

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

MAGISTERSKÉ

KOMBINOVANÉ STUDIUM

2014–2016

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Nela Košťálová

**Zážitkový cestovní ruch zaměřený na potápění ve spojení s
divizí Travel společnosti Kuboušek Water Sports CZ s.r.o.**

Praha 2016

Vedoucí diplomové práce: Ing. Jiří Sysel, Ph.D.

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

MASTER

COMBINED (PART TIME) STUDIES

2014–2016

DIPLOMA THESIS

Nela Košťálová

**Hedonic tourism focused on diving in connection with
division Travel in the company Kuboušek Water Sports CZ
S.R.O.**

Prague 2016

The Diploma Thesis Work Supervisor: Ing. Jiří Sysel, Ph.D.

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Českých Budějovicích dne 25. 5. 2016

Nela Košťálová

Poděkování

Tímto bych chtěla poděkovat panu Ing. Jiřímu Syslovi, Ph.D. za vedení mé diplomové práce.

Anotace

Diplomová práce s názvem „Zážitkový cestovní ruch zaměřený na potápění ve spojení s divizí Travel společnosti Kuboušek Water Sports CZ s.r.o.“ v teoretické části vysvětluje pojmy cestovní ruch a volný čas, dále rozebírá především aktivní možnosti trávení volného času včetně zážitkových aktivit. V této části je také přiblíženo potápění a charakterizována oblast Chorvatska, kde působí společnost Kuboušek Water Sports, která je představena v poslední kapitole teoretické části. V praktické části jsou interpretovány výsledky dotazníkového šetření, které mají za cíl zjistit, jaké jsou vztahy k zážitkovým aktivitám, zejména pak k potápění, jež je hlavní službou nabízenou v chorvatské destinaci Bibinje v potápěčském centru společnosti Kuboušek Water Sports.

Klíčová slova

Cestovní ruch, Chorvatsko, potápění, vodní sporty, volný čas, zážitkový cestovní ruch.

Annotation

Diploma thesis titled „Hedonic tourism focused on diving in connection with division Travel in the company Kuboušek Water Sports CZ s.r.o.“ in the theoretical part explains terms tourism and free time, further analyses especially active possibilities of spending free time including hedonic activities. This part is also focused on diving and on characterizing a part of Croatia where the company Kuboušek Water Sports operates. This company is also introduced in the last chapter of the theoretical part.

In the practical part there are presented the results of the questionnaire survey that aims to answer how are the relationships to hedonic activities, especially to diving, which is the main activity offered in Croatian destination Bibinje in the diving center of company Kuboušek Water Sports.

Keywords

Croatia, diving, free time, hedonic tourism, tourism, water sports.

ÚVOD.....	9
TEORETICKÁ ČÁST.....	11
1 CESTOVNÍ RUCH.....	11
1.1 Definice pojmu „cestovní ruch“	11
1.2 Průmysl cestovního ruchu.....	13
1.3 Klasifikace cestovního ruchu.....	14
2 VOLNÝ ČAS A CESTOVNÍ RUCH	16
2.1. „Nový turista“	16
3 AKTIVNÍ FORMY CESTOVNÍHO RUCHU.....	20
3.1 Rekreace, pohyb a sport.....	20
3.2 Zážitekový cestovní ruch.....	22
4 PRODUKT ZÁŽITKOVÉHO CESTOVNÍHO RUCHU	28
4.1 Principy transformace produktu cestovního ruchu do zážitkové turistiky	32
5 POTÁPĚNÍ.....	36
5.1 Historie potápění.....	36
5.2 Vodní plochy vhodné k potápění	38
5.3 Základní potápěčský kurz	40
5.4 Pokročilý potápěčský kurz.....	40
6 CHORVATSKO.....	44
6.1 Dalmácie	44
6.2 Sport a aktivní dovolená	45
6.3 Destinace Bibinje.....	47
7 KUBOUŠEK GROUP	52
7.1 Skupiny KUBOUŠEK Group	52
7.2 Kuboušek Water Sports	53
7.3 Chorvatské působení.....	54

PRAKTICKÁ ČÁST	56
8 VÝZKUMNÉ CÍLE.....	56
8.1 Pracovní hypotézy.....	56
8.2 Použité metody a postupy	57
8.3 Charakteristika souboru	57
8.4 Analýza získaných dat	58
8.5 Interpretace výsledků.....	79
8.6 Závěry výzkumu	81
8.7 Doporučení k realizaci	82
ZÁVĚR	85
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	87
SEZNAM ZKRATEK	91
SEZNAM OBRÁZKŮ A GRAFŮ	91
SEZNAM OBRÁZKŮ	91
SEZNAM PŘÍLOH.....	93

ÚVOD

Cestovní ruch patří již po dlouhou dobu k hospodářským odvětvím, která procházejí dynamickým vývojem. Jelikož zasahuje do mnohých odvětví, často bývá také označován jako průmysl cestovního ruchu. Cestovní ruch však může být uskutečňován pouze za předpokladu existence volného času. V souvislosti se zkracující se pracovní dobou, fond volného času roste a oblíbeným způsobem trávení volného času se stalo právě cestování.

Cestovní ruch zahrnuje produkty a služby, jež jsou ve vzájemné interakci a společně umožňují zabezpečení potřeb a přání turistů, kteří v dnešní uspěchané době plně stresu chtějí především uniknout z běžného života.

Tak, jak se mění životní styl, mění se i požadavky na trávení volného času. V popředí zájmu již nestojí masový turismus, ale naopak dochází k rozvoji nových forem cestovního ruchu. Stále častěji lidé upřednostňují aktivní formu trávení volného času, nespokojí se s pouhým sluněním na pláži nebo prohlížením historických památek, ale hledají nové, komplexní zážitky, které se stávají motivací k jejich cestování. Důraz je kladen především na potřebu relaxace, zábavy a vyhledávání neobvyklých zážitků. Tyto důvody vedou k rozvoji nových, specifických forem cestovního ruchu, jako je zážitkový cestovní ruch. Příjemný způsob relaxace doplněný o zážitkové aktivity vyvolají v turistech emoce, díky kterým je dojem z dovolené intenzivnější, hlubší a trvalejší. Pro mnohé může být zkušenost se zážitkem natolik silná, že vede ke změně životního stylu. Příkladem může být potápění, díky kterému se člověku otevírá nový pohled na svět. Voda pokrývá většinu zemského povrchu, a tak o vodní plochy vhodné k potápění není nouze. Každá země nabízí unikátní lokality. Sama Česká republika nabízí k potápění vhodná prostředí, především zatopené lomy, Rakousko zase láká svými jezery, exotické země lákají na unikátní podvodní faunu a floru. Velmi oblíbeným, dostupným a častým cílem pro potápěče však zůstává Chorvatsko. Chorvatsko je ideálním cílem pro turisty, kteří chtějí na dovolené pouze relaxovat, ale i pro ty, kteří chtějí trávit volný čas sportovními nebo adrenalinovými aktivitami. Chorvatsko se tak také stává ideálním prostředím pro podnikatelské příležitosti.

Diplomová práce s názvem „Zážitkový cestovní ruch zaměřený na potápění ve spojení s divizí Travel společnosti Kuboušek Water Sports CZ s.r.o.“ se snaží především zaměřovat možnosti trávení volného času, se zaměřením na zážitkové aktivity, které bylo možné provozovat v chorvatské základně společnosti Kuboušek Water Sports CZ s.r.o.

- První kapitola se zabývá cestovním ruchem, vysvětlením vývoje definic pojmu cestovní ruch a dalších důležitých pojmů s cestovním ruchem souvisejících.
- Ve vztahu k cestovnímu ruchu je zde také vysvětlen pojem volný čas, jelikož volný čas je předpokladem realizace cestovního ruchu. Dále je zde vysvětlen, v zahraniční literatuře uváděný, pojem „nový turista“.
- Další část je věnována aktivně orientovanému cestovnímu ruchu, včetně vysvětlení zážitkového a adrenalinového cestovního ruchu.
- Produkt zážitkového cestovního ruchu včetně úrovní, které by měl obsahovat, jsou vysvětleny ve čtvrté kapitole.
- Pátá kapitola je již věnována samostatnému potápění jako zážitkové sportovní aktivitě. Je zde představena historie a možnosti přístrojového potápění.
- V následující kapitole je všeobecně představeno Chorvatsko, především oblast severní Dalmácie a městečko Bibinje, kde sídlí potápěčské centrum společnosti Kuboušek Water Sports CZ s.r.o.
- V poslední kapitole této práce je představena společnost KUBOUŠEK Group se zaměřením na společnost Kuboušek Water Sports CZ s.r.o., jež se podílí na provozu potápěčského centra v chorvatském Bibinje.
- Cílem praktické části je poznání stávajících a potenciálních zákazníků a jejich postoje k zážitkovým aktivitám, zejména pak k potápění, které je hlavním lákadlem do chorvatské základny společnosti.

TEORETICKÁ ČÁST

1 CESTOVNÍ RUCH

Společně s vývojem lidské společnosti se cestovní ruch postupně stal neodmyslitelnou součástí života. Lidé na celém světě každoročně dočasně opouští své stálé bydliště, aby ve svém volném čase uspokojili některé ze svých potřeb. Mezi takové potřeby můžeme zařadit zejména relaxaci, obnovu fyzických a psychických sil, potřeby podílejí se na rozvoji osobnosti jako je poznávání nových krajů a kultur, potřebu pohybu, seberealizace a mnoho dalších. Především v rozvinutých ekonomikách je cestovní ruch ukazatelem životní úrovně a z velké části se podílí na ekonomických příjmech státu. Účast na cestovním ruchu tak do jisté míry odráží vyspělost jednotlivých států, jelikož odráží skutečnost, že obyvatelstvo má dostatek nejen volného času k uspokojení svých potřeb, cílů, úmyslů či zájmů, ale i dostatek finančních prostředků k jejich realizaci.

1.1 Definice pojmu „cestovní ruch“

Definice pojmu cestovní ruch se stále vyvíjí, a tak nelze říci, že by dnes byla definitivní. Indrová uvádí, že díky mnohooborovosti a průřezovosti je složité cestovní ruch přesně a z hlediska praxe i teorie jednotně definovat.¹

Kotlíková ve své knize uvádí že, snaha o přesné vymezení pojmu cestovní ruch se datuje na začátek 20. století a je spjata s rozvojem vzdělávání v cestovním ruchu a také se vznikem cestovního ruchu jako teoretické disciplíny i jako předmětu výzkumů.²

Za mezník v oblasti zkoumání a definování pojmu cestovní ruch, je považována definice, jež pochází od švýcarských autorů Kurta Krapfa a Waltera Hunzíkera z roku 1942. Podle

¹ INDROVÁ, J. *Cestovní ruch I*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2004. ISBN 80-245-0799-4.

² KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.

nich jde o „soubor vztahů a jevů, které vyplývají z pobytu na cizím místě, přičemž cílem pobytu není trvalé usídlení nebo výkon výdělečné činnosti“.³

Tato formulace se stala východiskem pro další definice cestovního ruchu.

Mnohé mezinárodní organizace se snaží vytvořit definice, na jejichž základě by byl cestovní ruch chápán jednotně a bylo by tak možné statisticky sledovat a porovnávat data na národní i mezinárodní úrovni. Mezníkem se stala definice cestovního ruchu přijatá na konferenci Světové organizace cestovního ruchu (WTO) v Ottavě v roce 1991. Cestovní ruch je definován jako „činnost lidí, spočívající v cestování a pobytu mimo místo jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely.“⁴ Zároveň tato definice z cestovního ruchu vylučuje cesty v rámci trvalého bydliště, pravidelné cesty do zahraničí, dočasné přestěhování za prací i dlouhodobou migraci.⁵

Dle výkladového slovníku cestovního ruchu autorů Páskové a Zelenky je cestovní ruch „komplexní společenský jev jako 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 (politika CR, propagace CR, regulace CR, mezinárodní spolupráce apod.) a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity.“⁶

Lze říci, že základem každé definice cestovního ruchu jsou následující rysy:

- dočasnost pobytu mimo stálé bydliště,
- nevýdělečný charakter (realizace ve volném čase),
- vztahy mezi lidmi, které cestovní ruch vyvolává.⁷

³ Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. *Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu - Zážitekový cestovní ruch* [online]. [cit. 2016-02-28]. Dostupné z: http://www.mmr.cz/getmedia/f00fb5f5-0898-44fc-b88e-3c58d682908b/GetFile_3

⁴ KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, s. 16. ISBN 978-80-247-4603-6.

⁵ INDROVÁ, J. *Cestovní ruch I*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2004. ISBN 80-245-0799-4.

⁶ PÁSKOVÁ, M a J. ZELENKA. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002, s. 45. ISBN 80-239-0152-4.

⁷ INDROVÁ, J. *Cestovní ruch I*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2004. ISBN 80-245-0799-4.

1.2 Průmysl cestovního ruchu

Cestovní ruch a cestování jsou blízké pojmy. Zatímco je ale cestování spojené s přechodným pobytem na jiném místě, než je místo trvalého bydliště, cestovní ruch je pojmem mnohem širším. O cestovním ruchu hovoříme, pokud jde o jev hromadný a je-li spojen s poskytováním specifických služeb, jako jsou ubytování, stravování, doprava a další.

Jelikož je cestovní ruch realizován mimo místo trvalého bydliště, je potřeba se do míst cestovního ruchu přepravit, musí být také zajištěny podmínky pro pobyt a využití volného času. Tyto služby jsou poskytovány specializovaným organizacemi.

Cestovní ruch tak můžeme vymezit ze dvou oblastí:

1. jako oblast potřeby – způsob uspokojování potřeb
2. jako oblast podnikatelských příležitostí.

Volný čas je časem, kdy si lidé mohou dělat, co chtějí. Do odvětví služeb pro využití volného času patří firmy, které poskytují zboží a služby, jež lidé využívají během trávení volného času. Můžeme sem zařadit například zábavní parky, divadla, dovolené atd.

Stejný autor popisuje všechny společnosti zúčastněné v poskytování služeb hostům jako ubytovací a stravovací průmysl. Paří sem například hotely, restaurace, hospody a další zařízení, která poskytují především noclehy, jídla a nápoje.⁸

Někdy se o cestovním ruchu hovoří jako o průmyslu. Cestovní ruch je však zásadně odlišným typem průmyslu, než jsou ostatní formy výroby zboží. Cestovní ruch zahrnuje široký rozsah produktů a služeb, které spolu navzájem reagují. Zahrnují jak materiální, tak nemateriální části a společně zajišťují možnost vyplnit turistické zážitky.

Průmysl cestovního ruchu je definován jako „*souhrn všech podnikatelských aktivit, které přímo zajišťují zboží a služby pro realizaci pracovních aktivit, zábavy, rekreačních aktivit, které se realizují mimo prostředí domova*“.⁹

⁸ HORNER, S. a J. SWARBROOKE. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003. ISBN 80-247- 0202-9.

⁹ Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. *Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu - Zážitkový cestovní ruch* [online]. [cit. 2016-02-28]. Dostupné z: http://www.mmr.cz/getmedia/f00fb5f5-0898-44fc-b88e-3c58d682908b/GetFile_3

Průmyslová struktura cestovního ruchu, využití volného času a ubytovacích a stravovacích služeb prochází neustálými změnami a tak jsou hranice mezi těmito sektory stírány. Můžeme hovořit o propojení a v některých případech i o integraci těchto sektorů.¹⁰

1.3 Klasifikace cestovního ruchu

O bližší vymezení, rozčlenění a identifikaci cestovního ruchu se snaží klasifikace cestovního ruchu. V praxi je ve stejném kontextu používán výraz „typologie cestovního ruchu“. Výhradně v české a slovenské literatuře se se můžeme setkat se členěním cestovního ruchu na jeho druhy a formy.¹¹ V poslední době se však od tohoto členění upouští.

1.3.1 Druhy cestovního ruchu

Druhy cestovního ruchu zohledňují způsob realizace cestovního ruchu, jeho jevový průběh i jeho účinky v závislosti na geografických, společenských, ekonomických a jiných podmínkách. Jedná se o členění na základě vnějších faktorů. Můžeme sem zařadit cestovní ruch dle původu, počtu či věku účastníků, dále cestovní ruch dle délky trvání, převahy místa pobytu, ročního období, způsobu ubytování, dle vlivu na platební bilanci, způsobu cestování či financování.

¹⁰ HORNER, S. a J. SWARBROOKE. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003. ISBN 80-247-0202-9.

¹¹ KOTÍKOVÁ, H.. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6

1.3.2 Formy cestovního ruchu

Na rozdíl od druhů cestovního ruchu, se formy cestovního ruchu vztahují k motivaci návštěvníků. K primárním motivům realizace cestovního ruchu, řadíme motivy rekreační, společenské, kulturní, ekonomické, sportovní a specifické. Předpokladem pro realizaci cestovního ruchu je existence volného času.¹²

¹² VYSTOUPIL, J. a M. ŠAUER. *Základy cestovního ruchu: distanční studijní opora*. Brno: Masarykova univerzita, 2006. ISBN 80-210-4205-2.

