a vstřícnost místního obyvatelstva, muzea, divadla a koncerty a možnosti aktivního sportování. Ubytování bylo vyhodnoceno průměrem 2,11. Autobusová doprava získala stejný průměr, ale je nutné podotknout, že na tuto otázku odpovědělo jen 83 respondentů z celkových 150. Z grafu je možné vyčíst, že nejhorší průměrnou spokojenost zastává železniční doprava (2,59), ceny za vstupenky (2,69) a MHD stojí s průměrem 3,13 na posledním místě (tuto službu hodnotilo pouze 23 respondentů).

Graf 7: Spokojenost návštěvníků se službami v turistické oblasti PodKletí



Zdroj: Vlastní zpracování

Turistická oblast PodKletí uspokojuje návštěvníky především stavem atraktivit, které ohodnotili průměrem 1,59. Návštěvníci jsou dále spokojeni s turistickými informačními centry, informacemi o atraktivitách, muzei, koncerty, divadly a se stravováním. Všechny uvedené služby jsou ohodnoceny do průměru 2. Nejvíce nespokojeni jsou návštěvníci se železniční dopravou (průměr 2,91), MHD (2,67), s elektronickými službami (2,61), dále se silniční sítí, s množstvím a stavem cyklostezek, s množstvím přírodních a kulturních atraktivit, s autobusovou dopravou a s možnostmi aktivního sportování.

Stravování

Spokojenost se stravováním hodnotilo v destinaci Krumlovsko 149 návštěvníků s průměrnou známkou 2,03. Dvacet dva respondentů ohodnotilo stravování známkou 1, 105 známkou 2, 18 hodnotících známkou 3, 3 respondenti známkou 4 a pouze jeden návštěvník byl se stravováním v této oblasti nejvíce nespokojený a ohodnotil ji známkou 5.

V turistické oblasti PodKletí hodnotilo stravování 144 návštěvníků s průměrnou známkou 1,87. Známkou 1 ohodnotilo stravování více než polovina dotazovaných návštěvníků (74). Třicet dva respondentů ocenilo stravování známkou 2, 27 známkou 3, 5 známkou 4. Nejhorší možnou známku udělilo turistické oblasti PodKletí 6 návštěvníků.

Ubytování

Pro ubytování v Krumlovsku bylo získáno 100 odpovědí a byla mu udělena průměrná známka 2,11. Nejvíce byla zaznamenávána známka 2, a to až ze 66 %. Dvanáct dotazovaných ohodnotilo ubytování známkou 1 a 21 známkou 4. Zámka 5 nebyla nikým přidělena.

V PodKletí ohodnotilo stav ubytování 72 návštěvníků a posoudilo ho průměrnou známkou 2,1. Až 60 % hodnotících přidělilo oblasti PodKletí známku 1 nebo 2. Pět dotazovaných udělilo známku 3 a 1 známku 4. Devět návštěvníků ohodnotilo ubytování známkou 5, což činí téměř 13 %.

Turistická informační centra

V destinace Krumlovsko hodnotilo turistická informační centra 130 osob s průměrnou známkou 1,77 a v PodKletí 78 návštěvníků s průměrnou známkou 1,76. V obou turistických oblastech byli návštěvníci až s 90 % spokojeni a udělili známky 1 nebo 2. V Krumlovsku nikdo neohodnotil turistická informační centra známkou 5 ale v PodKletí tuto známku udělilo 5 návštěvníků.

Muzea

Muzea v oblasti Krumlovska hodnotilo celkem 144 návštěvníků a přidělilo jim průměrnou známku 1,72. Drtivá většina návštěvníků (94 %) jsou s muzei spokojeni, jelikož je ohodnotilo 45 návštěvníků známkou 1 a 88 známkou 2. Žádný z respondentů nepřidělil známku 4 nebo 5.

Průměrná známka v turistické oblasti PodKletí byla vypočítána na 1,86. Na tuto otázku v dotazníku odpovědělo 59 osob. Až 80 % dotazovaných udělilo oblasti PodKletí známku 1 nebo 2. Zámku 3 udělilo 9 osob a známku 4 nebo 5 pouze 3 návštěvníci. Kvůli malému počtu respondentů je možné se domnívat, že návštěvníci tyto služby v oblasti PodKletí příliš nevyužívají.

Divadla a koncerty

Nabídku divadel a koncertů hodnotilo v destinaci Krumlovsko 82 osob, kteří ji ocenili s průměrnou známkou 1,91. 70 (85 %) dotazovaných bylo spokojeno s touto službou a ohodnotili ji známkou 1 nebo 2. Známkou 3 ohodnotilo divadla a koncerty 11 návštěvníků a známkou 4 pouze 1 dotazovaný. Nikdo z respondentů nevyužil pro hodnocení známku 5.

Situace v oblasti PodKletí je podobná avšak hodnotících bylo pouze 49 osob, kteří udělili průměrnou známku 1,88. Známkou 1 nebo 2 udělilo 84 % z nich, 4 návštěvníci známku 3. Známkou 4 využili pro své hodnocení pouze 2 návštěvníci. Stejně je tomu tak i se známkou 5. Nehodnocení těchto služeb může znamenat, že je návštěvníci v této oblasti příliš nevyužívají.

Možnosti aktivního sportování

Sportovní aktivity oznámkovalo 148 respondentů. Nejčastější známka byla 2 (109) a průměrné hodnocení je 1,97. Pouze 1 člověk byl s možnostmi aktivního sportování nespokojený (známka 5). Tato skutečnost může svědčit o tom, že turistická oblast Krumlovsko má výborný potenciál pro aktivní sportování.

Turistická oblast PodKletí získala od 81 respondentů průměrnou známku 2,19. Třicet jedna respondentů ohodnotilo tuto oblast známkou 1, 24 známkou 2. Z celkových 81 respondentů bylo 9 návštěvníků, kteří nebyli s možnostmi aktivního sportování spokojeni a přidělili známku 5.

Možnosti pasivního sledování sportu

V turistické oblasti Krumlovsko ohodnotilo možnosti pasivního sledování sportu celkem 123 a jejich hodnocení bylo až z 86 % známkou 1, 2 nebo 3. Pouze 4 návštěvníci udělili známku 4 a známka 5 nebyla využita vůbec.

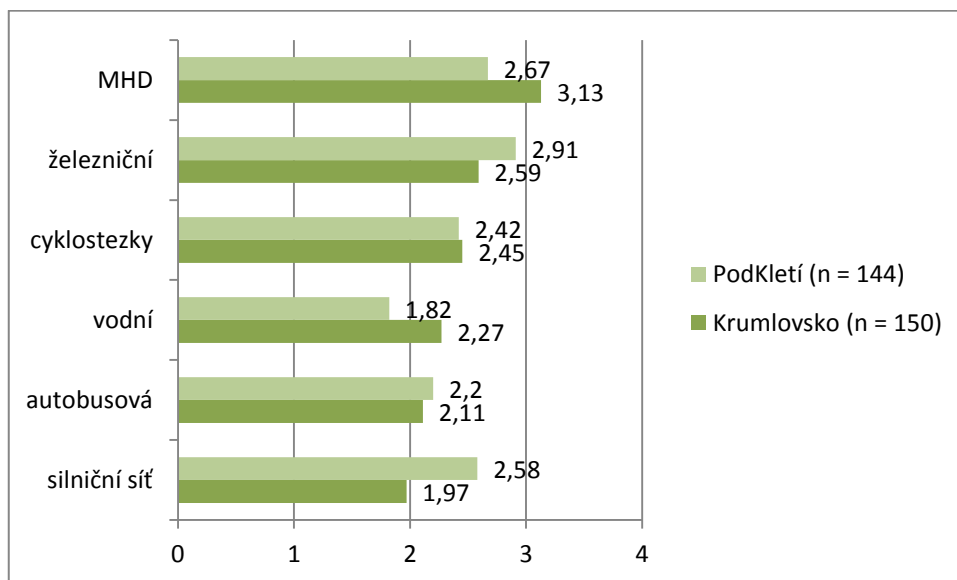
V oblasti PodKletí je až ze 78 % přidělena známka 1, 2 nebo 3. V této oblasti se ovšem vyskytuje i hodnocení známkou 4 (6,5 %) a 5 (2,3 %). Na tuto otázku v dotazníku odpovědělo pouze 46 návštěvníků.

Doprava

Hodnocením spokojenosti s dopravou se zabírala větší část dotazníku. Posuzovala se silniční, autobusová, železniční, vodní doprava, cyklostezky, dále MHD,

doprava z místa bydliště doprava v oblasti. Hodnocen byl zejména stav, kvalita, značení a spoje v dopravě.