2 VOLNÝ ČAS A CESTOVNÍ RUCH

Čas prostupuje náš život. Jsou k němu vztahovány osobní, pracovní i společenské události. Část doby, kterou má jedinec pro sebe a s níž může podle svého uvážení disponovat, je volný čas.¹³

Volný čas můžeme chápat z kvantitativního hlediska jako segment mimopracovní doby. To znamená doby, která zůstane po odečtení všech činností, které jsou spojovány se vztahem k povinnostem. Z kvalitativního hlediska pak volný čas vymezujeme jako veškeré činnosti, které provádíme svobodně, dobrovolně a se zájmem a zároveň nám přinášejí potěšení, radost a spokojenost.

Obsahem volného času mohou být nejrůznější druhy aktivit intelektuálních, kulturních, zájmových a pohybových, jež děláme dobrovolně.

Aby byl volný čas využit smysluplně, měl by splňovat tyto funkce:

- odpočinek – (aktivní i pasivní),
- čas pro zábavu, koníčky, záliby, zájmy,
- rozvoj osobnosti.¹⁴

2.1. „Nový turista“

Dostupné a kvalitní vzdělání spolu se zvyšujícím se bohatstvím zapříčiňují změny hodnot ve společnosti, které zároveň vedou ke změnám v požadavcích hostů. Jelikož od 70. let byla práce stále více vnímána jako zdroj příjmů, stala se dovolená vrcholem každodenního pracovního života. V mimopracovním životě se změna hodnot

¹³ FIŠEROVÁ, V. *Volný čas a jeho animace v cestovním ruchu*. Praha: Vysoká škola hotelová, s.r.o., 2008. ISBN 978-80-86578-87-3.

¹⁴ FAZIK, A. a J. ŠTEMBERK. *Aktuální problémy volného času a cestovního ruchu*. Pelhřimov: Nová tiskárna Pelhřimov ve spolupráci s Katedrou společenských věd Vysoké školy obchodní v Praze, 2013. ISBN 978-80-7415-076-0.

ve společnosti projevuje ve zvyšujícím se množství volného času, ale také v hodnotě, jež je tomuto času přisuzována.¹⁵

Čím silnější je pracovní tlak nebo čím nižší je obsahová a časová autonomie člověka v pracovním procesu, tím silnější je motivace k úniku z každodenního života ve volném čase nebo během dovolené. Empirické důkazy o vnímání stávajícího volného času vzhledem k času stráveném v práci ukazují, že navzdory nárůstu volného času mají lidé dojem, že je volného času k dispozici málo. Čím negativněji je vyhodnocen každodenní život, tím silnější je motiv uniknout k aktivitám ve volném čase, a tím větší je pravděpodobnost, že lidé hledají zážitkový a dobrodružný turismus.¹⁶

V německé literatuře se tak objevuje pojem „nový turista“. Svými hodnotami a životním stylem je opakem k masové turistice. „Nový turista“ se chová hybridně, nekonzistentně a výběrově. Je patrná změna hodnot od přehnaného důrazu na materiální zabezpečení k myšlení směrem k posilování individuální kvality života.¹⁷

Paralelně se společenským a hospodářským vývojem a s determinanty práce a volného času se evolučně rozvíjejí motivace a požadavky z čistě fyzických, k potřebě seberealizace.

Následující obrázek jasně znázorňuje vývoj k zážitkové dovolené. Základem je Maslowova pyramida, která je základem pro představení motivů vedoucích k cestování a segmentaci trhu cestovního ruchu.¹⁸

¹⁵ BRUNNER-SPERDIN, A. *Erlebnisprodukte in Hotellerie und Tourismus: Erfolgreiche Inszenierung und Qualitätsmessung*. Berlin: Erich Schmidt, 2008. ISBN 978-3-503-11006-3.

¹⁶ BRUNNER-SPERDIN (HRSG.), A. a K. WEIERMAIR. *Erlebnisinszenierung im Tourismus: Erfolgreich mit emotionalen Produkten und Dienstleistungen*. Berlin: Schmidt, 2006. ISBN 978-350-3097-487.

¹⁷ BRUNNER-SPERDIN, A. *Erlebnisprodukte in Hotellerie und Tourismus: Erfolgreiche Inszenierung und Qualitätsmessung*. Berlin: Erich Schmidt, 2008. ISBN 978-3-503-11006-3.

¹⁸ BRUNNER-SPERDIN (HRSG.), A. a K. WEIERMAIR. *Erlebnisinszenierung im Tourismus: Erfolgreich mit emotionalen Produkten und Dienstleistungen*. Berlin: Schmidt, 2006. ISBN 978-350-3097-487.

Obrázek 1: Skupiny potřeb podle Maslowa



Zdroj¹⁹

Po uspokojení základních potřeb a potřeby bezpečí ve smyslu Maslowovy pyramidy, hledá „nový turista“ produkty a služby, které mu kromě základních výhod přinesou také výhody přidané. Může to být materiální, duchovní, intelektuální a/nebo emocionální druh výhody. Už se nezajímá pouze o spotřebu služby, ale chce být zapojen, chce se do služby ponořit tak, aby ji „cítit“. Volá po informacích, více vjemové stimulaci, inovativních prvcích, zábavě a zážitcích prostřednictvím aktivní účasti.²⁰

S postupující změnou společnosti vzrůstá i potřeba zábavy a rekreace. Způsob, jakým trávíme volný čas, ovlivňuje řada okolností avšak volba aktivity, představuje vždy svobodnou volbu jedince. Ten volí takové aktivity, od nichž očekává, že mu přinesou radost, zábavu a prožitek.

Zvláštní využití volného času představuje turismus. Lidem jsou nabízeny různé produkty cestovního ruchu se speciálními službami v oblasti sportu, rekreace i zábavy v aktivní i pasivní podobě. Volný čas je předpokladem pro realizaci sportovních aktivit. Sport, jako lidská aktivita je součástí kultury, jež má vliv na životní styl.

¹⁹ BRUNNER-SPERDIN (HRSG.), A. a K. WEIERMAIR. *Erlebnisinszenierung im Tourismus: Erfolgreich mit emotionalen Produkten und Dienstleistungen*. Berlin: Schmidt, 2006. ISBN 978-350-3097-487.

²⁰ BRUNNER-SPERDIN, A. *Erlebnisprodukte in Hotellerie und Tourismus: Erfolgreiche Inszenierung und Qualitätsmessung*. Berlin: Erich Schmidt, 2008. ISBN 978-3-503-11006-3.

Cestovní ruch je uskutečňován ve volném čase a v poslední době zpestřuje problematiku způsobu trávení volného času, jelikož volný čas a cestovní ruch stejně odráží vlivy společenských trendů a životního stylu.

Účast na cestovním ruchu se řadí k oblíbenému, aktivnímu způsobu trávení volného času, z tohoto pohledu bude následující kapitola zaměřena na vyplnění volného času během účasti na cestovním ruchu.

Uspokojení klientovo potřeb je cílem služeb cestovního ruchu, ať se jedná o primární, cílové potřeby, jako jsou sportovní vyžití, odpočinek, zábava, poznání, komunikace, rozptýlení, či sekundární, realizační potřeby, které účastník absolvuje k dosažení primárních potřeb.²¹

Účastníci cestovního ruchu mají potřebu relaxace, odpočinku, poznání, změny životního rytmu, chtějí se setkávat s lidmi, chtějí být aktivní, vyhledávají neobvyklé zážitky, dobrodružství, někteří zas touží po adrenalinu. Motivací je chuť objevovat, poznávat, prožívat a prociťovat. Cestovatelé tak svůj volný čas chtějí trávit aktivně, provozováním sportovních aktivit.

Tendence projevující se ve volném čase moderního cestovního ruchu lze shrnout do následujícího přehledu:

- „vývoj od organizovaného k neorganizovanému (volnému času a cestovního ruchu)
- od výkonu k prožitku (ve volném čase i v cestovním ruchu)
- od kolektivního k individuálnímu cestovnímu ruchu i prožívání volného času
- od města k přírodě jako místu (destinaci) cestovního ruchu a trávení volného času
- od dlouhodobě zavedených způsobů k rychle se měnícím trendům“²²

Trendem se tak stává tvorba jedinečných konceptů zážitkového cestovního ruchu se zaměřením na pohybové aktivity společně se zábavou.

²¹ FIŠEROVÁ, V. *Volný čas a jeho animace v cestovním ruchu*. Praha: Vysoká škola hotelová, s.r.o., 2008. ISBN 978-80-86578-87-3.

²² FIŠEROVÁ, V. *Volný čas a jeho animace v cestovním ruchu*. Praha: Vysoká škola hotelová, s.r.o., 2008, 92 s. ISBN 978-80-86578-87-3.

3 AKTIVNÍ FORMY CESTOVNÍHO RUCHU

Cestovní ruch se stal součástí života ve vyspělých společnostech. Cestovatelé jsou stále zkušenější, sebevědomější a začínají upouštět od tradiční dovolené. Již se nespokojí s pouhou návštěvou místního muzea, naopak hledají komplexní zážitek. Hledání stále nových zážitků se stává jejich motivací k cestování. Upřednostňují nezávislejší cestování, požadují nové typy programů, někteří chtějí využít svůj volný čas, aby se naučili něčemu novému.

Chování turistů v rámci cestovního ruchu není nikdy stejné. Lidé pocítují různé potřeby, které během svých cest uspokojují pomocí různých hmotných i nehmotných prvků cestovního ruchu. I ten samý turista nemá na svých cestách pokaždé stejné požadavky.

Na zvyšující se zájem o cestovní ruch a na různorodost potřeb turistů reagují cestovní kanceláře či různé organizace pružnějšími programy, kombinovanými zájezdy či například tvorbou produktů cestovního ruchu, které jsou pestrou kombinací služeb a zážitků, které sestavují podle zákaznických požadavků. Subjekty působící na poli cestovního ruchu také hledají nové cílové skupiny, nové způsoby jak zákazníky přilákat na nově vznikající produkty a služby cestovního ruchu. Mohou to být například zájezdy zaměřené na speciální koníčky, ať už se jedná o malování, vaření, golf o učení cizích jazyků či potápění.²³

3.1 Rekreační, pohyb a sport

V rámci volného času, dobrovolně volíme aktivity, které nám přinesou regeneraci fyzických sil, uspokojení, potěšení či nějaké tvůrčí obohacení. Může to být formou aktivní účasti, jak definuje pojem rekreace autor Torkildsen (1994). Rekreace fyzická, je těsně spojená s aktivním pohybem. Výsledkem rekreace by měla být regenerace sil

²³ HORNER, S a J. SWARBROOKE. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003. ISBN 80-247-0202-9.

účastníků, přičemž za nejúčinnější je považována outdoorová, aktivní rekreace mimo obvyklé prostředí.^{24, 25}

Krátkodobé či dlouhodobější pobyty se sportovní náplní nabývají zcela konkrétních forem dle druhů sportů, např. horská či vysokohorská turistika, cykloturistika, vodní turistika, pěší turistika a řady dalších forem.²⁶

Aktivity mohou být dále děleny na:

- zimní/letní,
- individuální/hromadné,
- indoorové/outdoorové,
- v obvyklém prostředí/mimo obvyklé prostředí,
- jednorázové/ pravidelné,
- aktivní/pasivní,
- organizované/neorganizované,
- přírodní/v antropogenním prostředí,
- v obvyklém prostředí/mimo obvyklé prostředí.²⁷

Dle výčtu od autorů Horner a Swarbrooke lze doplnit, že

- některé aktivity lze provozovat doma, některé vyžadují, aby jejich účastníci cestovali
za vhodnými podmínkami k provozování aktivit jako přírodní podmínky, skály, vodní plochy atd.,
- některé aktivity vyžadují speciální vybavení či oděvy, jiné žádné nebo minimální,
- některé zas mají zázemí velkých infrastruktur, jiné nemají žádné,
- některé aktivity mohou být sporné, politicky citlivé či dokonce nezákonné.²⁸

Pohyb a sport stále nabývají na významu především v souvislosti se zhoršujícím se životním prostředím v městských aglomeracích. Pohyb a sport je stejně důležitý jako

²⁴ HORNER, S. a J. SWARBROOKE. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003. ISBN 80-247-0202-9.

²⁵ PÁSKOVÁ, M. a J. ZELENKA. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. ISBN 80-239-0152-4.

²⁶ INDROVÁ, J. *Cestovní ruch I*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2004. ISBN 80-245-0799-4.

²⁷ PÁSKOVÁ, M. a J. ZELENKA. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. ISBN 80-239-0152-4

²⁸ HORNER, S. a J. SWARBROOKE. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003. ISBN 80-247-0202-9.

pasivní odpočinek. Fyzického i psychického odpočinku a intenzivních zážitků z dovolené tak můžeme dosáhnout změnami mezi napětím a klidem a střídáním aktivního a pasivního odpočinku. Změnu a zážitek z úspěchu přináší sportovní aktivity či kolektivně vykonávané pohybové aktivity, díky nimž se navíc lidé sbližují. Radost z pohybu přináší tělesný zážitek, radost ze hry přináší duševní zážitek, kontakt s jinými lidmi zas společenský zážitek.²⁹

3.2 Zážitkový cestovní ruch

Dle Páskové a Zelenky je zážitkový cestovní ruch formou cestovního ruchu, „ jejíž účastníci jsou motivováni vyhledáváním zážitků odlišných od všedního života, vzrušení. Má dva krajní přístupy – vyhledávání a prožívání sociálních kontaktů a kontaktů s přírodou a kulturním prostředím destinace (viz *genius loci*), nebo vyhledávání zážitků v rámci atrakcí.“³⁰

Zážitkový turismus, také označován jako prožitkový, je nově vnímán jako forma cestovního ruchu, která je zaměřena na podporu návštěvnických zážitků, jejich evokování, inscenizaci, technickou realizaci (částečně se prolíná s adrenalinovým cestovním ruchem). Návštěvníci nechtějí atraktivitu pouze vnímat, ale chtějí se jí také dotýkat, absorbovat v nich realizovaný program.³¹

Zážitkový cestovní ruch vytváří alternativu k běžné masové turistice. Nabízí něco více než je pouhé slunění na pláži či poznávání historických památek. Nezapomenutelný prožitek či zajímavou aktivitu nabízí sportovní a adrenalinové aktivity. Mezi oblíbené zážitky na dovolené patří sportovní aktivity spojené s vodními sporty, například potápění, parasailing, windsurfing, kiting atd. Dnes je však nabídka v oblasti aktivní a adrenalinové dovolené velmi široká.

²⁹ ORIEŠKA, J. *Služby v cestovním ruchu*. V Praze: Idea servis, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5.

³⁰ PÁSKOVÁ, M. a J. ZELENKA. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002, s. 331. ISBN 80-239-0152-4.

³¹ ZELENKA, J. *Marketing cestovního ruchu*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010. ISBN 978-80-86723-95-2.

Dle dělení podle Fišerové je součástí zážitkového cestovního ruchu:

- **sportovní cestovní ruch**
- **adrenalinový cestovní ruch**
- gurmánský cestovní ruch
- meditační cestovní ruch
- gamblerský cestovní ruch
- kosmický cestovní ruch
- virtuální cestovní ruch

Pro názornost je tato práce zaměřena na ty ze jmenovaných druhů zážitkového cestovního ruchu, které jsou spojené se sportovními aktivitami.³²

3.2.1 Sportovní cestovní ruch

Sportovní cestovní ruch patří mezi formu cestovního ruchu, kterou můžeme rozdělit na dvě skupiny - aktivní a pasivní. Cestovní ruch s aktivní sportovní činností, je zaměřen na pobyty se sportovní náplní, jež mají za cíl pozitivně působit na fyzickou zdatnost, udržovat a posilovat zdraví a prohlubovat morální a volní vlastnosti člověka – odvahu, vytrvalost, houževnatost smysl pro kolektiv aj.

Mezi aktivity, které řadíme do sportovního cestovního ruchu, patří např. vodní sporty, hry v přírodě, míčové hry, oblíbená je také turistika pěší, horská či vysokohorská, cykloturistika, vodní turistika (vodáctví) v zimě převládá lyžování či bruslení apod. Specifickou formou je tzv. lovecká turistika, která je zaměřena na pobyty, které jsou spojené s rybolovem či lovem zvěře.³³

Mezi pasivní formy sportovního cestovního ruchu patří tzv. sportovní diváctví. Sportovní diváctví je typické především u technicky náročných druhů sportů. Jedná se o různé sportovní soutěže, závody a hromadné sportovní akce. Obzvláště populární jsou

³² FIŠEROVÁ, V. *Volný čas a jeho animace v cestovním ruchu*. Praha: Vysoká škola hotelová, s.r.o., 2008. ISBN 978-80-86578-87-3.

³³ VYSTOUPIL, J. a M. ŠAUER. *Základy cestovního ruchu: distanční studijní opora*. Brno: Masarykova univerzita, 2006. ISBN 80-210-4205_2.

olympijské hry, mistrovství v soutěže národním i mezinárodním měřítku. Zájem je především o ty sportovní zápasy a soutěže, kde mají diváci možnost vidět české sportovce. Pro některé diváky je zájezd za sportem něčím výjimečným, nebo je to nový zážitek, který se chtějí vyzkoušet.³⁴

Pro obyvatele ekonomicky vyspělých zemí, představuje sport je stále přitažlivější motiv pro cestování. Ať už se jedná o aktivní, příležitostné, rekreační, vrcholové sportovce nebo o sportovní diváky, lidé sportem tráví své víkendy, dovolené nebo cestují za sportovními událostmi či akcemi. Rozmanitá nabídka indoorových a outdoorových, letních či zimních, masových či individuálních činí sport výrazným fenomén této doby.³⁵

3.2.2 Adrenalinový cestovní ruch

Adrenalinový cestovní ruch je také nazýván dobrodružnou či adrenalinovou dovolenou. Současným trendem v cestovním ruchu je zvyšující se zájem právě o tento druh dovolené, jelikož lidé touží vyměnit svůj způsob přetechnizovaného, pravidelného, uspořádaného života za alternativní formu, při které budou moci uspokojit v neznámém prostředí své kulturní potřeby v a z vlastní iniciativy prožít něco nového, emocionálního.³⁶

Na cestě za zkušenostmi zákazníci upřednostňují namísto organizovaných zážitků, zážitky ryzí s vyšší intenzitou. V tomto důsledku bude docházet ke stále rostoucí poptávce po „bezpečném nebezpečí“. Lidé jsou neustále v podprahovém stresu, aniž by došlo k maximálnímu fyzickému výdaji. Zúžené spektrum zážitků v běžném životě vyvolává potřebu kompenzace různými extrémními aktivitami, jejichž základem je využití gravitace, lidská vynalézavost a technický pokrok.³⁷

Pod pojmem dobrodružství si každý představuje něco jiného. Většinou však jde o zajímavou, neobvyklou, lákavou aktivitu nebo činnost, která může být v jistém smyslu

³⁴ ORIEŠKA, J. *Služby v cestovním ruchu*. V Praze: Idea servis, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5.

³⁵ FIŠEROVÁ, V. *Volný čas a jeho animace v cestovním ruchu*. Praha: Vysoká škola hotelová, s.r.o., 2008. ISBN 978-80-86578-87-3.

³⁶ ORIEŠKA, J. *Služby v cestovním ruchu*. V Praze: Idea servis, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5.

³⁷ FIŠEROVÁ, V. *Volný čas a jeho animace v cestovním ruchu*. Praha: Vysoká škola hotelová, s.r.o., 2008. ISBN 978-80-86578-87-3.

i nebezpečná. Úroveň nebezpečí je však relativní. Co pro jednoho znamená rutinní činnost, může pro druhého znamenat náročnou, strach budící aktivitu.

Dobrodružný cestovní ruch je dle Páskové a Zelenky definován jako „*forma cestovního ruchu, jejímž hlavním rysem je neočekávanost, neexistence pevně daného programu, případně i určitá míra kontrolovaného rizika. Typickými aktivitami jsou horolezectví, vysokohorská turistika, survival, safari v Africe, zájezdy a pobyty s prvky extrémních a adrenalinových sportů.*“³⁸

Účastníci adrenalinového cestovního ruchu, předpokládají, že vyzkouší aktivity mimo běžné životní prostředí, které v nich vyvolají silné emoce. Tyto aktivity vyžadují úsilí k překonání fyzické, duševní nebo emoční výzvy a jsou spojené s pocitem vzrušení, strachu či dávkou rizika. Riziko však musí být kontrolovatelné. Žádný zákazník nechce ohrozit své zdraví nebo dokonce život. Tyto prožitky přinášejí vnitřně obohacující pocity či potěšení, překonání sama sebe, vedoucí k osobnostnímu rozvoji.

Kotlíková uvádí, že dobrodružství je časově omezenou aktivitou nebo činností, se kterou se spojují následující znaky:

- „*silná emocionální angažovanost jedince (pocity vzrušení, slasti, radosti),*
- *promíjivost (probíhá pouze v určitém čase a za určitých časově omezených podmínek),*
- *jedinečnost (nelze jej nahradit ani zaměnit jinou prožitou situací, je vždy neopakovatelné),*
- *nepřenositelnost (nelze jej „přenést“ na jinou osobu ani „převyprávět“),*
- *nepředvídatelnost (průběh ani výsledek není předem stanovený, je zde „moment překvapení“),*
- *subjektivní pocit nebezpečí,*
- „*výzva*“ – *překonání vlastních hranic a možností.*“³⁹

Výčet prvních čtyř znaků - emocionální angažovanost, promíjivost, jedinečnost, nepřenositelnost, charakterizují pojem prožitek nebo zážitek. Další tři

³⁸ PÁSKOVÁ, M. a J. ZELENKA. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002, s. 64. ISBN 80-239-0152-4.

³⁹ KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, s. 65. ISBN 978-80-247-4603-6.

znaky – nepředvídatelnost, pocit nebezpečí a překonávání vlastních hranic jsou charakteristické pro dobrodružství.⁴⁰

Autor Hill in Schott rozděluje dobrodružství na dva druhy: tvrdé neboli hard adventure a měkké soft adventure. „*Tvrdé dobrodružství se týká aktivit, které obsahují vysokou úroveň rizik, vyžadují vysoký stupeň schopností a dovedností, a také předpokládají vysokou míru zodpovědnosti.*“⁴¹ „*Měkké dobrodružství obsahuje subjektivně vnímané riziko, jehož objektivní úroveň je minimální, nevyžaduje žádné zvláštní schopnosti, dovednosti ani úsilí a většina aktivit se koná pod dohledem zkušených instruktorů a průvodců.*“⁴²

Dobrodružný cestovní ruch je formou cestovního ruchu, která je spjatá s aktivní sportovní činností. Zejména je spojován s tzv. rizikovými sporty někdy i extrémními sporty. Nejčastěji je dobrodružný cestovní ruch členěn podle prostředí na horský, pouštní, pralesní, mořský a polární a také podle ročního období na letní a zimní.⁴³

Typickými aktivitami v rámci dobrodružného cestovního ruchu jsou:

- horolezectví, alpinismus, vysokohorská turistika a trekking,
- zájezdy a pobyty s prvky extrémních sportů v extrémních podmínkách (extrémní turistika),
- zájezdy s prvky adrenalinových sportů jako je paragliding, canyoning, rafting, bungee jumping, parašutismus, skoky volným pádem ze skal s padákem, lety balonem, bezmotorové létání, potápění, extrémní lyžování, snowboarding na extrémních svazích aj.⁴⁴

Adrenalinový/dobrodružný turismus je v popředí zájmu především u mladších cestovatelů. Rozvíjí se nejen svými formami ale i geograficky – využíváním různých

⁴⁰ KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.

⁴¹ KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, s. 69-70. ISBN 978-80-247-4603-6.

⁴² KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, s. 69-70. ISBN 978-80-247-4603-6.

⁴³ KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.

⁴⁴ DROBNÁ, D. a E. MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2004. ISBN 80-7168-901-7.

přírodních oblastí.⁴⁵ Dle studií představuje dobrodružné cestování trh značného rozsahu s potenciálem pro ekonomický růst.

⁴⁵ ZELENKA, J. *Marketing cestovního ruchu*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010. ISBN 978-80-86723-95-2.

4 PRODUKT ZÁŽITKOVÉHO CESTOVNÍHO RUCHU

Z Maslowovy pyramidy potřeb vychází mnoho odborníků na cestovní ruch. Cestovní ruch patří do vrstev nejvyšších, ačkoli sám o sobě zasahuje do všech vrstev Maslowovy pyramidy. *Maslow uvádí, že „čím trvaleji jsou potřeby uspokojovány, tím více ztrácejí na své motivační síle pro nějaké jednání a tím se jeví potřeba dosáhnout úrovně vyšší, která se předtím nejevila téměř vůbec pociťována jako naléhavá kategorie“*⁴⁶

Obrázek 2: Pyramida potřeb podle Maslowa



Zdroj⁴⁷

⁴⁶ PARMOVÁ, D., V. DVOŘÁK a I. FRKOVÁ. *Kapitoly z cestovního ruchu pro praxi*. České Budějovice: Chance in Nature - Local Action Group, 2013, s. 63. ISBN 978-80-7394-406-3.

⁴⁷ PARMOVÁ, D., V. DVOŘÁK a I. FRKOVÁ. *Kapitoly z cestovního ruchu pro praxi*. České Budějovice: Chance in Nature - Local Action Group, 2013, s. 63. ISBN 978-80-7394-406-3.

Dobré stravování a pohodlné ubytování, které se řadí mezi fyziologické potřeby, jsou již během dovolené považovány za samozřejmost. Také sama krásná příroda již nestačí. Nároky hostů se zvyšují a tak je i vyšší důraz kladen na uspokojení dalších potřeb. Na potřeby, v průběhu dovolené, ve spojení s Maslowovo pyramidou, je zaměřen následující výčet potřeb, ze kterého lze také odvodit jejich naléhavost a významnost pro rozhodování klienta.⁴⁸

„Potřeby

Oblasti potřeb, jež jsou využitelné při plánování dovolené

1. Fyziologické potřeby

strava, nápoje, dobré ovzduší, teplo, spánek, pohyb, odpočinek, zdraví.

2. Potřeby bezpečí

ochrana vlastního života, zdraví a statků, které jsou brány na dovolenou sebou.

3. Sociální potřeby

zamezení strachu z izolace díky kontaktování jiných lidí, společenskost, navazování známostí, láska, náklonnost.

4. Potřeby uznání

sebeúcta a sebehodnocení, ohodnocení od ostatních (sociální uznání, respekt, prestiž).

5. Potřeby seberealizace

Usilování o optimální rozvoj svých individuálních vloh a schopností ve všech oblastech osobnosti. K tomu patří mezi jiným tvůrčí činnosti, vzdělání, další vzdělávání, zážitky, objevy, dobrodružství.⁴⁹

Pohled na spotřebitele jako hédonickou bytost, tedy zaměřenou na příjemnosti a požitky života, tvrdí, že spotřebitelské jednání vyplývá z lidské potřeby zažít pocity a emoce. Výsledkem je, že rozhodovací proces pro určité produkty a služby se točí okolo cíle

⁴⁸ PARMOVÁ, D., V. DVOŘÁK a I. FRKOVÁ. *Kapitoly z cestovního ruchu pro praxi*. České Budějovice: Chance in Nature - Local Action Group, 2013. ISBN 978-80-7394-406-3.

⁴⁹ PARMOVÁ, D. *Péče o hosty v hotelnictví: Rastr potřeb* [online]. [cit. 2016-05-25]. Dostupné z: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:OcVCr5ZbjM8J:www.ckrumlov.info/docs/cz/mcr2004_parmova.doc+&cd=1&hl=cs&ct=clnk&gl=cz

spotřebitele podnítit pocity a emoce. Spotřebitelé budou raději preferovat takové nákupy, které v nich vyvolají zážitky a emoce, raději než řešit problémy.⁵⁰

Zážitkovým produktem cestovního ruchu je ucelený, tematicky zaměřený balíček služeb.⁵¹ Aby byl produkt zážitkového cestovního ruchu úspěšný, měl by působit na všechny následující úrovně, které jsou prezentovány v trojúhelníku přístupu k turistice cíleného zážitku.

Obrázek 3: Trojúhelník přístupu k turistice cíleného zážitku



Zdroj⁵²

⁵⁰ WOODSIDE, A. G. *Advances in culture, tourism, and hospitality research*. Bingley, UK: Emerald JAI, 2008. ISBN 978-0-76231451-5.

⁵¹ *Jihočeská centrála cestovního ruchu: Strategie prezentace - témata* [online]. [cit. 2016-04-25]. Dostupné z:

http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:qNCyt6ySnsJ:infoservis.ckrumlov.info/docs/cz/ad2005033001_fatkova.ppt+&cd=2&hl=cs&ct=clnk&gl=cz

⁵² PARMOVÁ, D., V. DVOŘÁK a I. FRKOVÁ. *Kapitoly z cestovního ruchu pro praxi*. České Budějovice: Chance in Nature - Local Action Group, 2013, s. 63. ISBN 978-80-7394-406-3.

Základem trojúhelníku je **fyzická úroveň**. Zde vznikají zákaznicka očekávání, která zohledňují produkt, přání, ochotu účastnit se prožitku. Tato úroveň má u zákazníka vyvolat zájem o produkt.

Druhá úroveň je **motivační**. Zákazníci vnímají okolí svými smysly. Produkt je přijímán, zkoušen, poznáván a přijat do podvědomí. Zapojením fyzických smyslů zákazníci zjišťují, kde jsou, co se děje a co dělají.

Další je úroveň **rozumová**. Vytváří se zde názor na prezentovaný objekt během prožitku a to za pomoci okolí a spolupůsobení učení, přemýšlení a s použitím znalostí. Zákazník si na intelektuální úrovni uvědomí, zda je s produktem spokojen nebo nikoli.

Čtvrtá úroveň je **emocionální**, kde dochází k prožívání zážitku. Emocionální reakci je však obtížné předvídat. Pokud budou maximálně využity všechny prvky produktu a bude zapojena fyzická i intelektuální úroveň, lze očekávat, že zákazník bude prožívat kladné emoce, zažije zábavu, potěšení ze získání nových dovedností nebo pocit úspěchu.

Poslední, nejvyšší úrovní, je **mentální**. Silná reakce z jedinečného zážitku může vést k osobní proměně. Tato proměna může vést k trvalé změně fyzického bytí, stavu mysli či životního stylu. Osobnost se cítí jako nová, vyšší bytost, se změněným pohledem na svět.⁵³

Produkt musí být pro zákazníka pochopitelný, přístupný a musí být zajištěna bezpečnost, aby zážitky, které zprostředkuje, byly příjemné. Poté co se zákazník s produktem seznámí a na vlastní kůži vyzkouší, poskytne mu, ať vědomě, či nevědomě, poučení, nové informace a vede také loajalně k dané atraktivitě, která vede k vybudování dlouhodobějšího vztahu a zájmu o danou oblast. Získaný zážitek může vést k osobní angažovanosti, osobnostní transformaci či získání nového hobby.

Jak již bylo uvedeno, vnímání zážitku je subjektivní. Stejný produkt nevyvolá totožné emoce u každého jedince. Můžeme se však snažit vytvořit takový zážitkový produkt, který bude působit na všechny popsané úrovně. Díky identifikaci těchto klíčových rovin produktu pak můžeme snáze nalézt způsoby rozvoje produktu. Důležité je, aby se produkt dostal do povědomí zákazníků, k tomu je třeba osobní a upřímný marketing.

⁵³ DVOŘÁKOVÁ, I., M. HÁJKOVÁ a R. FOLBERGEROVÁ. *Vzdělávání v zážitkové turistice v oblasti technických památek v Praze: (studijní texty)*. České Budějovice: Jihočeská centrála cestovního ruchu, 2006, 150 s. ISBN 80-239-7838-1.

Dobrodružný či zážitkový cestovní ruch se je považován za alternativní formu cestovního ruchu, jež se v poslední době dynamicky rozvíjí. Převážně v organizované formě se produkty dobrodružného či zážitkového cestovního ruchu stávají předmětem podnikání. Na trhu nalezneme mnoho cestovních kanceláří nabízejících široké spektrum produktů specializovaných právě na tuto formu cestovního ruchu. Subjekty působící na tomto trhu pak vytváří různá sdružení či asociace, podílejí se na vydávání specializovaných časopisů či organizování výstav či dokonce natáčení filmů s dobrodružnou tematikou. Důležitou roli v tomto odvětví hraje kreativita a inovativnost a přesné zacílení.⁵⁴

Charakteristické znaky, které zahrnují zájezdy v oblasti dobrodružného cestovního ruchu, jsou shrnuty v následujícím výčtu:

- *„individuální přístup,*
- *dokonalé organizační zabezpečení,*
- *speciálně proškolený, kvalifikovaný personál (instruktoři, průvodci),*
- *kvalitní vybavení (výzbroj a výstroj),*
- *zajištění bezpečnosti účastníků (včetně adekvátního pojištění).“⁵⁵*

4.1 Principy transformace produktu cestovního ruchu do zážitkové turistiky

- propagována by měla být skutečná atraktivita,
- musí zahrnovat prvek, který budou zákazníci ochotni vyzkoušet – zažít,
- turisté musí být ochotni za tento zážitek zaplatit,
- zážitek by měl být přenositelný (propagace)
- zážitek musí být variantní, aby odpovídal individuálním přání zákazníka,
- zážitkový produkt musí být k dispozici pro různě zdatné zákazníky,

⁵⁴ KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.

⁵⁵ KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, s. 74. ISBN 978-80-247-4603-6.

- atraktivita musí být autentická – uvěřitelná,
- musí zde být zapojen odborník,
- zážitkový produkt musí být poutavě přiblížen.

Je důležité pro atraktivitu vytvořit historku, která na základě vlastních zkušeností a představ účastníky vtáhne do děje, a umožní jim emocionálně se s příběhem ztotožnit. Historika či příběh musejí působit autenticky a důvěryhodně. Z různých elementů musí být vytvořen souvislý příběh tak, aby dojem ze zážitku byl působivý. Historiky a legendy musí zahrnovat faktické prvky, které mohou být ozvláštněny o prvky fiktivní. Takovýto zážitek umožní zákazníkovi prožít produkt na smyslové, ale také rozumové a emocionální úrovni.