Graf 8: Průměrné hodnocení druhů dopravy v turistické oblasti Krumlovsko a PodKletí



Zdroj: Vlastní zpracování

Z grafu je patrné, že návštěvníci jsou nejvíce spokojeni se silniční sítí v oblasti Krumlovska a s vodní dopravou v oblasti PodKletí. Nejméně spokojeni jsou s MHD a železniční dopravou.

V oblasti Krumlovska až 90 % respondentů ohodnotilo silniční síť známkou 1 nebo 2. V PodKletí ohodnotilo těmito známkami 47 % respondentů. V Krumlovsku nevyužil žádný návštěvník ohodnocení známkou 5, kdežto v PodKletí ji využilo 4 % respondentů. V Krumlovsku hodnotilo silniční dopravu 150 respondentů a v PodKletí 144.

Autobusovou dopravu hodnotil v obou oblastech menší počet respondentů, a sice v Krumlovsku 83 a v PodKletí 45. Na Krumlovsku jsou z 80 % spokojeni se stavem a spoji autobusové dopravy s hodnocením známkami 1 nebo 2. Zbývající počet respondentů ohodnotil autobusovou dopravu známkou 3 a 1 návštěvník známkou 4. V turistické oblasti PodKletí 69 % respondentů ohodnotilo autobusovou dopravu známkou 1 nebo 2, 18 % známkou 3, 11 % známkou 4 a jeden návštěvník ohodnotil autobusovou dopravu v této oblasti známkou 5.

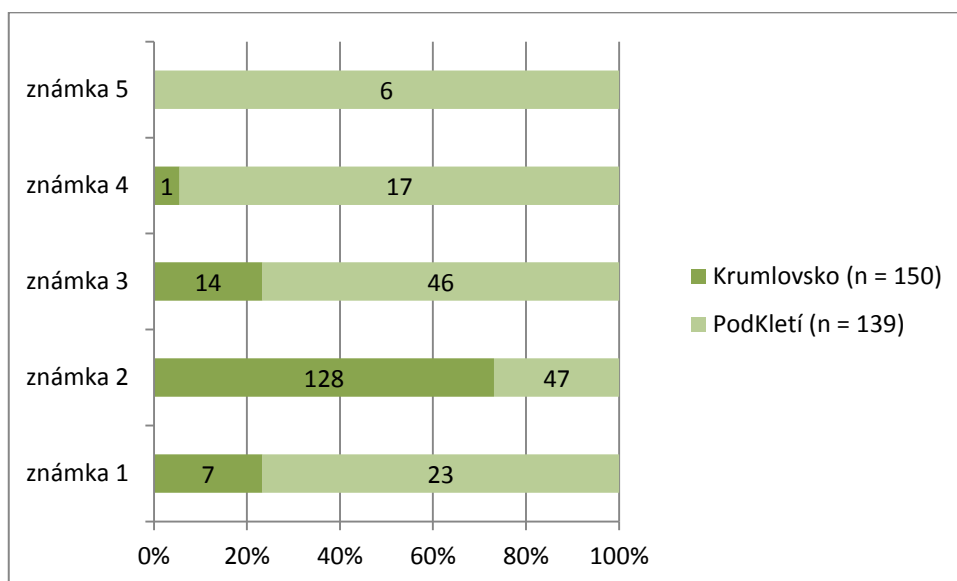
V Krumlovsku hodnotilo železniční dopravu 56 respondentů a z jejich hodnocení vyplývá, že není na vysoké úrovni. Nejčastější udělovaná známka byla 3 (57 %), dále známka 2 (39 %) a známku 1 udělil jenom jeden respondent. V PodKletí je patrná vyšší nespokojenost. Znamky 1, 2 nebo 3 udělilo celkem 72 % dotazovaných. Znamku 3 udělilo 13 % návštěvníků a známku 5 rovněž 13 %. I z průměrného celkového hodnocení vychází potenciál pro zlepšení stavu a spojů v železniční dopravě.

Z grafu č. 8 je viditelné, že stav MHD a jejich spoje nejsou na vysoké úrovni. Je nutné ovšem brát v potaz nízký počet respondentů. V Krumlovsku byla tato otázka zodpovězena 23 respondenty. Více než polovina z nich udělilo známku dvě. 26 % ohodnotilo MHD známkou 1 a 17 % známkou 5. V turistické oblasti PodKletí byla nejčastěji používanou známkou 3 (42 %), dále známka 2 (33 %). V této oblasti žádný z respondentů neohodnotil tuto službu známkou 5.

Spokojenost s cyklostezkami se odvíjí od jejich sítě, stavu, značení a množství odpočívadel. V Krumlovsku odpovědělo na tuto otázku 92 respondentů a 45 % z nich, ohodnotilo vybavenost a stav cyklostezek známkou 1 nebo 2. Nejčastěji používanou známkou však byla 3 (52 %). Je tedy možné hovořit o dalším potenciálu pro rozvoj cestovního ruchu. V destinaci PodKletí, z celkových 53 respondentů, 55% návštěvníků ocenilo cyklostezky známkou 1 nebo 2. V této oblasti bylo 11 % respondentů, kteří cyklostezky ohodnotili známkou 5.

Při hodnocení vodní dopravy je důležité si uvědomit, že se jedná pouze o sezónní činnost sloužící v těchto oblastech pro rekreaci. V turistické oblasti Krumlovsko je vodní doprava velmi oblíbenou turistickou atraktivitou. Z celkových 56 respondentů, kteří odpověděli na otázku vodní dopravy v oblasti Krumlovska, 23 % z nich ji ohodnotilo známkou 1, 39 % známkou 2 a 30 % známkou 3. V turistické oblasti PodKletí převažovala známka 2 (64 %), dále známka 1 (27 %) a 3 (9 %).

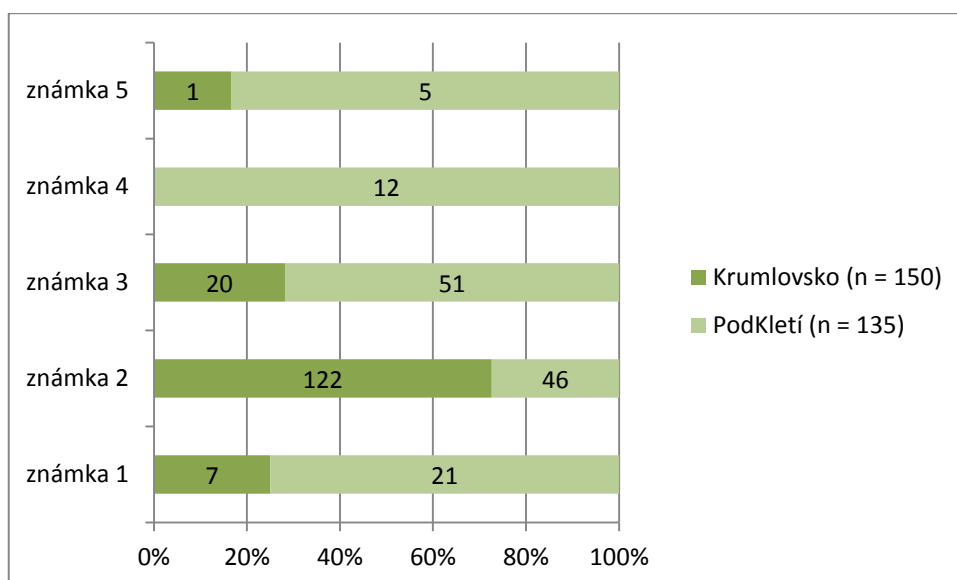
Graf 9: Hodnocení dopravy z místa bydliště



Zdroj: Vlastní zpracování

Na otázku hodnocení dopravy z místa bydliště odpovědělo v turistické oblasti Krumlovsko všech 150 respondentů, kteří ji ohodnotili s celkovým průměrem 2,06 a v PodKletí 139 s celkovým průměrem 2,54. Nejčastěji používanou známkou v obou destinacích byla 2, nejméně 5, kterou v oblasti Krumlovska nevyužil žádný z dotazovaných respondentů.