Jedná-li se o prezentaci objektu, díky historce se zákazníkům přiblíží, jaké funkce objekt měl, jakým způsobem žil, jaké ho potkaly nástrahy a historie se tak „zaktivní“. Například u vodního mlýna je divácky zajímavá prezentace funkčnosti objektu, představení života obyvatele mlýna, třeba doplněná i o herce ve stylovém převleku nebo interaktivní expozice.

Lehce se vytváří historka o osobnosti, neboť každý nějakou historku již zažil. Návštěvnicky nejzajímavější bývají neoficiální informace ze života, historky spojující se autorovo dílem a podobně.

I v rámci představení tradiční výroby lze použít historky. Předmětem může být technologický vývoj, historka o vzniku nápadu, krajové či národní odlišnosti výroby a jiné. Divácky atraktivní je také přiblížení podstaty, chování předmětu v různých podmínkách či interakcích.

Na autenticitě a důvěryhodnosti produktu zážitkového cestovního ruchu musí být atraktivitě dodáno doplněním historky o obrázky a texty včetně dostatku relevantních faktů, dat a důkazů. Neexistuje univerzální koncept, díky kterému by byla zaručena autenticita, tu musí posoudit každá zákazník sám. Produkt by však měl být založen na místní kultuře, aby ho provozovatelé považovali za přirozenou součást a výsledek tak působil pozitivně na všechny účastníky.

Musí být také vybrán vhodný způsob, jakým by bylo možné produkty zpeněžovat. Může se jednat o vícedenní produkty zahrnující doplňkové služby, jako jsou ubytování

a stravování, nebo workshopy, kdy, na základě účastnického poplatku, se zákazník sám rozhodne, jaké zážitkové aktivity si z nabízeného program vyzkouší. Populární je také zhotovování vlastnoručního výrobku, jakožto připomínce o účasti nebo pořizování suvenýrů. Dále je také oblíbené fotografování a pořizování videozáznamů.

Události mohou být zpoplatněny přes vstupné, za vyzkoušení si nabízených aktivit, workshop, prodej suvenýrů či přes doplňkové služby jako jsou například pronájmy vybavení.

Zajímavostí je také zasazování například operních či divadelních her do více či méně obvyklého prostředí.

Pokud se rozhodneme realizovat vícedenní zážitkový program, je možné ho zaměřit pouze na určitou oblast, kde se účastníci seznámí s daným oborem a jeho představiteli, s metodami a technologiemi a pod dohledem odborníka se některých aktivit sami zúčastní.

Abychom mohli danou atraktivitu dobře propagovat, musíme si ji nejdříve charakterizovat a definovat potenciální zákazníky. Provozovatel či manažer atraktivity cestovního ruchu by měl spolupracovat s odborníky, kteří mají v oboru dostatečné zkušenosti. Výhodou může být také spolupráce se známými osobnostmi, které se danou problematikou proslavili a tím by mohli produktu cestovního ruchu přidat na atraktivitě. Musíme brát také ohled na různá omezení, se kterými se můžeme v praxi setkat. Patří sem klimatická, ekologická, technologická či právní omezení.⁵⁶

Na rozdíl od masového turismu, je zde ve větší míře prosazován individuální přístup. Jak uvádí definice, dobrodružný cestovní ruch zahrnuje určitou dávku rizika, tím je pak na cestovní kanceláře kladen požadavek na zajištění bezpečnosti klientů. Účastníci těchto aktivit by měli myslet na pojištění zahrnující i druh sportu, jež je předmětem dobrodružného či zážitkového cestovního ruchu. Jelikož zajištění bezpečnosti klientů zde hraje klíčovou roli, jsou na pořadatele kladené vysoké nároky v oblasti dokonalého technického a organizačního zabezpečení. Základem je speciálně proškolený a dostatečně kvalifikovaný personál ať se jedná o instruktory či průvodce. Nedílnou součástí musí být

⁵⁶ DVOŘÁKOVÁ, I., M. HÁJKOVÁ a R. FOLBERGEROVÁ. *Vzdělávání v zážitkové turistice v oblasti technických památek v Praze: (studijní texty)*. České Budějovice: Jihočeská centrála cestovního ruchu, 2006. ISBN 80-239-7838-1.

kvalitní vybavení, výzbroj nebo výstroj a samozřejmostí by měl být také pravidelný a odborný servis.

5 POTÁPĚNÍ

Tento typ rekreace, podvodní turistika, již přilákal tisíce nadšenců, neboť nabízí další způsob, jak trávit volný čas. Sotva se mnozí ponoří pod vodní hladinu, uvolní se a unikají ze stresu každodenního života. Okouzlení z potápění zasahuje jak vyčerpané podnikatele, starší i mladé nadšence, kteří hledají nevšední koníček. Pod vodou se všichni ocitají jako ve snu, který přináší obrazy tak vzdálené běžnému životu. Sen však končí s vynořením se na hladinu.

Ne každý se potápí kvůli sportovnímu výkonu. Ale i ti, kteří se potápějí pro potěšení, jsou sportovci, možná s menšími svaly, snad oblečení jako turisté, ale se stejnou disciplínou, která se skládá ze schopností a znalostí. Bez vůle, nadšení a sebeovládání, se potápěči vystavují značným rizikům.⁵⁷

Dle výkladového slovníku je potápění definováno jako plavání pod vodou s využitím potápěčské výstroje jako je neoprenový oblek, olověné závaží, lahev se stlačeným vzduchem, potápěčská maska, vodotěsné hodinky, hloubkoměr, speciální nůž a další.⁵⁸

5.1 Historie potápění

Kdy sestoupil člověk poprvé pod hladinu moře, není nikdo schopen říci. Avšak historikové věří, že tomu bylo již 5000 let př. n. l. Důvody potápění byly především lovecké, vojenské a rekreační. Potápějíci se lidé byly vyobrazeni již asyrském reliéfu z roku 885 př. n. l. Záznamy o hledacích mořských pokladů lze nalézt i v dílech řeckého historika Hérodota. K vojenským účelům využíval potápěče i Alexandr Veliký, který sledoval své potápěče při odstraňování zářezů v přístavech. Dle záznamů, byly v 1. stol. př. n. l. za úplaty často využívány potápěči k vyzvedávání předmětů

⁵⁷ FERRARIO, E. *Das ist Tauchen: ein moderner Tauchsport-Lehrgang*. 2. Bielefeld: Delius, Klasing, 1976. ISBN 37-688-0218-3.

⁵⁸ PÁSKOVÁ, M. a J. ZELENKA. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. ISBN 80-239-0152-4.

ze Středozemního moře. Výcvik takovýchto potápěčů probíhal již od raného dětství. Potápění v této době však bylo prováděno pouze na nádech a při zanořování byly využívány těžké kameny, přičemž potápěč byl uvázan na lanu, aby mohl být i s nákladem snáze vytažen. Jednalo o hloubky i 20 – 30 m.

Potápěči hledali způsob, jak zůstat pod vodou co nejdéle. Nejprve využívali k dýchání duté stéblo. Tato metoda byla využívána při nepozorovaném překračování řek při válečných akcích. Avšak délka stébla byla omezená, a tak se stále objevovala snaha o výrobu jakéhosi přístroje, který by umožnil potápěči volně dýchat. Je však velmi nepravděpodobné, že by tehdejší potápěči měli k dispozici materiály a techniku umožňující překonávání problému s tlakem, který stoupá s hloubkou vody.

O zkonstruování přístroje, jež by dovoľoval potápěči pod vodou volně dýchat, se v 16. a 17. století pokoušelo mnoho vynálezců. Přístroje však byly neúčinné. Za pokrok je považována stavba otevřeného potápěčského zvonu, který byl svisle spuštěn do vody tak, aby vzduch zůstal uvnitř zvonu. Pro potápěče tak v horní části zvonu vznikla zásoba stlačeného vzduchu. První zmínka o potápěčském zvonu pochází z roku 1531. Od té doby se záznamy o podobných zvonech objevují pravidelně. Tento systém se mnozí snažili zdokonalit. Například tím, že byl do zvonů přiváděn čerstvý vzduch v menších zvonech či nádobách.

V roce 1715 byl vyvinut první pevný potápěčský oblek. Úspěšný Angličan - John Lethbridge, vytvořil sud vzduchu, zevnitř potažený kůží, s proskleným otvorem pro výhled a s otvory pro ruce s vodotěsnými rukávy, který dovoľoval potápěči práci pod vodou. V hloubce 18 metrů tak potápěč mohl setrvat na 36 minut.

Lukrativní obchod, vyzvedávání cenných předmětů z pod hladiny moře, byl hnacím motivem k sestrojování stále dokonalejších potápěčských přístrojů a obleků. Za tvůrce prvního potápěčského obleku je považován Augustus Siebe, ačkoli na podobných návrzích pracovalo hned několik badatelů. Potápěčský oblek se skládal z mohutného obleku a ocelové přilby s průhledy, přičemž potápěč byl se zdrojem vzduchu nad hladinou spojen hadicí. Spodním okrajem obleku unikal vydechovaný vzduch. V roce 1840 přidal Siebe k obleku pérový výdechový ventil a vznikl tak plně vodotěsný oblek, známý jako Siebeho potápěčský skafandr. Snaha o vytvoření přístroje, který by umožňoval dýchání pod vodou bez spojení se zásobou vzduchu na hladině, se stala předmětem zkoumání

mnoha badatelů. I během obou světových válek se pracovalo na vylepšení způsobu nezávislého dýchání pod vodou. Výsledkem byl první bezpečný, plně funkční dýchací přístroj s otevřeným okruhem, kdy potápeč vdechuje vzduch z potápečské lahve a přímo do vody vzduch zase vydechuje. Tento přístroj vyvinuli Jacques Yves Cousteau a Emile Gagnau, tento akvalung, umožnil bezpečný sestup do hloubky 60 metrů.

Jednoduchost a komfort, který představoval otevřený okruh, vedly k tomu, že se po válce stal z potápění jeden z nejrychleji se rozvíjejících sportů, který umožňoval objevovat a objasňovat tajemství pod vodní hladinou.⁵⁹ Technický pokrok je však k nezastavení i v dnešní době, a tak ke zdokonalování potápečské techniky dochází neustále.

5.2 Vodní plochy vhodné k potápění

V České republice se, kromě moře, můžeme setkat prakticky se všemi druhy vodních ploch vhodných k potápění. Mezi neoblíbenější potápečské lokality patří lomy, které po sobě zanechaly minulé generace a s ukončením těžby se zalévají vodou. Většinou zde bývá zakázané koupání, a tak lomy nabízejí čistší vodu s lepší viditelností. Aby byly lomy přístupné pro potápečce, musejí být soukromým majetkem, většinou nějakého potápečského klubu nebo firmy. Vstup pak bývá zpravidla zpoplatněn. Vznikají zde však potápečské základny, které nabízejí zázemí pro potápečce, včetně převlékárny, plnění lahví, občerstvení či ubytování a hlavně vhodný přístup k vodě. Majitelé lomů se pak snaží vodu zatraktivnit pořizováním velkých ryb či vkládáním zajímavostí (např. potápečské zvony – kesony, vrtulníky, autobusy, automobily, sochy a další).

Další možnosti k potápění nabízejí rybníky či pískovny. Avšak ne všechny jsou vhodné k potápění, obzvláště pokud se jedná o místo, kde je povolené koupání, kvůli kterému se zhoršuje viditelnost pod vodou. Potápečci si zde musí dávat pozor na kachny i rybáře.

Složitější je to s potápěním na přehradách, kde nejde pouze o viditelnost, ale je nutné dodržovat také bezpečné vzdálenosti. Nejsložitější je to s potápěním v jeskyních.

⁵⁹ MOUNTAIN, A. *Příručka potápění*. 2. české, dopl. vyd. Překlad Michal Zahrádka. Praha: Svojtka & Co., 2007. Jak na to (Svojtka & Co.). ISBN 978-80-7352-722-8.

Je potřeba absolvovat speciální výcvik na to, aby se potápěč stal jeskynním potápěčem - cave diverem.⁶⁰

Velmi oblíbenou vodní plochou k potápění jsou jezera. V popředí zájmu stojí především rakouská jezera, která patří k nejčistším v Evropě. Nabízejí průzračnou vodu a mimořádné bohatství fauny a flory. Nevšední zážitek umožňuje potápění v jezeře Grüner See. Hloubka dosahuje maximálně 11 metrů, jelikož zdrojem vody je tající sníh z okolních skal a kopců. Díky výborné viditelnosti nabízí mimořádný pohled na pstruhy plavoucí zatopeným údolím s lavičkami, mosty, stromy a jezero se tak stává ideálním místem pro podvodní fotografování.⁶¹

Zajímavým zpestřením je potápění v řekách. České řeky většinou nejsou hluboké, avšak je zde možné užít si podvodní faunu. Pro potápění oblíbené rakouské řeky charakterizuje příjemná voda s výbornou viditelností, silné proudy, jeskyně a vodopády.⁶²

Při potápění v mořích a oceánech si přijde na své každý potápěč. Průzračná voda se skvělou viditelností umožňuje každému užít si bohatství podvodní fauny a flory, korálové útesy, jeskyně, tunely i rozmanitost obyvatel vodní říše, ale i vraky lodí a lidské výtvary.

Jednotlivé potápěčské lokality se odlišují svou obtížností a tím, co je na nich možné spatřit. Vždy je důležité přizpůsobit se místním podmínkám a aktuálnímu počasí. Při potápění však vždy platí, že se na nic nesmí sahat ani po ničem šlapat ani přemísťovat.

Mezi nejnavštěvovanější místa na potápění patří Egypt - Rudé moře. Více než tři stovky druhů korálů, průsvitné medúzy, mořské hvězdice, hejna různobarevných ryb, ale i množství tajuplných vraků. Běžně zde lze spatřit želvy, barrakudy, murény, delfíny či žraloky. Díky cenové dostupnosti a teplému moři se do Rudého moře potápěči rádi vrací a probádávají stále nová neuvěřitelná místa.⁶³

⁶⁰ Potápění v Čechách. *Potápěčský průvodce* [online]. [cit. 2016-02-15]. Dostupné z: http://www.potapeckypruvodce.cz/nahled_knihy.pdf

⁶¹ Grüner see. *Strany potápěčské* [online]. [cit. 2016-05-21]. Dostupné z: <http://www.stranypotapecke.cz/lokality/lokalidet.asp?navez=Gr%FCner+see>

⁶² Potápění v Horním Rakousku. *Dovolená-cestování-prázdniny v Rakousku* [online]. [cit. 2016-05-21]. Dostupné

z: <http://www.austria.info/cz/aktivity-a-zazitky/jezera-a-priroda/kde-se-mohou-koupat-i-ctyrnozi-kamaradi/potapeni-ve-vorarlbersku/potapeni-v-hornim-rakousku>

⁶³ Rudé moře. *Potápění v Egyptě* [online]. [cit. 2016-05-22]. Dostupné z: <http://www.potapenivegypte.cz/rude-more/>

Ti, kteří chtějí do cestování za potápěním investovat více peněz, volí vzdálenější destinace jako je Bali, Maledivy, Galapágy či oblast Karibiku. Naopak ti, kteří chtějí spíše ušetřit, volí pro potápění moře v Chorvatsku.

5.3 Základní potápěčský kurz

Aby se člověk mohl samostatně potápet s přístrojem, musí nejdříve absolvovat základní potápěčský kurz, značený jako OWD (Open Water Diver). Po získání základních znalostí a dovedností potřebných k bezpečnému provozování tohoto sportu se smí potápěč potápet do maximální hloubky 18 metrů. Kurz obsahuje teoretickou část, která probíhá formou samostudia ze specializovaných učebnic a teoretické lekce s instruktorem. Praktický trénink začíná většinou v kontrolovaných podmínkách v bazénu a pokračuje ponory ve volné vodě. Oblíbenou variantou je také absolvování potápěčského kurzu přímo u moře.⁶⁴

5.4 Pokročilý potápěčský kurz

Během potápěčského kurzu pro pokročilé, značený jako AOWD (Advanced Open Water Diver), se z potápěčů začátečníků stávají zkušenější potápěči. Kurz obsahuje 5 samostatných oblastí potápění, přičemž mezi dvě základní části patří hloubkové potápění a podvodní navigace. Další tři volitelné specializace jsou voleny dle zájmu potápěče. Mezi oblíbené patří noční potápění, vrakové potápění, potápění v suchém obleku a další. Každá oblast je probrána v teoretické lekci a následně doplněna výcvikovým ponorem. Po absolvování kurzu se potápěč smí potápet do hloubky až 30 metrů.⁶⁵

⁶⁴ Kurz potápění -chci se začít potápet - OWD. *Kapr Divers* [online]. [cit. 2016-05-22]. Dostupné z: <http://www.kaprdivers.cz/kurzy-potapeni/chci-se-zacit-potapet-owd/>

⁶⁵ Kurzy potápění pro pokročilé. *Kapr Divers* [online]. [cit. 2016-05-22]. Dostupné z: <http://www.kaprdivers.cz/kurzy-potapeni/pokrocile-kurzy/>

5.4.1 Hloubkové potápění

Další specializací, kterou si potápěči zdokonalují a zvyšují svou úroveň a sebevědomí je hloubkové potápění. Hloubkové potápění nabízí k prozkoumání nové a vzrušující lokality jakými jsou například hlouběji ponořené vraky, ponory podél stěn a korálových útesů a mnoho dalších. Pojem hloubky je však relativní pojem. Vliv na vnímání hloubky mají třeba teplota, viditelnost či proudy.⁶⁶

5.4.2 Kurz podvodní navigace

Piloti, námořníci a výzkumníci, ve svém specifickém prostředí, hledají cesty k cíli již po mnoho let pomocí dovednostní navigace. I potápěč s přístrojem se může díky využití těchto technik naučit, jak se ve vodě pohybovat a orientovat. Pokud se potápěč naučí najít cestu ke svému podvodnímu cíli a zase zpět, k lodi nebo břehu, ze kterého ponor započal, jistě díky těmto dovednostem získá i sebevědomí a jistotu a stres z ponoru se tak zmenší. Tato dovednost potápěčům otevírá nové možnosti, dovoluje nalézat vzrušující lokality, například vraky a zážitek z potápění se tak prohlubuje. Potápěči se tak stávají nezávislí a sebevědomí, když dokážou vést ponor sami, bez vedoucího ponoru.⁶⁷

⁶⁶ WATTS, H. a L. HUMPAL. *Deep Diving*. 3. neznámé: Concept Systems GmbH, 2010. ISBN 978-1-880229-87-3.

⁶⁷ MCNEESE, D. *Navigation*. Germany: Concept Systems International GmgH., 2011. ISBN 978-1-58750_066-1.

5.4.3 Vrakové potápění

Specializovanou oblastí potápění je vrakové potápění. Na rozdíl od přírodních zajímavostí nabízí potápěčům nový způsob dobrodružství, který uspokojí jejich touhu nahlédnout do minulosti. Po celém světě lze nalézt vraky všech stáří, typů a velikostí. Každý vrak má svou historii a je z mnoha důvodů zajímavý. Potápěči tak mohou prozkoumat egyptská plavidla, staré španělské galéry, válečné lodě, luxusní zaoceánské parníky, říční čluny, rybářské lodě malé kajutové jachty či letadla.⁶⁸

5.4.4 Noční potápění

Noční potápění a potápění za zhoršené neviditelnosti je další ze specializací, o kterou si potápěči mohou rozšířit svoji kvalifikaci. Totožné potápěčské místo bude nabízet zcela odlišný pohled při potápění ve dne a v noci. Někteří živočichové se v noci probouzejí, někteří si v noci hledají potravu. Kontrast jasných barev a temného pozadí nabízí jedinečný zážitek. Pro mnohé potápěče je potápění v noci určitým adrenalinem, vzrušením jak fyzicky, tak emocionálně, jelikož nejde vidět dále než tam, kam dosvítí světlo.⁶⁹

5.4.5 Potápění v suchém obleku

Díky potápěčskému suchému obleku se potápěčům nabízí možnost prodloužit si sezónu potápění i na chladná období, kdy voda dosahuje jen několika stupňů a zároveň možnost prozkoumat nové lokality. V chladných vodách žije jiná fauna a flora než v oblastech

⁶⁸ BERG, D. *Vrakové potápění: Speciální příručka*. Ekon, Jihlava: SSI Croatia, 2002. ISBN-13: 953-98434-6-4.

⁶⁹ MCNEESE, D. *Night & Limited Visibility*. neznámé: Concept Systems, Inc., 2012. ISBN 978-1-60579-107-4.

tropických. V zimních měsících voda také nabízí mnohem lepší viditelnost než voda teplá.⁷⁰ Zároveň se potápěčům nabízí možnost rozšířit si specializaci o potápění pod ledem.

⁷⁰ BARSKY, S. *Používání suchého obleku: Příručka specializace*. Croatia: SSI Adriatic Group d.o.o., 2006. ISBN 953-7068-01-3.

6 CHORVATSKO

Chorvatsko leží v místě, kde se geograficky nachází střední a jižní Evropa, mezi Alpami a panonskou nížinou. Ačkoli rozlohou není Chorvatsko příliš velké, nalezneme zde rozmanitou škálu krajinných typů. Tato země se pozvolna dostává z obtížných let válečného konfliktu a opět stojí v popředí zájmu turistů.

Chorvatsko se administrativně dělí na 21 žup, které lze přirovnat ke krajům. Většinou se ale pro rozdělení Chorvatska používají oblasti: Istrie, Kvarner, vnitrozemí, Severní, Střední a Jižní Dalmácie.⁷¹

6.1 Dalmácie

Dalmácie se rozprostírá mezi severně položeným Zadarem až po Kotorskou zátoku na jihu. Vyniká pozoruhodným pobřežím, které patří mezi nejdramatičtější na evropském kontinentu. Podél části břehu Jaderského moře lze navštívit několik výtečně zachovalých měst, ve kterých je patrná benátská architektura a kultura. Každoročně tato oblast s maličkými vesničkami s kamennými domy, klidnými zátokami, romantickými plážemi, menšími i většími ostrůvky a křišťálově čistým mořem, přitahuje davy turistů z celé Evropy.⁷²

Kraj kolem severodalmatského Zadaru nabízí turistům všechny chorvatské přednosti. Střediskem celé oblasti je Zadar. Přímořské město, které se pyšní řadou muzeí i římských památek, rušnou zábavní a kulinářskou scénou. Zadarsko je oblastí dvou velkých národních parků a jednoho souostroví. Zadarské souostroví tvoří na 300 ostrůvků, které obklopuje průzračná voda a tím se stává rájem pro milovníky vodních

⁷¹ ZOPPÉ, L. a G. E. VENTURINI. *Chorvatsko*. Vyd. 3. Překlad Josef Koval. Praha: Ikar, 2011. Společník cestovatele. ISBN 978-80-249-1305-6.

⁷² BOUSFIELD, J. *Chorvatsko: [turistický průvodce]*. Brno: Jota, 2007. Livingstone - průvodci. ISBN 978-80-7217-535-2.

sportů, především jachtingu.⁷³ Severní Dalmácie však také nabízí turistickým ruchem nedotčené rybářské osady, kulturní památky, panenskou divočinu vhodnou sportovní nadšence, lokality pro milovníky vodních radovánek a mnoho dalšího.

6.2 Sport a aktivní dovolená

Chorvatsko má ohromně bohaté přírodní podmínky zahrnující vodopády, moře, ostrovy, kopce, jezera, kaňony, hory, lesy a krásné přírodní parky a to vše za neustálého středomořského slunečního svitu. Díky těmto podmínkám se stává Chorvatsko vyhledávanou turistickou destinací. Na to navazuje snaha o budování co nejspolehlivější infrastruktury pro sporty jako jsou jachting, surfování, potápění, horolezectví, pěší turistika, cyklistika a další.

Pro odpočinek a méně náročné aktivity je tu několik lázeňských středisek s termálními prameny a léčebnými koupelemi. Pobřeží je lemované více než tisícovkou ostrovů, které jsou rájem pro milovníky šnorchlování, plavání a slunění.⁷⁴

Chorvatsko je plné nenáročných nížinatých terénů, kopců a vrchovin, ale také horských a vysokohorských oblastí. Postupem času Chorvatsko protkaly turistické a trekkingové cesty, stejně jako cyklistické trasy s kvalitním značením, díky nimž se sportovci mohou seznámit s přírodními krásami okolí, historickými zajímavostmi i s životem místních obyvatel. Mnohé cesty jsou již vybaveny informacemi o okolí a možnostmi odpočinku a občerstvení. V neporušené přírodě plné vrchovin a pohoří s minimem cest a obydlí si na své přijdou také milovníci horské turistiky a horolezectví.

Druhým nejoblíbenějším sportem v Chorvatsku je hned po fotbalu tenis. Téměř v každém městě jsou tak k dispozici velmi dobře udržované antukové kurty. Nechybí zde ani tenisové školy vysoké úrovně. O popularitě tenisu svědčí také mezinárodní tenisové turnaje, které se v Chorvatsku konají.

⁷³ OLIVER, J.. *Chorvatsko*. 2. české vyd. Překlad Daniela Orlando. Praha: Svojtka, 2008. Z řady průvodců Lonely Planet. ISBN 978-80-7352-478-4.

⁷⁴ ZOPPÉ, L. a G. E. VENTURINI. *Chorvatsko*. Vyd. 3. Překlad Josef Koval. Praha: Ikar, 2011. Společník cestovatele. ISBN 978-80-249-1305-6.

Na popularitě také stále získává golf, přičemž Chorvatsko prozatím disponuje pěti hřišti mezinárodní úrovně. Výstavba golfových komplexů je cílem investičních záměrů mnoha podnikatelů.

Chorvatsko však díky Jaderskému moři vybízí hlavně k vodním sportům. Vynikající podmínky nabízí jachtařům. Čisté a jasné moře, stejnoměrný vítr, množství ostrůvků a zátok a velmi dobře vybavené maríny se nacházejí po celém pobřeží. Jachting je oblíbený i u českých jachtařů, kteří využívají služeb charterových agentur nebo si dokonce pořizují vlastní jachty, které pak nechají i přes zimu kotvit v některé z marín.

Pro vyznavače adrenalinových vodních sportů nabízí Chorvatsko rafting. Tomuto sportu se začaly otevírat nepřístupné kaňony a řeky od konce osmdesátých let a postupem času získávají divoké řeky dobré jméno.

Stále větší oblibě se zejména mezi mladými těší windsurfing. Na Jadranu panují ideální větrné podmínky k provozování tohoto sportu především v průlivech mezi ostrovy. Stále se zlepšuje i zázemí pro tyto sporty, přibývají windsurfingová centra, která organizují kurzy, různé závody a prodávají či půjčují vhodné vybavení.

Stejně tak stále přibývá center nabízejících vodní lyžování nebo wakeboarding, což představuje jízdu na lyžích či prkně taženém motorovým člunem. Oblíbený je také parasailing, při kterém je za motorovým člunem uvázaný padák.

Prvky dobrodružství a nebezpečí a zážitek z rychlé jízdy přináší i jízda na vodním skútru. Pro provozování těchto sportů však musí mít centrum dobrý terén a především odpovídající technické a materiální zázemí.⁷⁵ Obdobně je tomu tak u potápěčských center.

Průzračná voda Jaderského moře je domovem mnohých druhů vodních živočichů, kteří sem lákají všechny zájemce o potápění, ať se jedná o profesionály nebo amatéry. Mezi dvě nejvyhledávanější lokality patří ostrov Mljet u Dubrovníku a ostrovy Kornati. Obě lokality mají status národního parku, jsou chráněné zákonem a potápění je zde dovoleno pouze s registrovanými potápěčskými centry.⁷⁶ Podél celého pobřeží vytvořila

⁷⁵ ZOPPÉ, L. a G. . VENTURINI. *Chorvatsko*. Vyd. 3. Překlad Josef Koval. Praha: Ikar, 2011. Společník cestovatele. ISBN 978-80-249-1305-6.

⁷⁶ BOUSFIELD, J. *Chorvatsko: [turistický průvodce]*. Brno: Jota, 2007. Livingstone - průvodci. ISBN 978-80-7217-535-2.

příroda mnoho podmořských jeskyní porézniho krasového vápence, zajímavé jsou mořské hráze, hejna ryb a v hloubce pak nalezneme korály a vraky lodí.⁷⁷

6.3 Destinace Bibinje

Bibinje, místo s dalmatským kouzlem, se nachází přímo na pobřeží, na jihovýchodní straně od kulturní metropole Zadar. Bibinje nebo Bibano (v italštině), má asi 4000 obyvatel a je obklopeno čtyřmi kilometry pobřeží s plážemi a cestami.

Historie Bibinje začíná z dob římské vlády. Jméno Bibano / Bibanum bylo poprvé zmíněno v knihách v 11. století. Populace byla vždy závislá na zemědělství a chovu dobytka a následně na rybářském obchodě. Cestovní ruch se datuje do poloviny 20. století.

Bibinje je výchozím bodem pro jachtaře, nachází se zde přístav zvaný Dalmacija. S plochou cca 70.000 m² a 1400 místy pro kotvení, se jedná o největší marínu na Jadranu.

Bibinje nabízí více než 1000 registrovaných pokojů a apartmánů se 4000 lůžky. Nachází se zde také 10 přímořských kempů.

Místní restaurace nabízejí regionální speciality, jsou zde kavárny, malé obchody, samoobsluha v centru města, opravna motorových vozidel a lodních motorů. Je zde pošta se směnárnou, mateřská škola, obecné klinika, zubní ordinace, lékárna.

V Bibinje se nachází pět katolických kostelů. Dva z nich jsou otevřeny pro náboženskou činnost: kostel sv. Rok (sv. Rok je ochráncem Bibinje), postavený v 16. století a nově postavený kostel Nanebevzetí Panny Marie dokončený v roce 1984. V městském muzeu je k vidění velmi zajímavá etnografická sbírka a v kostele Jana Křtitele sakrální exponáty z 15. století.

⁷⁷ ZOPPÉ, L. a G. E. VENTURINI. *Chorvatsko*. Vyd. 3. Překlad Josef Koval. Praha: Ikar, 2011. Společník cestovatele. ISBN 978-80-249-1305-6.

6.3.1 Bibinje a turismus

První známky turismu v Bibinje se datují od druhé poloviny 20. století. První turisté pocházeli z Chorvatska, později Bibinje navštěvovali Makedonci a následovali Slovinci. V roce 1959 byla zřízena společnost na organizující cestovní ruch v Bibinje. Začaly se zřizovat restaurace, budovat městské pláže, zvelebovat město.

Druhou fází rozvoje turismu v Bibinje, odstartovala stavba maríny mezi Bibinje a Sukošanem (1978 - 1989).

Během válečných let (1991-1995) se rozvoj cestovního ruchu zastavil, ale už na konci války, v roce 1996 se v Bibinje začali objevovat první hosté a místní obyvatelé se opět začali věnovat cestovnímu ruchu.⁷⁸

6.3.2 Bibinje a okolí

Zadar

Bibinje se nachází pouhých 7 kilometrů od starobylého Zadaru, hlavního střediska Severní Dalmácie. Zadar je významným trajektovým i jachtařským přístavem. Město s bohatou historií láká turisty na své početné cenné historické a kulturní památky. Kromě toho láká turisty na unikátní Mořské varhany, které se nacházejí na nábřeží v nejzápadnější části starého města. Tyto varhany vydávají i při menším vlnobití libozvučné tóny. Na stejném místě je další turistická atraktivita – Pozdrav slunci. Mořské varhany, které jsou založeny na zvukových efektech tak vizuálně doplňuje Pozdrav Slunci, projekt pracující s barvami a světlem. Po západu slunce se rozsvítí všechny zabudované světelné prvky (skleněné desky, pod nimiž jsou umístěny fotovoltaické

⁷⁸ TZ BIBINJE: *Über Bibinje* [online]. [cit. 2016-01-07]. Dostupné z: http://tzo-bibinje.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=57&Itemid=167&lang=de

solární moduly) a podle nastaveného programu se uskutečňuje čarovná světelná hra s barevnými efekty.⁷⁹

Kornati

Kornati je nejhustším souostrovím Jadranu, které se skládá ze 147 ostrovů, ostrůvků a útesů. V roce 1980 byl vyhlášen národní park Kornati, který zaujímá plochu 223 km² souše a vodní hladiny. Kornati jsou díky členitosti a chráněným zátokám rájem pro jachtaře. Vody v okolí Kornatů jsou bohatá loviště ryb, hlavonožců a jiných mořských živočichů. Nalézají se zde vyhlášené potápěčské lokality. Z obce Bibinje se sem pořádají jednodenní výlety lodí.⁸⁰

Telašćica

Telašćica je přírodní park, který hraničí s národním parkem Kornati. Zajímavostí je slané jezero Mir, jehož návštěvníci si užívají teplé koupele s léčivými účinky a jedna z nejhezčích zátok – Telašćica.⁸¹

6.3.3 Aktivity v okolí Bibinje

Potápění

Mezi nejatraktivnější místa na potápění patří oblast okolo Zadaru, která zahrnuje i ostrovy Premuda, Ist, Molat, Dugi Otok, Ugljan, Pašman, národní park Kornati a přírodní park Telašćica. Moře je zde velmi čisté a jasné. Voda v létě dosahuje 23°C a viditelnost zde bývá až do hloubky 40 m. Díky těmto skvělým podmínkám si potápěči mohou

⁷⁹ ZADAR: *Chorvatsko 2015* [online]. [cit. 2016-01-10]. Dostupné z: <http://www.chorvatsko.cz/svdal/zadar.html>

⁸⁰ KORNATI: *Chorvatsko 2015* [online]. [cit. 2016-01-10]. Dostupné z: <http://www.chorvatsko.cz/svdal/zadar.html>

⁸¹ TELAŠĆICA: *Chorvatsko 2015* [online]. [cit. 2016-01-10]. Dostupné z: <http://www.chorvatsko.cz/svdal/zadar.html>

vychutnat jedinečné scenérie mořských stěn, které jsou typickým podmořským reliéfem této oblasti Jaderského moře. Prudké stěny svažující se do hloubky 60 m, jsou plné rozmanitých druhů rostlin, hub či gorgonií. Pod vodou lze narazit na nejrůznější druhy ryb, chobotnice, humry či murény. Jeden z nejkrásnějších potápěčských zážitků v této lokalitě poskytne pohled na podvodní stěny pokryté červenými korály. Jejich intenzivní červená barva a jedinečné tvary, vytvářejí ornamenty, které nenechají žádného potápěče lhostejným. Hlubiny (od 25 m a níže) pak zdobí červené a bílé měkké korály – gorgonie. Vzhledem ke složení půdy jsou podvodní stěny bohaté na mezery a jeskyně různých velikostí. Jsou zajímavé především kvůli prostupnosti světla, které prochází skrz skuliny až k vodní hladině a dává tak vyniknout unikátním výrazům přírody.