Graf 10: Hodnocení dopravy v oblasti

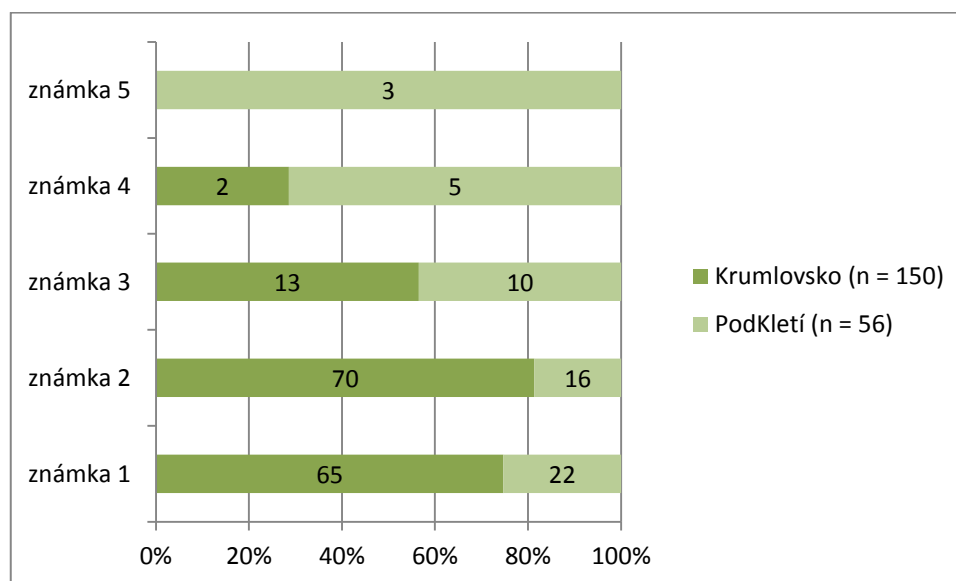


Zdroj: Vlastní zpracování

V Krumlovsku odpovědělo na otázku dopravy v oblasti všech 150 respondentů, kteří jí udělili průměrnou známku 2,11. V PodKletí odpovědělo 135 dotazovaných s průměrnou známkou 2,51. V Krumlovsku byla nejčastěji používanou známkou 2 (81 %), dále 3 (13 %) a známka 1 (5 %). V PodKletí byly známky rovnoměrněji rozloženy, a to následovně: známka 1 (16 %), 2 (34 %), 3 (38 %), 4 (10 %), 5 (4 %).

Místní obyvatelstvo

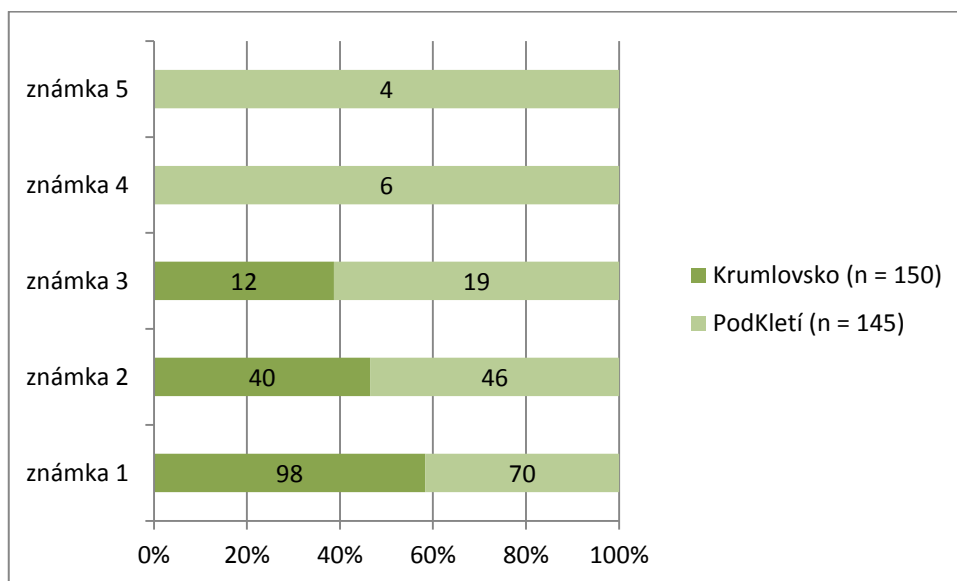
Graf 11: Jazyková vybavenost místního obyvatelstva v turistické oblasti Krumlovsko a PodKletí



Zdroj: Vlastní zpracování

Z předcházejícího grafu je možné si všimnout, že jazyková vybavenost místních obyvatel je na dobré úrovni. V těchto oblastech je jazyková vybavenost nutností a velmi se na ni v cestovním ruchu dbá. Respondenti ohodnotili jazykovou vybavenost v turistické oblasti Krumlovsko průměrnou známkou 1,68 a v PodKletí 2,13. Průměrná známka v oblasti PodKletí je nižší, jelikož odpovídal menší počet respondentů a 3 z nich ohodnotili jazykovou vybavenost známkou 5. V Krumlovsku 43 % respondentů ocenilo jazykovou vybavenost známkou 1, 47 % známkou 2, 9 % známkou 3 a 1 % známkou 4. Známkou 5 nebyla udělena. V PodKletí byla známka jedna udělena 39 % respondentů, známka 2 29 % respondentů, 18 % respondentů udělilo známku 3, známku čtyři 9 % a známku pět 5 %.

Graf 12: Ochota pomoci a vstřícnost místního obyvatelstva v turistické oblasti Krumlovska a PodKletí



Zdroj: Vlastní zpracování

150 respondentů v oblasti Krumlovska, kteří odpověděli na otázku ochoty pomoci a vstřícnosti místního obyvatelstva, ji ohodnotili celkovým průměrem 1,43 a v turistické oblasti PodKletí odpovědělo na otázku 145 respondentů s celkovým průměrem 1,81. V Krumlovsku udělilo 65 % respondentů známku jedna, 27 % známku dva a 8 % známku 3. Jedná se tedy o turistickou oblast, ve které je dobrý vztah mezi návštěvníky a místním obyvatelstvem. V PodKletí byla známka jedna udělena 48 % respondenty, známka dva 32 %, známka 3 13 %, známka čtyři 4 % a 4 (3 %) respondenty byla udělena známka 5.

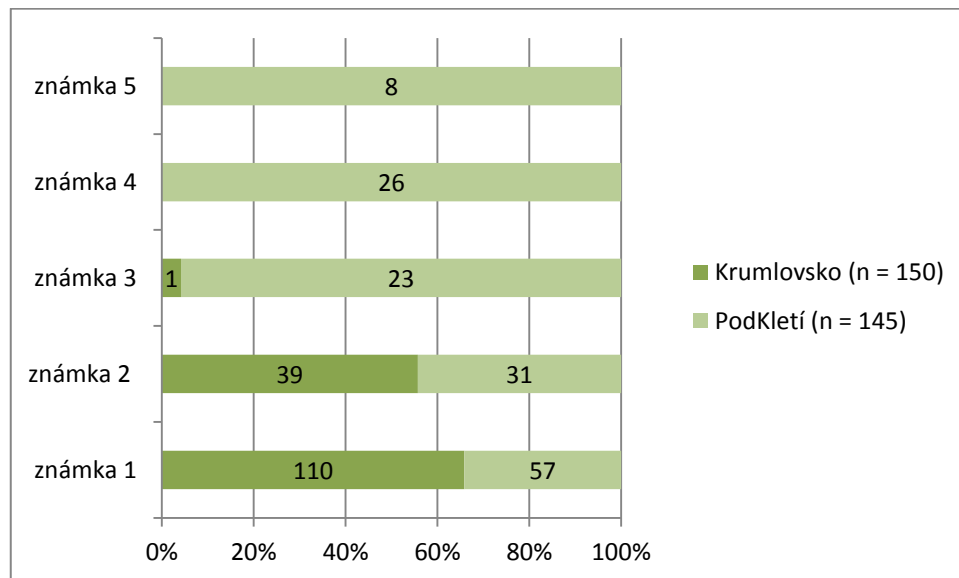
Obdobné hodnocení získal i celkový dojem z místních obyvatel, přičemž v turistické oblasti Krumlovska tuto otázku hodnotilo 150 respondentů s celkovým průměrem 1,37 a v PodKletí 146 respondentů s celkovým průměrem 1,90.

Kulturní a přírodní atraktivity

Následující graf zaznamenává udělené hodnocení za množství kulturních a přírodních atraktivit. Na tuto otázku odpovědělo v turistické oblasti Krumlovska všech 150 respondentů s celkovým průměrem 1,27. Jde o oblast s velmi vysokým výskytem kulturních i přírodních atraktivit. V turistické oblasti PodKletí hodnotilo tuto otázku 145 respondentů s celkovým průměrem 2,29. V Krumlovsku známka 4 a 5

nebyla nikým udělena, kdežto v PodKletí udělilo známku čtyři 18 % (26) respondentů a známku pět 6 % (8) respondentů.