Potápění v této lokalitě je možné pouze v rámci potápěčské expedice u předem schválených agentur k tomu oprávněných.⁸²

V této části Jadranu, kromě živých organismů, mohou potápěči také narazit na vraky lodí. Zajímavostí je vrak lodi Ledenik, který se nachází v blízkosti ostrova Sestrunj. Sedmdesátimetrová obchodní loď, která vezla náklad mražených sardinek, ztroskotala v roce 2008. Vrak je velmi zachovalý, a jelikož se vrak nachází v hloubce 10 – 28 m, je tato atraktivita vhodná i pro méně zkušené potápěče. U ostrova Premuda, je v hloubce okolo 65 metrů k vidění vrak bitevní lodi Szent Istvan. Další vraky se nacházejí například v okolí ostrova Pag nebo Škrda.⁸³

Jachtaření

V oblasti Bibinje se nachází největší přístav na pobřeží Jaderského moře – marína Dalmacija. Díky své poloze je vhodná jako výchozí bod pro jednodenní i vícedenní plavby. V tomto přístavu může kotvit více než 1200 lodí. Základnu zde mají i charterové společnosti a díky tomu je zaručena velká návštěvnost. Marina nabízí hostům širokou škálu služeb včetně prádelny, restaurací, kaváren soukromou pláž. Marina se pyšní Modrou vlajkou.

⁸² Diving locations. *Diving center ZLATNA LUKA* [online]. [cit. 2016-02-11]. Dostupné z: <http://www.diving-zlatnaluka.net/en/diving-locations>

⁸³ VRAK ĽODE LEDENIK. *Deep Paradise - potápačské centrum, potápanie, kurzy potápania* [online]. [cit. 2016-02-11]. Dostupné z: http://www.deeparadise.sk/Vraky-a2_40.htm

Windsurfing

Bibinje, díky svému malebnému pobřeží s množstvím zátok a příznivému větru poskytuje ideální podmínky pro surfování a windsurfing. V létě se zde konají soutěže.

Turistika a cykloturistika

Terén je mírně zvlněný a nevyžaduje žádné zvláštní vybavení ani fyzickou zdatnost. Cyklistické stezky mají různou délku i obtížnost a dovedou vás do mnoha míst, díky nimž poznáte zdejší zajímavosti, zvyky i typický ráz této destinace.

Plážový volejbal

Volejbal se zde hraje každý den na plážích Punta, Puntarožica and Lipauska. Každé léto pořádá volejbalový klub Bibinje velmi populární mužské a ženské turnaje, jejichž oblíbenost každoročně stoupá.

Halové sporty

Nová tělocvična v Bibinje poskytuje ideální podmínky pro sálové sporty a rekreaci (basketbal, volejbal, fotbal, pilates, tanec).

Další sportovní aktivity

Sportovní centrum Crljenica nabízí hostům možnost využít basketbalové hřiště a fotbalové hřiště a nedaleký tenisový kurt s oddělenou částí pro bowling.⁸⁴

Chorvatské městečko Bibinje je menším letoviskem, nabízející především možnosti ubytování v soukromí. Nepochází zde tedy k tak masovému přílivu turistů jako tomu bývá ve městech s hotelovými komplexy. Bibinje díky svým přírodním podmínkám a přítomnosti maríny nabízí spousty možností pro trávení volného času především sportovními aktivitami. Jedná se tak o lokalitu vhodnou k podnikatelským aktivitám především v oblasti vodních sportů.

⁸⁴ TZ BIBINJE: *Activities* [online]. [cit. 2016-01-11]. Dostupné z: http://tzo-bibinje.hr/index.php?option=com_content

7 KUBOUŠEK GROUP

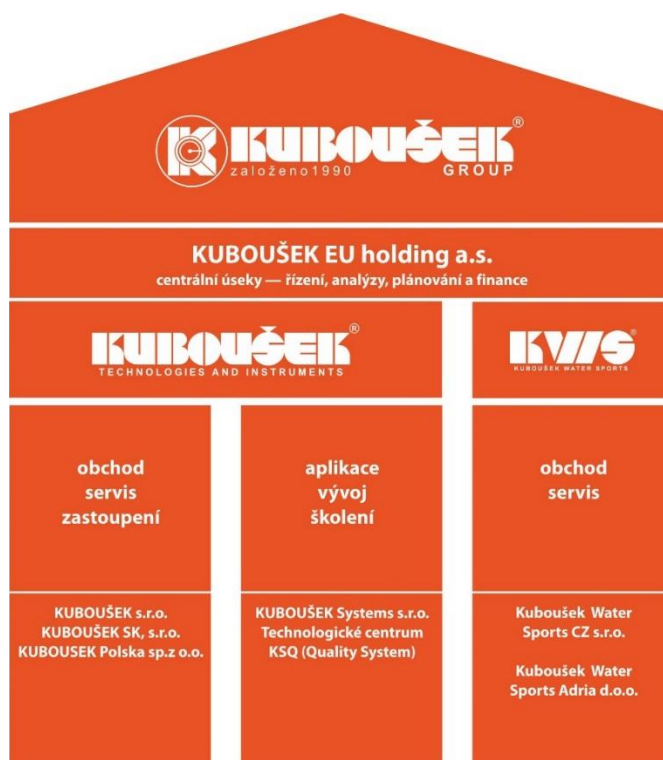
7.1 Skupiny KUBOUŠEK Group

Skupina KUBOUŠEK Group, s tradicí od roku 1990, je tvořena sedmi společnostmi, které působí v České republice, na Slovensku, v Polsku a v Chorvatsku. Mateřskou společností je KUBOUŠEK EU holding a.s., která byla založena 1. 1. 2015 a pro všechny firmy ve skupině zajišťuje činnost centrálních úseků. Největší a nejstarší firmou skupiny je KUBOUŠEK s.r.o., která provozuje tři divize průmyslové sekce KTI (KUBOUŠEK Technologies and Instruments) zároveň také obchodně a metodicky řídí společnosti KUBOUŠEK SK, s.r.o. a KUBOUSEK Polska sp.zo.o. KUBOUŠEK Systems s.r.o. je vysoce technologicky zaměřená společnost s hlavním důrazem na vývoj, poradenství a obchod v plastikářském průmyslu.

Divize Vodních sportů, založená v roce 2006 se v roce 2010 stala druhou sekcí KUBOUŠEK Water Sports (KWS). V roce 2014 se tato sekce oddělila do samostatné společnosti Kuboušek Water Sports CZ s.r.o. Společnost je zaměřená na vodní sporty v rámci České republiky a zprostředkovává i v zahraničí. Obchodně a metodicky řídí společnost Kuboušek Water Sports Adria d.o.o., která má sídlo v Chorvatsku, kde zajišťuje provoz potápěčské báze a sportovního centra.⁸⁵

⁸⁵ Struktura společnosti. *KUBOUŠEK Group* [online]. [cit. 2016-05-03]. Dostupné z: <http://www.kubousek.cz/kubousek-group/struktura.html>

Obrázek 4: Struktura společnosti KUBOUŠEK Group



Zdroj⁸⁶

7.2 Kuboušek Water Sports

Nabídka společnosti Kuboušek Water Sports CZ s.r.o. je tvořena synergii specializovaných divizí zaměřených na vodní sporty. Portfolio služeb zahrnuje prodej vybavení pro vodní sporty, potápěčské výcvikové středisko, prodej a charter lodí a organizování dovolené spjaté s vodou po celém světě. Nabídku služeb doplňují servisní střediska na opravu a zakázkovou výrobu vodáckého, potápěčského či jachtařského vybavení a také na servis lodí a lodního příslušenství.

Divize Travel byla založena v roce 2007 jako cestovní kancelář a cestovní agentura. Kromě pobytových a poznávacích zájezdů pro všechny věkové skupiny, zajišťuje hlavně pronájem lodí v Chorvatsku a v Čechách na Lipenské přehradě. Pod divizi Travel patří

⁸⁶ Struktura společnosti. *KUBOUŠEK Group* [online]. [cit. 2016-05-03]. Dostupné z: <http://www.kubousek.cz/kubousek-group/struktura.html>

organizačně také divize Diving, která je na trhu již více než 10 let. Dokáže zajistit komplexní služby pro začínající i pokročilé potápěče. Výuka potápěčských kurzů probíhá podle mezinárodních standardů s nejmodernější potápěčskou technikou a pod vedením zkušených instruktorů, kteří mají dlouholeté profesionální zkušenosti. Divize Travel a Diving společně zajišťují cesty za potápěním do českých lomů, alpských jezer a k moři, hlavně do chorvatského letoviska Bibinje, kde se nachází potápěčská základna.

Divize Marine se specializuje na prodej, plachetnic a katamaránů, gumových člunů i motorových člunů, laminátových kánoí a lodních motorů, náhradních dílů a příslušenství. Servisní středisko zajišťuje uskladnění a servis lodí a lodních motorů. Zároveň je i v České republice výhradním zástupcem několika renomovaných značek plachetnic jako je Degerö či Bavaria a katamaránů Nautitech.

Divize Shops nabízí v kamenných prodejnách i na e-shopu kompletní sortiment pro vodní sporty jako jsou plavání, vodáctví, surfing, kiting, potápění až po jachting. Na českém trhu velkoobchodně zastupuje holandskou značku jachtařského vybavení a oblečení Magic Marine a italskou značku jachtařské obuvi Lizard.

7.3 Chorvatské působení

Společnosti Kuboušek Water Sports CZ s.r.o. (KWS CZ) a Kuboušek Water Sports Adria d.o.o. (KWS Adria) působí společně v oblasti podnikání v Chorvatsku. Majitelem apartmánového domu s potápěčskou bází, stejně jako lodí kotvících v Chorvatsku je KWS Adria. Dochází však k metodickému a obchodnímu řízení ze strany společnost KWS CZ, přičemž spolupůsobení firem probíhá v oblasti nabízení služeb poskytovaných v Chorvatsku na území České republiky. Jedná se o prodej potápěčských služeb, jako jsou zkušební ponory, potápěčské kurzy a potápěčské balíčky pro zkušené potápěče, ubytování, pronájem a servis lodí aj.

Společnost Kuboušek Water Sports Adria d.o.o. v Chorvatsku působí od roku 2006. Na podzim roku 2014 došlo ke změně lokality, kdy se z ostrova Pag středisko společnosti přesunulo do městečka Bibinje. Hlavní důvodem k přesídlení je dostupnost dálnice,

teplejší moře, lepší klima, atraktivní potápěčské lokality a blízkost národního parku Kornati.

V současné době je v Bibinje k dispozici apartmánový dům, který se nachází přímo v centru města, v blízkosti centrální promenády. Objekt disponuje dvěma apartmány a potápěčským centrem. Dům se nachází v blízkosti moře, cca 200 metrů od pláže a zároveň v blízkosti historického centra.

Na potápěčské základně působí tým zkušených instruktorů, pod jejichž vedením lze absolvovat zkušební ponor ze břehu či lodi nebo potápěčský kurz. Na základně si lze také pronajmout kompletní a moderní vybavení pro potápění a naplnit potápěčské lahve. Přimo u základny kotví loď, která slouží k potápěčským výletům a výletům do okolí především do oblasti Národního parku Kornati a přírodní rezervace Telaščica.

Spolu s přemístěním na lokalitu Bibinje došlo i přesunutí charterová luxusní lodi - katamaránu Nautitech Lagoon 441 (2012) do Zadaru. Od roku 2016 zde jsou k dispozici další dvě zcela nové charterové jachty Bavaria.⁸⁷

V budoucnosti by mělo docházet k neustálému rozšiřování portfolia služeb, zejména v oblasti zřízení turistické agentury, která by přímo v Bibinje zprostředkovávala ubytování dalších soukromých subjektů. Plánované je také rozšíření sportovního centra včetně půjčovny, jež by zákazníkům nabízelo vodní skútr, paddleboardy, vodní lyže, jízdni kola a jiné sportovní aktivity. Potápěčské centrum neustále pracuje na zatraktivňování nabídky potápěčských lokalit, plánuje spolupráci v rámci nabízení služeb základny pro potápěčské kluby a také rozšíření nabídky o kurzy nádechového potápění (freediving).

Na území Chorvatska je plánované i rozšiřování působnosti ostatních divizí. V rámci divize Shops bude zřízena prodejna vybavení pro vodní sporty a jachtařského oblečení. Také divize Travel a Marine budou nadále zvyšovat objem pronájmů charterových plachetnic a plánovat plavby spojené s potápěním.

⁸⁷ Chorvatsko - Bibinje. *KWS - Kuboušek Water Sports* [online]. [cit. 2016-05-03]. Dostupné z: <http://www.kubousek.eu/cz/page/uvodni-strana/potapeni-chorvatsko-3>

PRAKTICKÁ ČÁST

8 VÝZKUMNÉ CÍLE

Praktická část diplomové práce je věnována dotazníkovému šetření, které si kladlo za cíl poznání stávajících a potenciálních zákazníků a jejich vztahu k zážitkovým aktivitám, zejména pak k potápění, jež je hlavní službou nabízenou v chorvatském letovisku Bibinje v potápěčské základně společnosti Kuboušek Water Sports.

Vzhledem k tomu, že společnost plánuje rozšíření potápěčského centra o sportovní centrum, včetně půjčovny sportovního vybavení a chce do destinace přitáhnout více klientů, tento výzkum napomůže při výběru aktivit, o které by klienti měli zájem.

Ačkoli má společnost Kuboušek Water Sports sídlo v Českých Budějovicích snaží se svou obchodní činnost rozšiřovat i do jiných krajů České republiky. Jako dílčí cíl si výzkum klade analýzu positioningu společnosti.

Výzkumu se zúčastní jak nepotápěči, tak potápěči. Dalším dílčím cílem je zjištění, zda respondenti mají povědomí o nabídce potápěčských zájezdů, a zda se jim tato nabídka zdá atraktivní.

8.1 Pracovní hypotézy

Hypotézy byly formulovány na základě informací uvedených v teoretické části. Platnost hypotéz by měla být potvrzena či vyvrácena dle výsledků získaných v empirické části této diplomové práce.

Hypotéza č. 1: Alespoň 30 % respondentů zná společnost Kuboušek Water Sports CZ s.r.o. (zkr. KWS).

Hypotéza č. 2: Většina respondentů by si chtěla zkusit potápění.

Hypotéza č. 3: Většina respondentů má zájem navštívit potápěčskou základnu KWS v Chorvatsku v Bibinje.

Hypotéza č. 4: Většině dotázaných potápěčů se zdá nabídka potápěčských zájezdů a výletů od KWS atraktivní.

8.2 Použité metody a postupy

Pro praktickou část byl proveden kvantitativní výzkum, při kterém byly použity následující metody a postupy:

- studium dostupné odborné literatury,
- studium interních dokumentů společnosti,
- nestandardizovaný dotazník.

Dotazníková výzkumná metoda byla zvolena z důvodu snadného statistického zpracování výsledků. Dotazníky byly zpracovány jak v elektronické, tak papírové podobě. Dotazník byl koncipován tak, aby jeho vyplnění bylo co možná nejsrozumitelnější. Součástí dotazníku bylo krátké představení a odůvodnění zvoleného tématu. Část otázek byla pouze pro respondenty, kteří doposud neměli žádnou zkušenost s potápěním, část otázek byla koncipována pro ty, kteří již s potápěním osobní zkušenost mají. U každé otázky byly uvedeny možnosti odpovědí, přičemž respondenti měli vybrat jednu z uvedených variant. U dvou otázek bylo možné vybrat více variant a dvě otázky byly otevřené. Dotazníkové šetření bylo realizováno během měsíce května 2016.

8.3 Charakteristika souboru

Výzkum byl prováděn v terénu především na území jižních Čech pomocí přímého dotazování a část respondentů byla oslovena přes sociální sítě a e-maily pomocí odkazu na elektronický dotazník. Celkem se výzkumu zúčastnilo 292 respondentů, z toho většinu

tvořily ženy. Věkové rozmezí nebylo stanoveno, většinou však bylo dotazování zaměřeno na mladší účastníky, u kterých je předpokládán zájem o zážitkové aktivity. Byli osloveni jak lidé, kteří se již potápěli, tak ti, kteří s potápěním zkušenosti nemají, přičemž část otázek byla zaměřena pouze na potápěče a část na nepotápěče.

8.4 Analýza získaných dat

Získaná data byla podrobena statistické analýze a vyhodnocena pomocí Microsoft Excelu. Při interpretaci výsledků je vždy uveden graf s analýzou zjištěných výsledků.