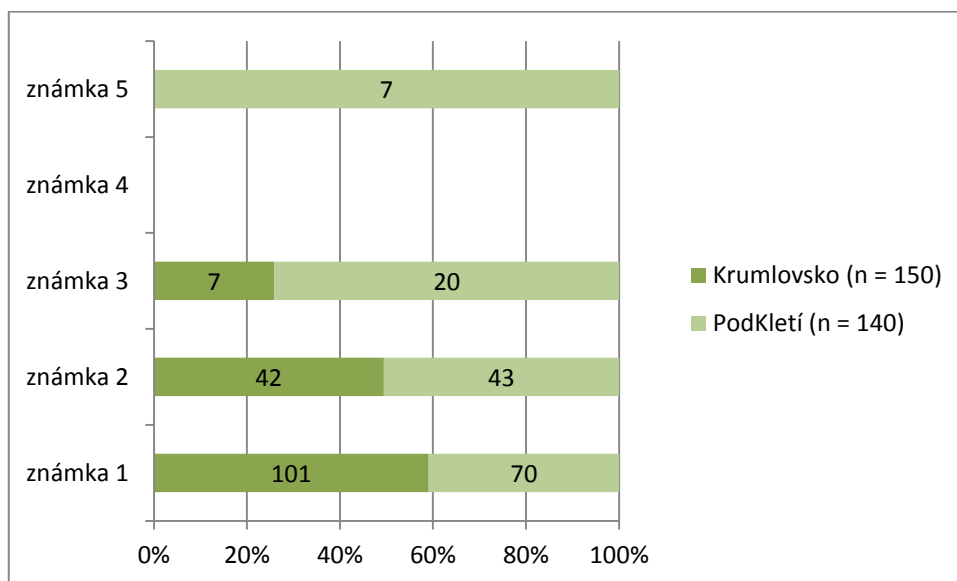
Graf 13: Množství kulturních a přírodních atraktivit v turistické oblasti Krumlovsko a PodKletí



Zdroj: Vlastní zpracování

Co se týče dostupných informací o kulturních a přírodních atraktivitách, patří oblast Krumlovska k velmi dobrým. 150 respondentů vyhodnotilo tuto oblast celkovým průměrem 1,37 a 67 % respondentů ocenilo informace o atraktivitách známkou 1 a 28 % známkou 2. Pouze 7 respondentů (5 %) využilo pro hodnocení známku 3. V turistické oblasti PodKletí hodnotilo tuto otázku 140 respondentů s celkovým průměrem 1,79. V této oblasti byla z 50 % udělena známka jedna, známkou 2 ohodnotilo 31 % respondentů a známkou tři 14 %. Sedm respondentů (5 %) využilo pro hodnocení známku 5.

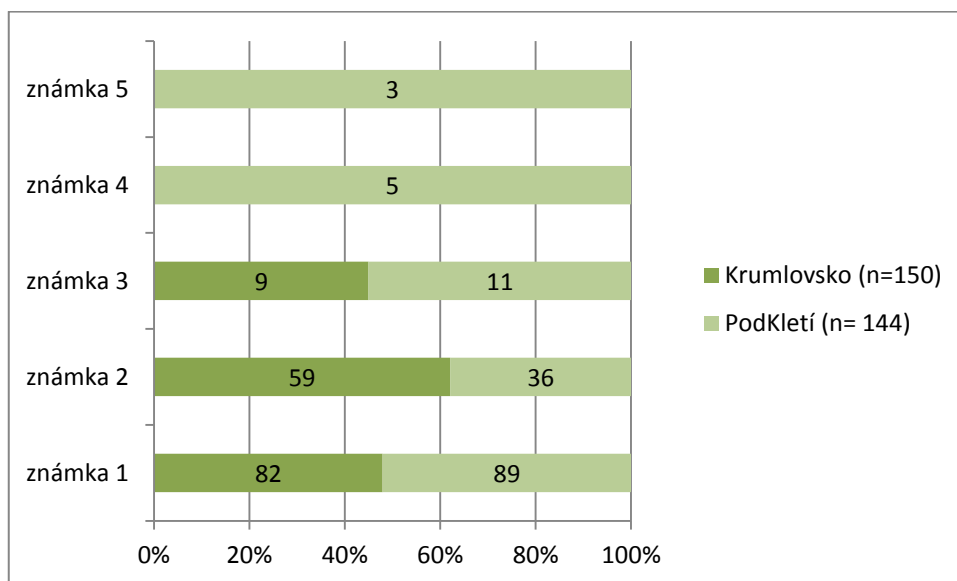
Graf 14: Informace o kulturních a přírodních atraktivitách v turistické oblasti Krumlovsko a PodKletí



Zdroj: Vlastní zpracování

V dotazníku se objevila také otázka týkající se stavu přírodních a kulturních atraktivit. V Krumlovsku na ní odpovědělo 150 respondentů s celkovým průměrem 1,51 a v PodKletí 144 s celkovým průměrem 1,59. Krumlovsko bylo ohodnoceno známkami 1, 2 a 3. Známkou 4 a 5 nebyla žádným respondentem použita. Až 55 % (82) hodnotících udělilo známku 1, 39 % (59) známku 2 a 6 % (9) známku 3. V PodKletí byla nejčastěji použitou známkou 1 (62 %), dále známka dva (25 %), známka 3 (8 %). V této oblasti byla použita i ohodnocení známkou 4 (3 %) a 5 (2 %).

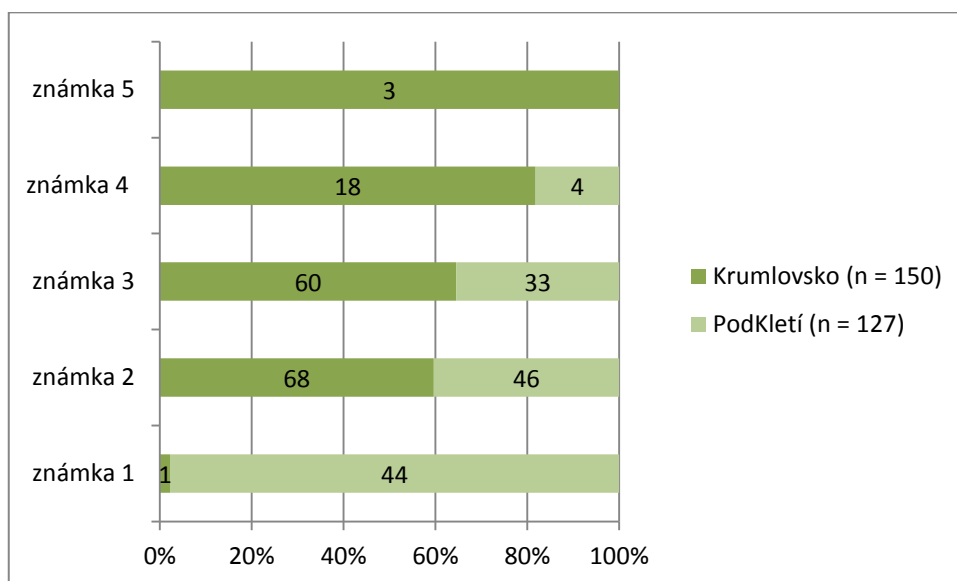
Graf 15: Stav přírodních a kulturních atraktivit v turistické oblasti Krumlovsko a PodKletí



Zdroj: Vlastní zpracování

Hodnoceny byly také ceny za vstupenky do přírodních a kulturních atraktivit. Toto hodnocení se v oblastech Krumlovsko a PodKletí poměrně liší. Důvodem je zřejmě město Český Krumlov, ve kterém jsou ceny za vstupenky vyšší než v jiných turistických atraktivitách. Návštěvníci by ovšem měli posuzovat poměr ceny a kvality v navštíveném místě. Celkových 150 respondentů ohodnotilo cenovou úroveň průměrnou známkou 2,69. Jeden návštěvník využil pro hodnocení známku 1 a 3 (2 %) návštěvníci známku 5. Ze zbylých 146 respondentů 45 % udělilo známku 2, 40 % známku 3 a 12 % známku 4. V turistické oblasti PodKletí bylo hodnocení o něco lepší. Na tuto otázku odpovědělo 127 návštěvníků s celkovou průměrnou známkou 1,98. Známkou 1 nebo 2 ohodnotilo tuto oblast až 71 % respondentů (známka jedna 35 %, známka dva 36 %), známku 3 použilo 26 % odpovídajících a známku 4 pouze 3 % respondentů. Zámka 5 nebyla použita.

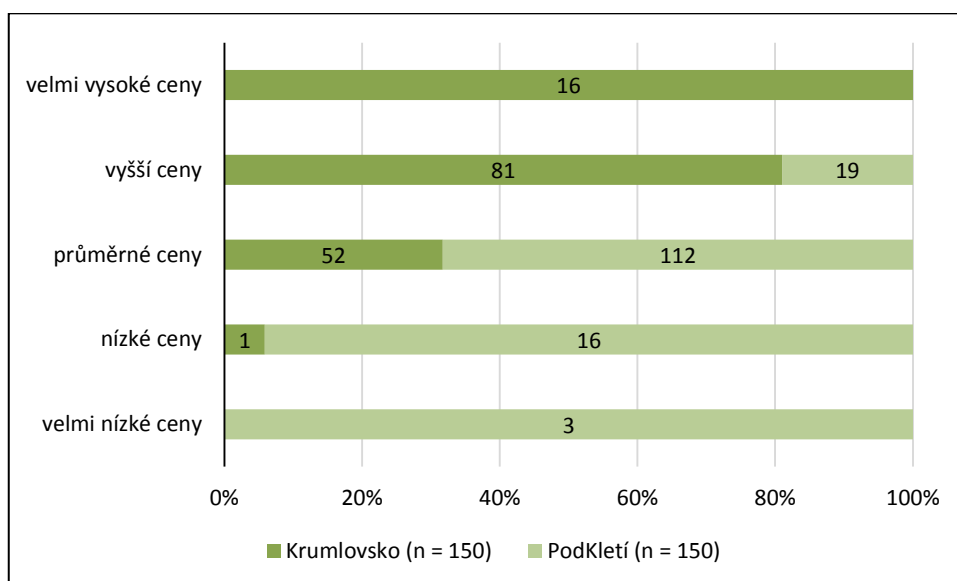
Graf 16: Cena za vstupenky v turistické oblasti Krumlovsko a PodKletí



Zdroj: Vlastní zpracování

Hodnocení cenové úrovně

Graf 17: Cenová úroveň v turistické oblasti Krumlovsko a PodKletí



Zdroj: Vlastní zpracování

Z grafu vyplývá, že cenová úroveň v Krumlovsku je vyšší než v PodKletí. V Krumlovsku 54 % (81) respondentů uvedlo, že jsou v této oblasti vyšší ceny a téměř 35 % (16) si myslí, že zdejší ceny jsou velmi vysoké. Pouze jeden respondent (z celkových 150) si myslí, že jsou v této oblasti nízké ceny a žádný respondent si nemyslí, že jsou v oblasti velmi nízké ceny. V PodKletí si až 75 % (112) myslí, že jsou

v oblasti průměrné ceny. Tři respondenti do dotazníku zaškrtili velmi nízké ceny a jen 13 % (16) velmi vysoké ceny.

4.6. Syntéza výsledků a poznatků

Turistická oblast Krumlovsko je navštěvovaná především pro velké množství přírodních a kulturních atraktivit – kulturní dědictví UNESCO. Díky tomu až 59,3 % návštěvníků zavítají do Krumlovska kvůli památkám. Téměř ¾ návštěvníků ve zdejší oblasti stráví pouhý jeden den a pouhých 5 % respondentů zde stráví více než týden. 82 % návštěvníků plánují, že se do této oblasti znovu vrátí (24,7 % na delší dobu, než byl tento pobyt a 57,3 % na stejnou dobu, jako byla tato). Nejčastěji přijeli návštěvníci z jižních Čech, ze Středočeského a z Plzeňského kraje. Cizinci, kteří přijeli navštívit turistickou oblast Krumlovsko, pocházeli nejčastěji z Německa, Rakouska a z Číny a Ruska.

Většina respondentů uvedla, že jsou s pobytem v oblasti Krumlovska spokojeni. Žádný z respondentů nevedl, že by byl s pobytem nespokojen. V případě hodnocení návštěvníků se službami, nejlépe byla vyhodnocena atmosféra, přístup místního obyvatelstva, množství, informace a stav památek. Nejhorší hodnocení získaly ceny za vstupenky a možnosti pasivního sledování sportu.

V dotazníkovém šetření byla hodnocena i doprava. Doprava v oblasti Krumlovska není na příliš vysoké úrovni. Vyplývá to z průměrného hodnocení, které se pohybovalo v průměru kolem známky 2,3. Nejlépe je na tom silniční síť a nejhůře MHD. Městská hromadná doprava získala průměrné hodnocení 3,3. Vypovídá to o tom, že není v dobrém stavu či zde nejsou navazující a vhodné spoje. Je nutné rovněž podotknout, že stav MHD hodnotil jen malý vzorek respondentů, takže výsledné hodnocení nemusí být zcela přesné.

Za vysokou nespokojenost v turistické oblasti Krumlovska může cenová úroveň. Žádný z respondentů nevedl, že jsou v oblasti velmi nízké ceny. Přestože typická útrata jednoho návštěvníka v dané oblasti činila 600 Kč za den, až 65 % dotazovaných považuje cenovou úroveň v oblasti za vysokou až velmi vysokou. Vysoká cenová úroveň se projevuje téměř ve všech službách (ubytování, stravování, ceny vstupenek apod.).

Turistická oblast PodKletí je navštěvovaná především kvůli rekreaci a odpočinku a dále kvůli návštěvě památek. Nejméně do této oblasti jezdí návštěvníci

za pracovními záležitostmi a nákupy. Délka pobytu v této oblasti je podobná délce pobytů v turistické oblasti Krumlovsko. Nejvíce návštěvníků zde stráví jeden den a nejméně jich zde stráví více jak týden. 41 % dotazovaných bylo v této oblasti poprvé a 95 % respondentů se chce do této oblasti znovu vrátit (57 % na stejně dlouho, jako byl tento pobyt, 35 % na kratší dobu a 3 % na stejně dlouho, jako byl tento pobyt). Nejčastěji do této oblasti přijíždí návštěvníci z okolních krajů (včetně Jihočeského kraje) – Středočeský a Plzeňský kraj.

90 % dotazovaných bylo s pobytem v turistické oblasti PodKletí velmi spokojeno a spokojeno. V této oblasti se našlo i několik návštěvníků (6,67 %), kteří byli s návštěvou velmi nespokojeni. Důvody mohou být různé – špatné počasí, mnoho návštěvníků apod. Návštěvníci byli nejvíce spokojeni s informacemi o památkách, s turistickými informačními centry a s atmosférou. Nejvíce nespokojeni byli s elektronickými službami, s množstvím památek a s jazykovými schopnostmi místních obyvatel.

V oblasti dopravy si turistická oblast PodKletí nevede příliš dobře. Nejhuře je na tom železniční doprava (spoje, stav), která získala průměrnou známku 2,91. Naopak nejlepší průměrnou známku 1,82 obdržela vodní doprava. Celkový průměr za dopravu se pohybuje kolem známky 2,4.

Při hodnocení cenové úrovně bylo nejčastěji uvedenou odpovědí - „průměrné ceny“, a to až ze 75 %. Nízké ceny za služby v této oblasti považuje 10,7 % respondentů a 2 % dotazovaných uvedlo, že jsou zde velmi nízké ceny. Žádný z dotazovaných neuvedl, že by v této oblasti byly velmi vysoké ceny. Průměrná útrata jednoho návštěvníka na jeden den činila 500 Kč.

4.7. Návrhová část

Mezi nejsilnější stránky turistické oblasti Krumlovsko lze považovat množství přírodních a kulturních atraktivit. Další dobré hodnocení získaly dostupné informace o památkách. Návštěvníci jsou spokojeni i s nabídkou místních muzeí, kterých je v oblasti Krumlovska velký počet. Dalšími oblastmi služeb, které získaly u návštěvníků kladné hodnocení, byla turistická informační centra, atmosféra v oblasti a chování místního obyvatelstva (ochota, vstřícnost). Při hodnocení služeb v dopravě, nejlépe byli ohodnoceny vodní doprava a cyklostezky, dále silniční doprava.

Slabé stránky v oblasti Krumlovska se vyskytují zejména ve vysokých cenách za vstupné, v pasivním sledování sportu, v městské hromadné dopravě a stavu železniční dopravy. Další nepříliš vysoké hodnocení získalo i stravování a ubytování. Velkou nevýhodou oblastí Krumlovska a PodKletí je ta, že většina návštěvníků zde stráví poměrně málo času – 1 den bez přenocování.

V turistické oblasti PodKletí získali nejlepší výsledky stav památek, turistická informační centra, informace o památkách a celková atmosféra v oblasti. Podprůměrné výsledky byly vyhodnoceny u elektronických služeb, ubytování a v množství památek. Co se týče dopravy, nejlepší výsledky získala vodní a autobusová doprava. Nízké hodnocení obdržela železniční doprava a městská hromadná doprava.