Graf 1: Procentuální zastoupení mužů a žen

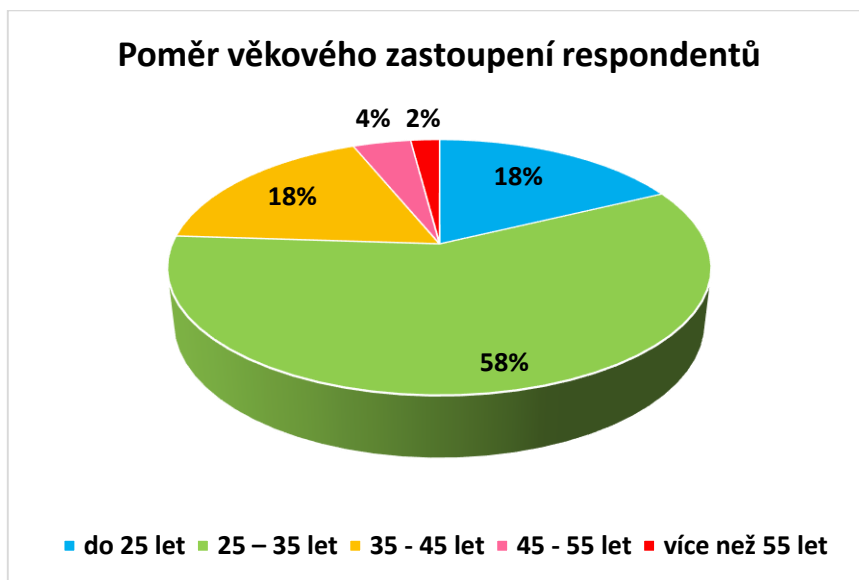


Zdroj⁸⁸

Z celkového počtu 292 odevzdaných dotazníků se šetření zúčastnilo 210 žen, což procentuálně odpovídá 72%. Zbylou část tj. 82 vyplněných dotazníků odevzdali muži, jejichž procentuální zastoupení činí 28%.

⁸⁸ Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

Graf 2: Poměr věkového zastoupení respondentů

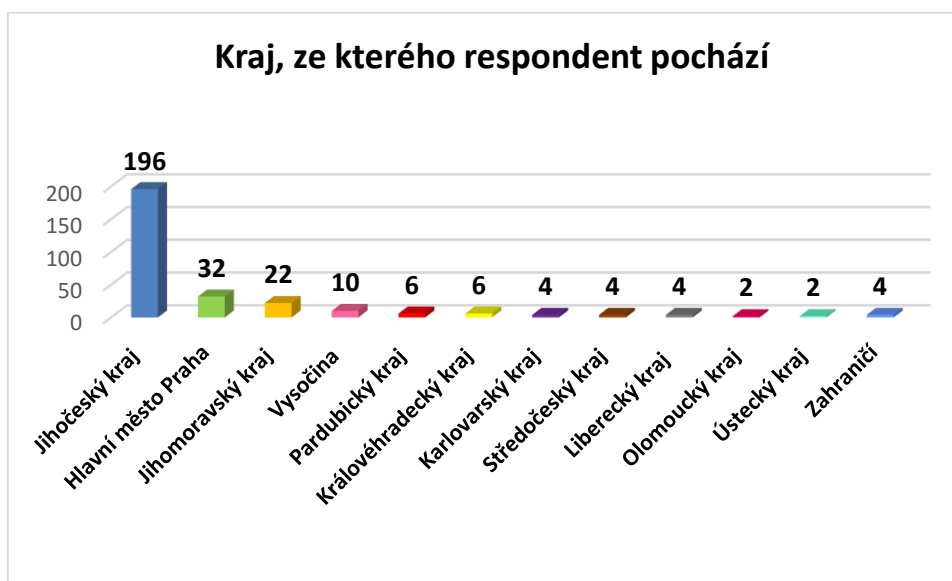


Zdroj⁸⁹

Ve věku do 25 let bylo celkem 52 respondentů, což se rovná 18%. Nejpočetnější skupinu tvořilo ve věku 25 – 35 let 170 dotazovaných tj. 58%. Ve věku 35 - 45 let odpovídalo 52, což představuje 18%. 12 respondentů tj. 4% bylo ve věku 45 – 55 let. Nejméně početnou skupinu, pouze 6 respondentů, tj. 2%, tvořila skupina odpovídajících starších 55 let.

⁸⁹ Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

Graf 3: Kraj, ze kterého respondent pochází



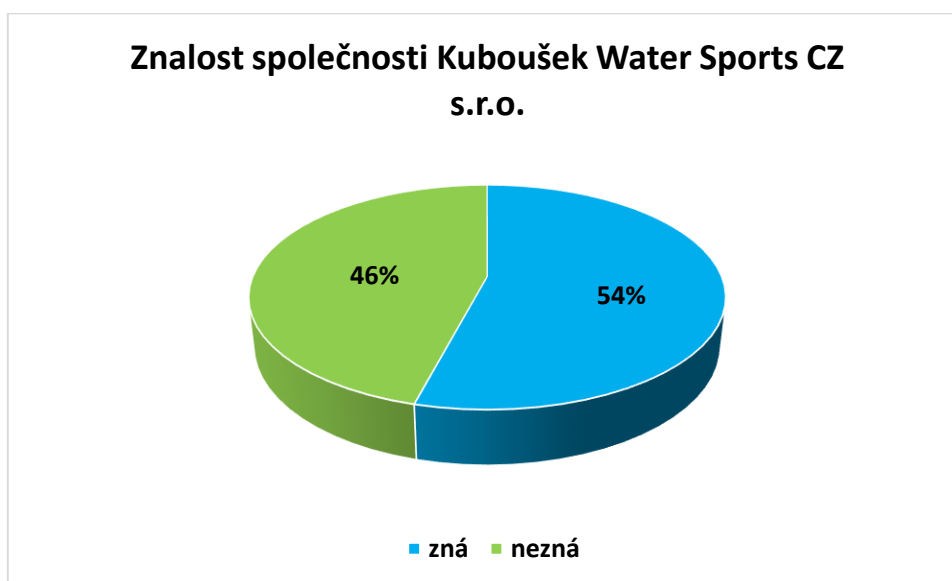
Zdroj⁹⁰

Pro snazší vyhodnocení byla uvedená města, ve kterých respondenti žijí zařazena podle kraje.

Nejpočetnější skupinu respondentů, celkem 196, tvoří obyvatelé Jihočeského kraj, přičemž přímo z Českých Budějovic pochází 140 z nich. Druhou nejpočetnější skupinu, 32 dotázaných, tvořili respondenti žijící v Praze. 22 respondentů pochází z Jihomoravského kraje, nejčastěji z Brna. Z Vysočiny je 10 respondentů, přičemž nejvíce z nich žije v Jihlavě. 6 respondentů žije v Pardubickém a 6 v Královéhradeckém kraji. Po 4 respondentech se výzkumu zúčastnili respondenti žijící v Karlovarském, Středočeském a Libereckém kraji. Olomoucký a Ústecký kraj jsou reprezentovány po 2 respondentech. 4 dotázaní v současnosti pobývají v zahraničí.

⁹⁰ Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

Graf 4: Znalost společnosti Kuboušek Water Sports CZ s.r.o. (zkr. KWS)



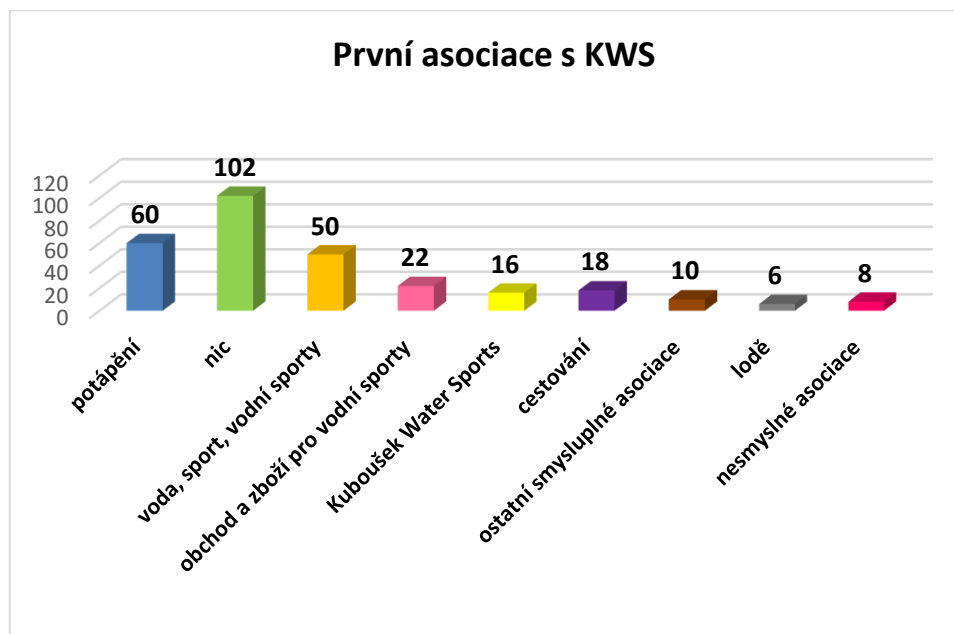
Zdroj⁹¹

Cílem této otázky bylo zjistit, zda dotazovaní znají či neznají společnost Kuboušek Water Sports CZ s.r.o. Respondenti mohli volit pouze ze dvou variant. Výsledek je poměrně vyrovnaný. Společnost zná 158 respondentů, což představuje 54%. 134 respondentů, představujících 46%, společnost nezná.

Na základě analýzy výsledků bylo zjištěno, že z počtu respondentů, kteří společnost znají, představují Jihočeši 144 respondentů, přičemž 116 pochází přímo z Českých Budějovic. Zbýlých 14 odpovídajících, žijí v jiném než Jihočeském kraji.

⁹¹ Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

Graf 5: První asociace s KWS



Zdroj⁹²

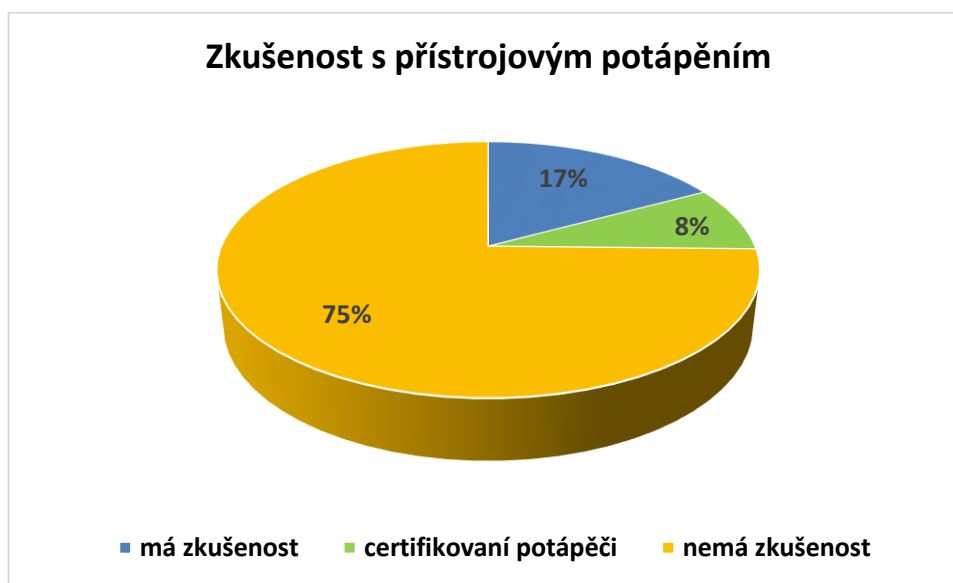
Tato otázka byla otevřená a byla položena z toho důvodu, aby bylo zjištěno, zda si respondenti pod zkratkou KWS vůbec něco vybaví a pokud ano, s čím si nejvíce tuto značku spojují. Výsledky jsou, kvůli snazšímu vyhodnocení, zařazeny do společných kategorií.

Celkem v 60 případech si respondenti spojují zkratku KWS s potápěním. Ať se jedná o vlastní zkušenost, podvodní dobrodružství či potápěčský kurz. 102 dotázaných si pod touto zkratkou nevybaví nic. Někteří uvedli, že se jedná o zkratku, firmy, která byla zmíněna v úvodu, nic konkrétního se jim však nevybavilo. 50krát se objevila odpověď spojená s vodou, sportem a vodními sporty. Obchod se sportovním vybavením, nebo konkrétní zboží, vztahující se k vodním sportům se vybaví 22 respondentům. Někteří dokonce uvedli i dnes již bývalé umístění prodejny u plaveckého stadionu v Českých Budějovicích. Se zkratkou KWS si 16krát respondenti asociovali společnost Kuboušek Water Sports. Je však možné se domnívat, že tuto asociaci měli respondenti pouze po přečtení otázky, kde byla zkratka KWS uvedena společně s názvem společnosti. 18 odpovědí se vztahovalo k cestovní kanceláři a agentuře a cestování za vodními sporty

⁹² Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

a na dovolenou. Lodě a jachting si pod zkratkou KWS představili respondenti celkem 6krát. Ostatní smysluplné odpovědi, kterých se objevilo 10, představovaly například majitele firmy, sídlo firmy a reklamu. Nesmyslně si 8 lidí pod zkratkou KWS vybaví Kawasaki, grilované kuře, KFC či značku oblečení.

Graf 6: Zkušenost s přístrojovým potápěním



Zdroj⁹³

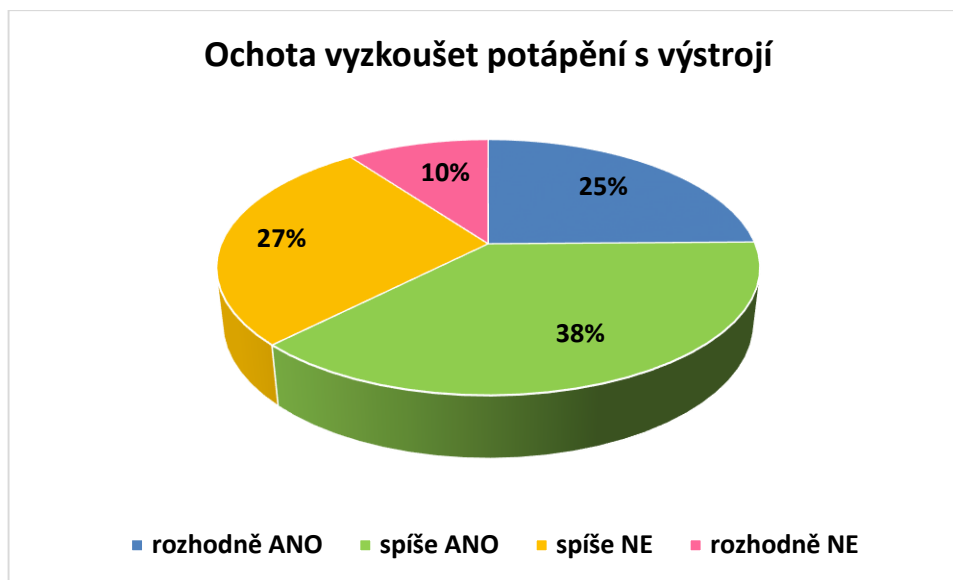
Naprostá většina 218, tj. 75%, respondentů potápění nikdy nezkusila. 50 dotázaných, představujících 17%, již s potápěním osobní zkušenost má a 24 respondentů, tj. 8%, je již certifikovaným potápěčem.

Tato otázka byla zároveň otázkou rozřazovací. Ti, kteří již osobní zkušenost s potápěním mají, pokračovali dále na blok otázek č. 7 – 10, jejichž výsledky jsou reprezentovány v grafech 10 – 15.

⁹³ Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

Po zodpovězení rozřazovací otázky, byl věnován blok otázek pouze těm, kteří si potápění ještě nikdy nezkusili. Tento soubor obsahoval 218 respondentů.

Graf 7: Ochota vyzkoušet potápění s výstrojí



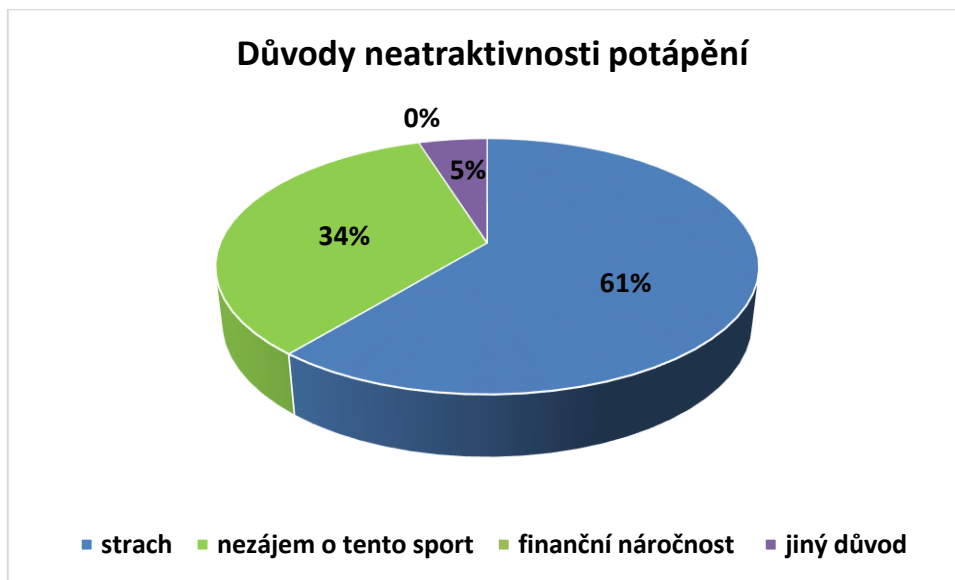
Zdroj⁹⁴

Většina respondentů se klonila k variantě, že by si potápění vyzkoušet chtěla. Celkem se jednalo o 82 respondentů, tj. 38%, kteří by si spíše chtěli potápění vyzkoušet a 54 respondentů, tj. 25%, by si potápění chtěli rozhodně vyzkoušet. 60 respondentů, což představuje 27%, odpovědělo, že by si potápění spíše vyzkoušet nechtělo a 22 respondentů, tj. 10%, by si rozhodně nechtělo potápění vyzkoušet.