Na základě zpracovaného výzkumného šetření byl navržen vhodný návrh řešení, který by zvyšoval spokojenost návštěvníků a turistů s konkrétními službami v daných turistických oblastí (práce se nezabývá spokojeností rezidentů):

Tabulka 4: Návrh řešení pro dopravu:

TURISTICKÁ OBLAST KRUMLOVSKO	TURISTICKÁ OBLAST PODKLETÍ
Dokonalejší monitorovací a naváděcí systém parkování (s možností online využití, internetových aplikací) – signalizační značení o volných parkovacích místech na hlavních odstavných parkovištích v Českém Krumlově viditelná již při vjezdu do města.	Navržení systémů nových pěších i cyklotras vedoucí ke zvýšení počtu návštěvníků; podpora systému půjčování kol a následně jejich úschovna.
Zvýšení využívání MHD v Českém Krumlově – rezidenty i nerezidenty. Navýšení navazujících spojů městské hromadné dopravy a informačních tabulí (i v cizím jazyce), větší přehlednost v jízdních řádech pro návštěvníky, pravidelnost spojů.	Údržba a budování venkovských cestních sítí pro lepší dostupnost k turistickým atraktivitám.

Mezi další vhodné návrhy zvyšující spokojenost můžeme zařadit:

- Propojení okrajových částí města s centrem pěšími a cyklotrasami; zlepšení signalizace pro pěší turistiku ve městě; vytvoření vhodných okruhů, aby se zmenšil masový turismus v jádru města; podpora

dojíždění do práce a škol na kole a vytvoření vhodných podmínek – kolostavy.

- Výraznější propagace „Bodových karet“ v Českém Krumlově a rozšíření jejich používání i na ostatních parkovištích.
- Motivování k využívání jednostopých vozidel, která jsou úspornější na prostor (umožňují snadnější zaparkování poblíž centra a následně pokračovat pěšky nebo MHD).
- Carsharing, carpooling – podpora vzájemného sdílení osobních automobilů, informování veřejnosti a navržení nejvhodnějších tras pro tuto službu.

Tabulka 5: Návrh řešení pro stravování

TURISTICKÁ OBLAST KRUMLOVSKO	TURISTICKÁ OBLAST PODKLETÍ
<p>Prodloužení otevírací doby marketů a rychlých občerstvení v centru měst – možnost poskytování až do pozdních nočních hodin (v Českém Krumlově je v současnosti do nočních hodin otevřené pouze jedno rychlé občerstvení), rozšíření „večerek“.</p>	<p>Gastronomické akce – nalákání návštěvníků na tradiční domácí i zahraniční pokrmy, doprovodný kulturní program, zážitková gastronomie.</p>

Další možnosti ke zlepšení spokojenosti:

- Zvýšení povědomí o krčmách – tradiční kostýmy, originální středověké pokrmy, středověké nádobí.
- Zavedení tradičních „hodů“ v restauračních zařízeních.
- Zlepšení atmosféry a autentičnosti ve specializovaných restauračních zařízeních, aby si návštěvník odnesl nezapomenutelný zážitek. Zvýšení povědomí lokálních značek.

Tabulka 6: Návrh řešení pro ubytování

TURISTICKÁ OBLAST KRUMLOVSKO	TURISTICKÁ OBLAST POKLETÍ
Zřizování kapacit doprovodné infrastruktury – wellness, zázemí pro zážitkovou turistiku, zázemí pro konference a semináře.	Podpora na vytvoření ubytovacích kapacit pro prázdninové rekreanty (vybavení a rozšíření prázdninových pokojů a bytů).
Zvýšení používání nástrojů pro delší pobyt hosta – pobytové balíčky.	Zabraňování omezování provozu některých hromadných ubytovacích zařízení mimo hlavní sezónu.

Další možná opatření vedoucí ke zvyšování spokojenosti návštěvníků:

- Nalákání skupin na studijní pobyty či konference, zajišťování místních průvodců.
- Vytváření animačních programů – zábavné programy pro rodiny s dětmi, dětská hřiště ve venkovních prostorech ubytovacích zařízení, dětský koutek.
- Výraznější rozvoj agroturistiky na venkově – rodinné farmy, agropodniky.

Tabulka 7: Návrh řešení pro možnosti pasivního sledování sportu

TURISTICKÁ OBLAST KRUMLOVSKO	TURISTICKÁ OBLAST PODKLETÍ
Vytvoření vhodného prostředí pro pasivní sledování sportu – promítací místnosti, plátina, tribuny s pohodlným posezením, možnosti stravování.	Výraznější organizování sportovních akcí – využívání tenisových či golfových hřišť a vodních ploch a vylepšení doprovodných programů – aktivity pro děti, gastronomické a kulturní zážitky spojené s pasivním sledováním sportu.

Služby pasivního sledování sportu lze ještě vylepšit:

- Pořádání autogramiád, setkávání se slavnými sportovci.
- Vhodné propojit s gastronomickými akcemi – př. zabijačkové hody.

Tabulka 8: Návrh řešení pro elektronické služby

TURISTICKÁ OBLAST KRUMLOVSKO	TURISTICKÁ OBLAST PODKLETÍ
Využití iBeacon v turistických atraktivitách, navigačních systémů, mobilních aplikací (př. Architip – aplikace, která umožňuje 3D virtuální restaurování historických staveb, umění a exponátů).	Vylepšování online rezervací a online vyhledávání (dopravní spoje, počasí, vstupy apod.). Rozšíření Wifi připojení ve všech turistických oblastech.
Open data – včasné informování občanů, návštěvníků na internetových stránkách o problémech, které by měly na občany/návštěvníky velký dopad, kdyby nebyli informováni (př. dopravní uzavírky).	Zvyšování propagace turistické oblasti pomocí sociálních sítí, webových stránek, propagačních materiálů, tiskovin, upomínkových předmětů apod.

5. Závěr

Hlavním cílem práce byla identifikace faktorů, které ovlivňují spokojenost návštěvníků cestovního ruchu v turistických oblastech Krumlovsko a PodKletí a posouzení souladu mezi jejich představou a reálným stavem. V těchto oblastech se vnímala kvantita a kvalita primární a sekundární nabídky cestovního ruchu z hlediska poptávky.

Prvním krokem bylo vytvoření literárního přehledu z odborné literatury vztahující se k tématu. V praktické části byla provedena analýza současného stavu v turistické oblasti Krumlovsko a PodKletí, pro kterou byla použita hlavně sekundární data z internetu. Pro vlastní šetření byl použit kvantitativní výzkum se strukturovaným dotazníkem. Výzkum byl proveden ve formě osobního dotazování na frekventovaných místech v Českém Krumlově, Dívčího Kamene, Zlaté Koruny, Holašovicích, Netolicích a na Kletí. Výzkum byl prováděn 2 měsíce – od července do srpna. Nasbíráno bylo celkem 300 dotazníků.

Pro naplnění cílů bakalářské práce byly provedeny návrhy směřující ke zvýšení spokojenosti návštěvníků turistické oblasti Krumlovsko a PodKletí. Tyto návrhy reagují na negativní hodnocení služeb, které jsou zmíněné ve výsledcích dotazníkového šetření.

I. Summary and keywords

The main goal of this work was to identify factors influencing the satisfaction of tourists visiting the region of Krumlovsko and PodKletí and evaluating the conformity of the visitors' expectations and the reality. In these areas, the quality and quantity of the supply of primary and secondary tourism was perceived in terms of demand.

First step of this work was to make a general overview of the topic based on specialized literature. In the practical part was carry out the analysis of the current situation in the region Český Krumlov and Podkletí. To analyze the current situation was mainly used secondary data from the internet. For analysis of current state was used a structured questionnaire and the personal interviewing was done in frequented areas in Český Krumlov, Dívčí Kámen, Zlatá Koruna, Holašovice, Netolice and Klet'. The research lasted from July to August. It was collected 300 questionnaires in 6 locations.

Finally, on the basis of the outcomes of this work, certain measures were introduced in order to improve the satisfaction of the parties involved in the tourist industry of the Krumlovsko and PodKletí regions. These proposals respond to the negative evaluation of the services mentioned in the results of the questionnaire survey.

Keywords: the regions of Krumlovsko and Podkletí, tourists, satisfaction, primary data, secondary data

II. Seznam použitých zdrojů

- Gúčík, M. (2001). *Cestovný ruch pre hotelové a obchodné akadémie*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 2001
- Gúčík, M. a kol. (2004). *Krátky slovník cestovného ruchu*. Banská Bystrica
- Hesková, M. a kol. (2011). *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy*. Praha:Fortuna
- Horner, S., Swarbrooke, S. (2003). *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada
- Kiráľová, A. (2003). *Marketing: destinace cestovního ruchu*. Praha: EKOPRESS, s.r.o.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Marketing management*. Praha: Grada
- Linderová, I. (2013). *Cestovní ruch: Základy a právní úprava*. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava
- Navrátil, J. (2012). *Návštěvník jako rozvojový faktor navštíveného místa: aplikovaná geografie cestovního ruchu na příkladu vody v turistických regionech jižní Čechy a Šumava*. Praha: Alfa Nakladatelství
- Němčanský, M. (1999). *Odvětví cestovního ruchu (vybrané kapitoly)*. (Karviná, Slezská univerzita v Opavě, obchodně podnikatelská fakulta)
- Orieška, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha: IDEA SERVIS
- Palatková, M. (2006). *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing a.s.
- Palatková, M. (2011). *Marketingový management destinací: strategický a taktický marketing destinace turismu, systém marketingového řízení destinace a jeho financování, řízení kvality v destinaci a informační systém destinace*. Praha: Grada Publishing a.s.
- Palatková, M. (2011). *Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích, evropská integrace a mezinárodní turismus*. Praha: Grada Publishing a.s.
- Pásková, M., Zelenka, J. (2002). *Cestovní ruch, Výkladový slovník*, Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj

Petrů, Z. (1999). *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha: IDEA SERVIS

Internetové zdroje:

Český statistický úřad. (2018). *Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie*. Dostupné z: https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&z=T&f=TABULKA&katalog=31742&pvo=CRU01&str=v115&c=v3~8__RP2016&u=v115__VUZEMI__101__40291

Český statistický úřad. (2018). *Kapacity hromadných ubytovacích zařízení za vybrané území*. Dostupné z: https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&z=T&f=TABULKA&katalog=31742&pvo=CRU02&str=v1297&c=v3~8__RP2017&v=v1339__KAT__154__1&u=v1297__VUZEMI__101__40291

Český statistický úřad. (2018). *Návštěvnost HUZ podle kategorie za vybrané území*. Dostupné z: https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&z=T&f=TABULKA&katalog=31743&pvo=CRUD003-R&str=v137&c=v3~8__RP2016&u=v137__VUZEMI__101__40291

Google.cz. (2018). *Cestovní kanceláře Český Krumlov*. Dostupné z: https://www.google.cz/search?q=cestovn%C3%AD+kancel%C3%A1%C5%99e+%C4%8Desk%C3%BD+krumlov&npsic=0&rflfq=1&rlha=0&rllag=48818869,14324338,1064&tbm=lcl&ved=0ahUKEwjNmLaIvP3ZAhXNKVAKHS-eCqsQjGoIWw&tbs=lr:!2m1!1e2!2m1!1e3!3sIAE,lf:1,lf_ui:1&rldoc=1#rifi=hd::;si:10653154618370490172;mv:!1m3!1d13081.729854077532!2d14.3188545!3d48.8144687999999!2m3!1f0!2f0!3f0!3m2!1i374!2i478!4f13.1

Firmy.cz. (© 1996 – 2018). *Turistická informační centra Český Krumlov*. Dostupné z: <https://www.firmy.cz/Cestovni-sluzby/Sluzby-turistum/Turisticka-informacni-centra/kraj-jihocesky/cesky-krumlov>

Jihočeský venkov. (2018). *Akce, slavnosti*. Dostupné z: <http://www.jihoceskyvenkov.cz/turisticke-cile/akce-slavnosti/>

Jihočeský venkov. (2018). *Hotel Boží Oko*. Dostupné z: <http://www.jihoceskyvenkov.cz/sluzby/hotely-1/hotel-bozi-oko/>

Jihočeský venkov. (2018). *Infocentra v PodKletí*. Dostupné z: <http://www.jihoceskyvenkov.cz/infocentra-v-podkleti/?ftresult=informa%C4%8Dn%C3%AD+centrum>

Jihočeský venkov. (2018). *Kultura*. Dostupné z:
<http://www.jihoceskyvenkov.cz/turisticke-cile/kultura/>

Jihočeský venkov. (2018). *Muzea, expozice*. Dostupné z:
<http://www.jihoceskyvenkov.cz/turisticke-cile/muzea-expozice/>

Jihočeský venkov. (2018). *Turistické cíle*. Dostupné z:
<http://www.jihoceskyvenkov.cz/turisticke-cile/>

Jihočeský venkov. (2018). *Základní informace*. Dostupné z:
<http://www.jihoceskyvenkov.cz/podkleti-1/zakladni-informace/>

Jižní Čechy. (2018). *Krumlovsko*. Dostupné z: <https://www.jiznicechy.cz/turisticke-oblasti/kr-krumlovsko>

Jižní Čechy. (2018). *PodKletí*. Dostupné z: <https://www.jiznicechy.cz/turisticke-oblasti/pk-podkleti>

data.ckrumlov.cz. (2017). *Komplexní dopravní koncepce města Český Krumlov – Plán optimalizace veřejné dopravy*. Dostupné z: <http://data.ckrumlov.cz/files/7870-plan-optimalizace-verejne-dopravy.pdf>

Oficiální informační systém Český Krumlov. (© 2006 – 2007). *Kulturně společenské aktivity na zámku Český Krumlov*. Dostupné z:
http://www.castle.ckrumlov.cz/docs/cz/zamek_oinf_aktivi.xml

Oficiální informační systém Český Krumlov. (© 2006 – 2018). *Infocentrum Český Krumlov*. Dostupné z: <http://www.ckrumlov.info/docs/cz/kpr1045.xml>

Oficiální informační systém Český Krumlov. (© 2006 – 2018). *Muzea*. Dostupné z:
<http://www.ckrumlov.info/php/katalog/atr/select.php?lang=cz/php/katalog/atr/select.php?lang=cz&root=2>

Oficiální informační systém Český Krumlov. (© 2006 – 2018). *Muzeum vltavínů*. Dostupné z: <http://www.ckrumlov.info/docs/cz/atr558.xml>

Oficiální informační systém Český Krumlov. (© 2006 – 2018). *Památky*. Dostupné z:
<http://www.ckrumlov.info/php/katalog/atr/select.php?root=1>

Oficiální informační systém Český Krumlov. (© 2006 – 2018). *Regionální muzeum v Českém Krumlově*. Dostupné z: <http://www.ckrumlov.info/docs/cz/atr2.xml>

Oficiální informační systém Český Krumlov. (© 2006 – 2018). *Volný čas a sport*.

Dostupné z: http://www.ckrumlov.info/docs/cz/Volnycasasport_20120724134232.xml

Oficiální informační systém Český Krumlov. (© 2006 – 2018). *VÝZNAMNÉ AKCE*

2018 – 2019. Dostupné z: <http://www.ckrumlov.info/docs/cz/atr176.xml>

Sdružení Oficiálního informačního systému Český Krumlov. (1999). *Pohoří, geografie a vodstvo v regionu Český Krumlov*. Dostupné z:

http://www.ckrumlov.cz/cz1250/region/soucas/i_geogra.htm

Sdružení oficiálního informačního systému Český Krumlov. (1999). *Zvláště chráněná území v regionu Český Krumlov*. Dostupné z:

http://www.ckrumlov.cz/cz1250/region/soucas/i_zvchuz.htm

Sdružení Oficiálního informačního systému Český Krumlov. (2000). *Klimatické poměry v regionu Český Krumlov*. Dostupné z:

http://www.ckrumlov.cz/cz1250/region/soucas/i_klipom.htm

Sdružení Oficiálního informačního systému Český Krumlov. (2000). *Mikroregion PodKletí – Strategie rozvoje/2*. Dostupné z:

http://www.ckrumlov.cz/cz1250/region/podkleti/i_podstr2.htm

Sdružení oficiálního informačního systému Český Krumlov. (2001). *Chráněná krajinná oblast Blanský les*. Dostupné z:

http://www.zsnadrazi.cz/priroda/cz1250/region/soucas/i_blales.htm

III. Seznam tabulek a grafů

Tabulka 1: Hromadná ubytovací zařízení v okrese Český Krumlov v letech 2014 – 2016.....	31
Tabulka 2: Typy hromadných ubytovacích zařízení v okrese Český Krumlov v roce 2014 a 2016.....	31
Tabulka 3: Hosté a přenocování v okrese Český Krumlov v letech 2014 – 2016.....	32
Tabulka 4: Návrh řešení pro dopravu:.....	54
Tabulka 5: Návrh řešení pro stravování.....	55
Tabulka 6: Návrh řešení pro ubytování.....	56
Tabulka 7: Návrh řešení pro možnosti pasivního sledování sportu.....	56
Tabulka 8: Návrh řešení pro elektronické služby.....	57
Graf 1: Rozložení osobního dotazování v turistické oblasti Krumlovsko.....	35
Graf 2: Rozložení osobního dotazování v turistické oblasti PodKletí.....	35
Graf 3: Hlavní důvod návštěvy v turistické oblasti Krumlovsko a Podkletí (v %).....	36
Graf 4: Délka pobytu v turistické oblasti Krumlovsko a PodKletí.....	37
Graf 5: Frekvence návštěv v turistické oblasti Krumlovsko a PodKletí.....	38
Graf 6: Spokojenost návštěvníků se službami v turistické oblasti Krumlovsko.....	39
Graf 7: Spokojenost návštěvníků se službami v turistické oblasti PodKletí.....	40
Graf 8: Průměrné hodnocení druhů dopravy v turistické oblasti Krumlovsko a PodKletí.....	43
Graf 9: Hodnocení dopravy z místa bydliště.....	45
Graf 10: Hodnocení dopravy v oblasti.....	45
Graf 11: Jazyková vybavenost místního obyvatelstva v turistické oblasti Krumlovsko a PodKletí.....	46
Graf 12: Ochota pomoci a vstřícnost místního obyvatelstva v turistické oblasti Krumlovsko a PodKletí.....	47

Graf 13: Množství kulturních a přírodních atraktivit v turistické oblasti Krumlovsko a PodKletí	48
Graf 14: Informace o kulturních a přírodních atraktivitách v turistické oblasti Krumlovsko a PodKletí	49
Graf 15: Stav přírodních a kulturních atraktivit v turistické oblasti Krumlovsko a PodKletí	50
Graf 16: Cena za vstupenky v turistické oblasti Krumlovsko a PodKletí	51
Graf 17: Cenová úroveň v turistické oblasti Krumlovsko a PodKletí	51

IV. Seznam příloh

Příloha 1: Dotazník

V. Přílohy

Příloha 1: Dotazník

Dobrý den,

jmenuji se Hana Mitášová a jsem studentkou Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. V rámci bakalářské práce provádím výzkum zjišťující spokojenost návštěvníků v turistické oblasti Krumlovsko a PodKletí. Vyplnění dotazníku Vám zabere pouze 10 minut, je zcela anonymní a slouží pouze pro účely zpracování mé bakalářské práce a Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity.

Mnohokrát Vám děkuji za Váš čas.

1. Místo dotazování

- a. Český Krumlov
- b. Dívčí Kámen
- c. Zlatá Koruna
- d. Holašovice
- e. Netolice
- f. Klet'

2. Kolikrát jste už v minulosti navštívil/a tuto oblast v jižních Čechách?

- a. Jsem zde poprvé
- b. Maximálně třikrát
- c. Více než třikrát, ale nepravidelně
- d. Jezdím sem pravidelně už řadu let

3. Jaký je hlavní důvod Vaší návštěvy této oblasti?

- a. Příroda
- b. Rekreace a odpočinek
- c. Návštěva památek
- d. Návštěva příbuzných/známých
- e. Pracovní záležitosti
- f. Kulturní nebo společenská akce
- g. Nákupy
- h. Jiný důvod

4. Kolik dní se chystáte strávit v této oblasti?

- a. 1 den (bez přenocování)
- b. 2 – 3 dny
- c. 4 – 7 dnů
- d. Více než týden

5. Kolik dní se chystáte strávit v jižních Čechách?

- a. 1 den (bez přenocování)
- b. 2 – 3 dny
- c. 4 – 7 dnů
- d. Více než týden

6. Prosím, ohodnoťte Vaši spokojenost s kvalitou následujících služeb v této oblasti, pokud jste je využil/a.

a. Stravování

1 2 3 4 5 Nevím / nemohu posoudit

b. Ubytování

1 2 3 4 5 Nevím / nemohu posoudit

c. Turistická informační centra

1 2 3 4 5 Nevím / nemohu posoudit

d. Elektronické služby (Wifi, aplikace, online rezervace)

1 2 3 4 5 Nevím / nemohu posoudit

e. Muzea

1 2 3 4 5 Nevím / nemohu posoudit

f. Divadla a koncerty

1 2 3 4 5 Nevím / nemohu posoudit

g. Možnosti aktivního sportování

1 2 3 4 5 Nevím / nemohu posoudit

h. Možnosti pasivního sledování sportu

1 2 3 4 5 Nevím / nemohu posoudit

7. Prosím, ohodnoťte Vaši spokojenost s dopravou v této oblasti.

a. silniční síť (stav silnic, značení)

1 2 3 4 5 Nevím / nemohu posoudit

b. autobusová doprava (stav dopravních prostředků, frekvence spojů, dostupnost, cena)

1 2 3 4 5 Nevím / nemohu posoudit

c. železnice (stav dopravních prostředků, frekvence spojů, vybavenost vlaků, dostupnost, cena)

1 2 3 4 5 Nevím / Nemohu posoudit

d. MHD (stav dopravních prostředků, frekvence spojů, dostupnost, cena)

1 2 3 4 5 Nevím / nemohu posoudit

e. cyklostezky (stav, značení, odpočívadla)

1 2 3 4 5 Nevím / nemohu posoudit

f. vodní doprava (stav dopravních prostředků, frekvence spojů, dostupnost, cena)

1 2 3 4 5 Nevím / nemohu posoudit

g. Celkový dojem z dopravy z místa Vašeho bydliště do této oblasti

1 2 3 4 5 Nevím / nemohu posoudit

h. Celkový dojem z dopravy v této oblasti

1 2 3 4 5 Nevím / nemohu posoudit

8. Prosím, ohodnoťte, jak jste spokojen/a s přístupem místních obyvatel.

a. Jazyková vybavenost

1 2 3 4 5 Nevím / nemohu posoudit

b. Ochota pomoci, vstřícnost k návštěvníkům

1 2 3 4 5 Nevím / nemohu posoudit

c. Celkový dojem z obyvatel

1 2 3 4 5 Nevím / nemohu posoudit

9. Prosím, ohodnoťte, jak jste spokojen/a s nabídkou destinace.

a. Množství kulturních a přírodních pamětihodností

1 2 3 4 5 Nevím / nemohu posoudit

b. Informace o kulturních a přírodních pamětihodnostech

1 2 3 4 5 Nevím / nemohu posoudit

c. Stav kulturních a přírodních pamětihodností

1 2 3 4 5 Nevím / nemohu posoudit

d. Cena za vstupenky do historických / přírodních památek

1 2 3 4 5 Nevím / nemohu posoudit

e. Celková atmosféra

1 2 3 4 5 Nevím / nemohu posoudit

10. Jak byste zhodnotil/a cenovou úroveň služeb v této oblasti?

- a. Velmi nízké ceny
- b. Nízké ceny
- c. Průměrné ceny
- d. Vyšší ceny
- e. Velmi vysoké ceny

11. Prosím, ohodnoťte, celkovou spokojenost s Vaším pobytem v této oblasti.

1 2 3 4 5

12. Uvažujete o další návštěvě této oblasti?

- a. Ano, na delší dobu, než tento pobyt
- b. Ano, na stejně dlouho, jako tento pobyt
- c. Ano, na kratší dobu, než tento pobyt
- d. Ne, neuvažuji

13. Prosíme, uveďte, s čím jste byl/a v této oblasti nejvíce nespokojen/a:

14. Jste:

- a. muž
- b. žena

15. Kolik osob má skupina, ve které cestujete?

16. Odkud jste?

- a. Bydlím v jižních Čechách
- b. Bydlím jinde v ČR

c. Bydlím mimo ČR

17. Z jakého jste kraje?

- a. Hlavní město Praha
- b. Středočeský
- c. Plzeňský
- d. Karlovarský
- e. Ústecký
- f. Liberecký
- g. Královehradecký
- h. Pardubický
- i. Olomoucký
- j. Moravskoslezský
- k. Jihomoravský
- l. Zlínský
- m. Kraj Vysočina

18. Z jaké jste země?

19. Kolik je Vám let?

- a. do 18
- b. 19 – 26
- c. 27 – 40
- d. 41 – 55
- e. 56 – 65
- f. 66 a více

20. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- a. Základní
- b. Střední
- c. Vysokoškolské

21. Jaký je Váš společenský status?

- a. Zaměstnanec

- b.** OSVČ
- c.** Na mateřské/rodičovské dovolené
- d.** Student
- e.** Důchodce
- f.** Nezaměstnaný/v domácnosti

22. Zkuste, prosím, odhadnout, jaké jsou Vaše přibližné výdaje během pobytu v tomto regionu na osobu a den (nepočítejte ubytování):

Děkuji Vám za vyplnění dotazníku.