⁹⁴ Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

Na další otázku odpovídalo 82 respondentů, tedy ti, kteří uvedli, že by si potápění vyzkoušet nechtěli.

Graf 8: Důvody neatraktivnosti potápění



Zdroj⁹⁵

Naprostá většina respondentů 50, tj. 61%, uvádí, že má z potápění strach. Tento sport nezajímá 28 respondentů, představujících 34%. Jiný důvod uvedli 4 respondenti, tj. 5%. Jednalo se o zdravotní důvody. Žádný z respondentů neodpověděl, že by ho potápění nelákalo z finančních důvodů.

⁹⁵ Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

Na následující otázku opět odpovídalo 218 respondentů.

Graf 9: Zájem o potápěčský kurz



Zdroj⁹⁶

Na tuto otázku odpověděla více než polovina respondentů, že spíše by si potápěčský kurz udělat nechtěli, jednalo se celkem o 114 respondentů, tj. 52%. Rozhodně by si potápěčský kurz neudělalo 42 respondentů, představujících 19%. Zájem o potápěčský kurz by spíše mělo 60 respondentů, tj. 28% a rozhodně by si kurz udělali pouze 2 respondenti, představující 1%.

⁹⁶ Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

Na následující otázky odpovídali ti, kteří si již potápění vyzkoušeli. Tento soubor představovalo 74 respondentů.

Graf 10: Procentuální počet potápěčů

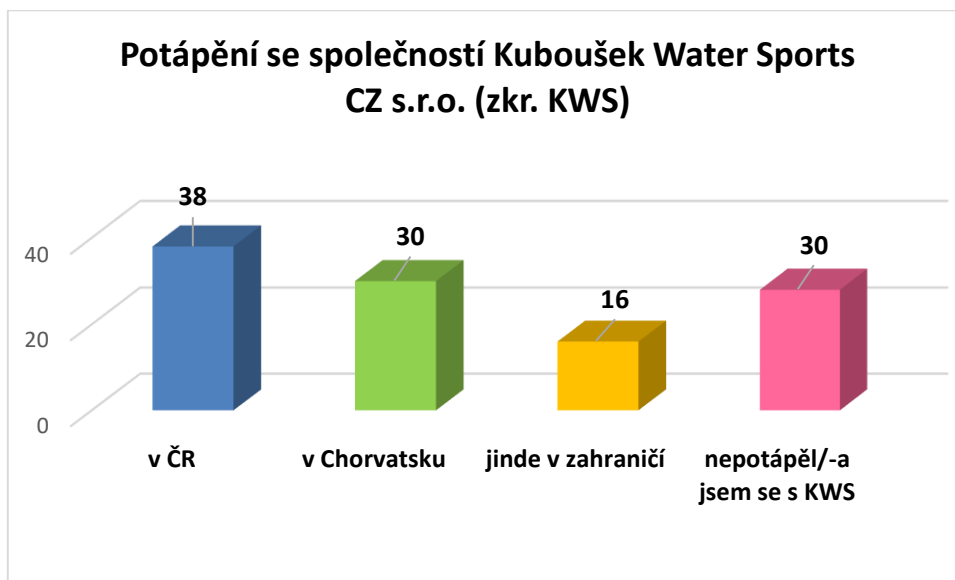


Zdroj⁹⁷

Většina těch, kteří si již potápění vyzkoušeli, celkem 46 odpovídajících, tj. 62%, není certifikovaným potápěčem. Naopak 28 respondentů, tj. 38%, již certifikovanými potápěči je.

⁹⁷ Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

Graf 11: Potápění se společností Kuboušek Water Sports CZ s.r.o. (zkr. KWS)

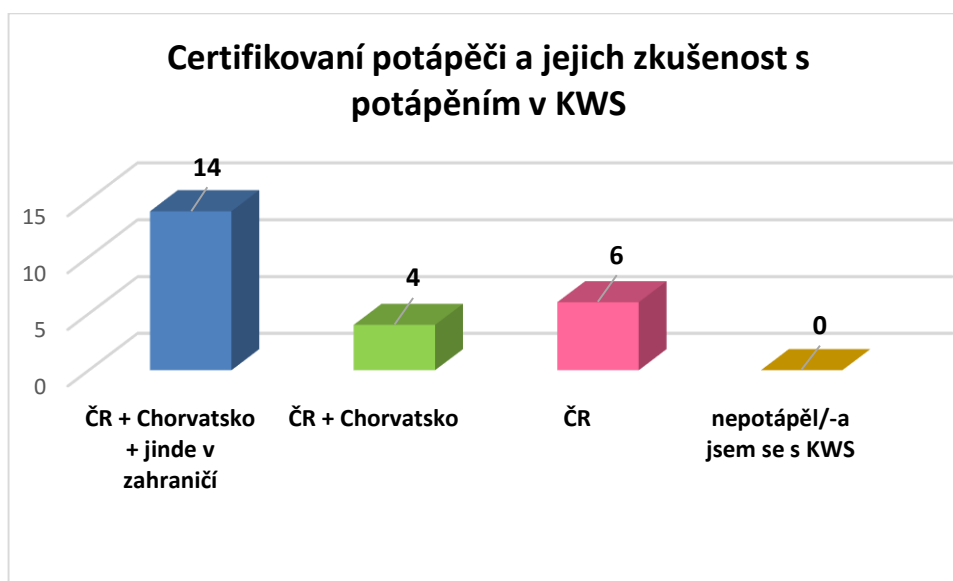


Zdroj⁹⁸

Na tuto otázku mohli respondenti, kteří se již potápěli, vybrat více odpovědí. Nejvíce se dotazovaní s KWS potápěli v České republice, a to 38 respondentů, dále následovalo potápění v Chorvatsku, kde se s KWS potápělo 30 respondentů. Jinde v zahraničí se s KWS potápělo 16 dotázaných. Naopak 30 respondentů nemá s potápěním s KWS žádnou zkušenost.

⁹⁸ Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

Graf 12: Certifikovaní potápěči a jejich zkušenost s potápěním v KWS

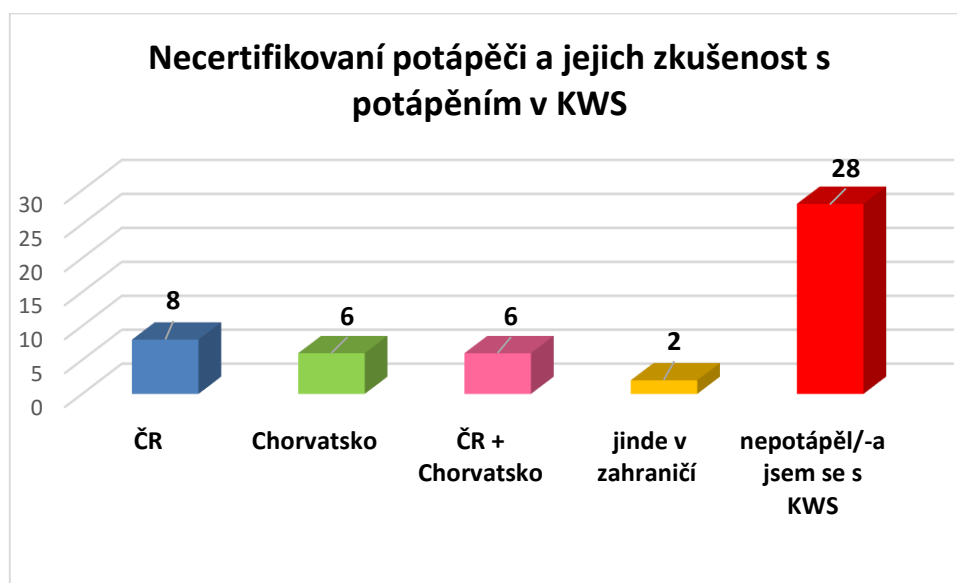


Zdroj⁹⁹

Z výsledků dotazníkového šetření lze konstatovat, že všichni dotazovaní, již certifikovaní potápěči, mají zkušenost s potápěním v KWS. Většina z nich se s KWS potápěla v České republice, Chorvatsku i jinde v zahraničí. Na základě výsledků výzkumu bylo zjištěno, že všech 24 potápěčů pochází z jižních Čech.

⁹⁹ Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

Graf 13: Necertifikovaní potápěči a jejich zkušenost s potápěním v KWS

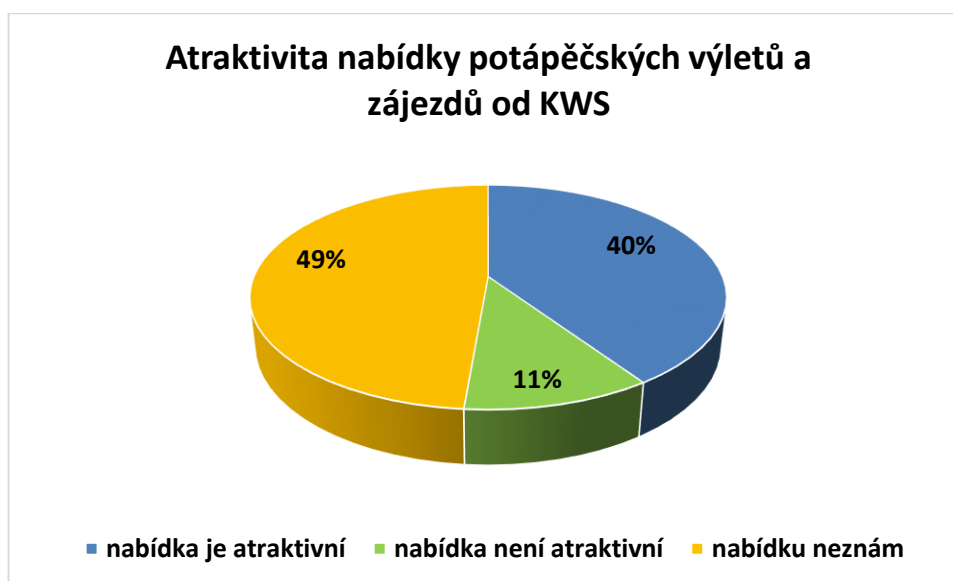


Zdroj¹⁰⁰

Z celkového počtu 50 necertifikovaných potápěčů se s KWS nepotápěla naprostá většina z respondentů. 32 respondentů pochází z jižních Čech, 18 z jiných krajů České republiky.

¹⁰⁰ Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

Graf 14: Atraktivita nabídky potápěčských výletů a zájezdů od KWS

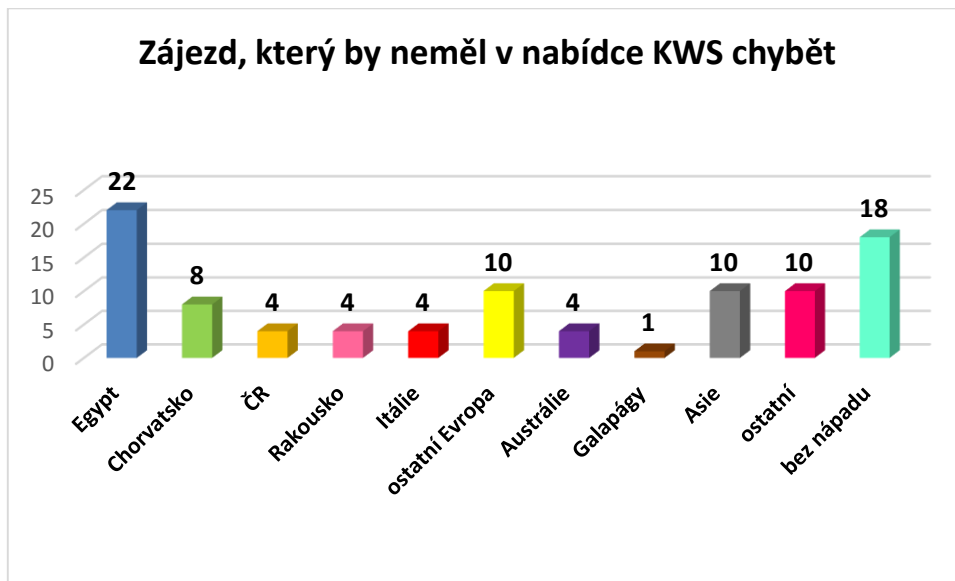


Zdroj¹⁰¹

36 respondentů, představujících 49%, na tuto otázku odpovědělo, že nabídku potápěčských zájezdů a výletů od KWS neznají. 30 dotázaných, tj. 40%, zas nabídku za atraktivní považuje. Pouze 8 respondentům, znamenajících 11%, se nabídka nezdá atraktivní.

¹⁰¹ Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

Graf 15: Zájezd, který by neměl v nabídce KWS chybět



Zdroj¹⁰²

Tato otázka bylo otevřená. Mnozí využili možnosti a uvedli více možností. Uvedené návrhy byly zařazeny do podobných kategorií, aby bylo možno výsledky snáze statisticky vyhodnotit.

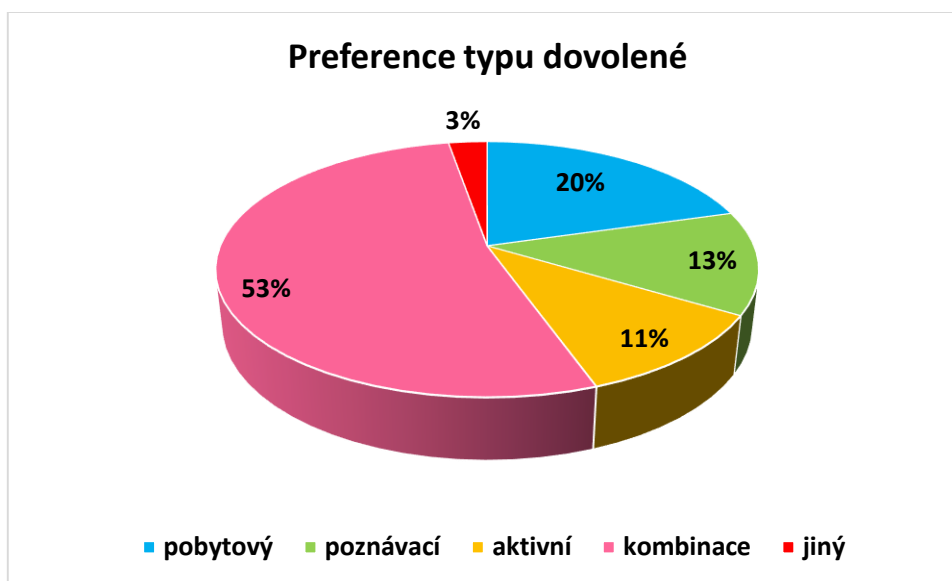
Nejčastěji, celkem 22 dotázaných, by v nabídce KWS uvítalo potápěčské zájezdy do Egypta a Rudého moře, kde by například rádi viděli korály či velký bradlový útes. Celkem 8 respondentů uvádí, že by v nabídce neměl chybět dostupný zájezd do Chorvatska. Dle 4 dotázaných by v nabídce neměl chybět výlet či víkendový zájezd do českých lomů. Další 4 respondenti uvedli potápění v rakouských jezerech a řekách. Jiní 4 dotázaní uvedli zájezd do Itálie například na ostrov Elba. Do ostatních zemí Evropy by chtělo zájezdy 10 z dotázaných. Jedná se o zájezdy do Polska, na Maltu, portugalskou Madeiru či Azorské ostrovy či na hloubkové potápění do Ruska. 4 respondenti by v nabídce rádi našli zájezd na Velký bariérový útes v Austrálii. Zájezd na Galapágy by v nabídce uvítal 1 respondent. Dalších 10 respondentů uvedlo, že by v nabídce KWS neměly chybět potápěčské zájezdy do exotických zemí jako je Bali, Filipíny, Maledivy či Thajsko. 10 respondentů neuvvedlo konkrétní zemi, ale v nabídce by rádi našli atraktivní lokality vhodné i pro začátečníky, potápění v národních parcích, ve vracích, potápění

¹⁰² Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

se žraloky či zájezdy, které by kombinovali potápěčský zájezd společně s poznávacím. 18 respondentů nenapadl, žádný zájezd, který by v nabídce neměl chybět.

Na následující otázku již odpovídali všichni účastníci dotazníkového výzkumu, tj. 292 osob.

Graf 16: Preference typu dovolené

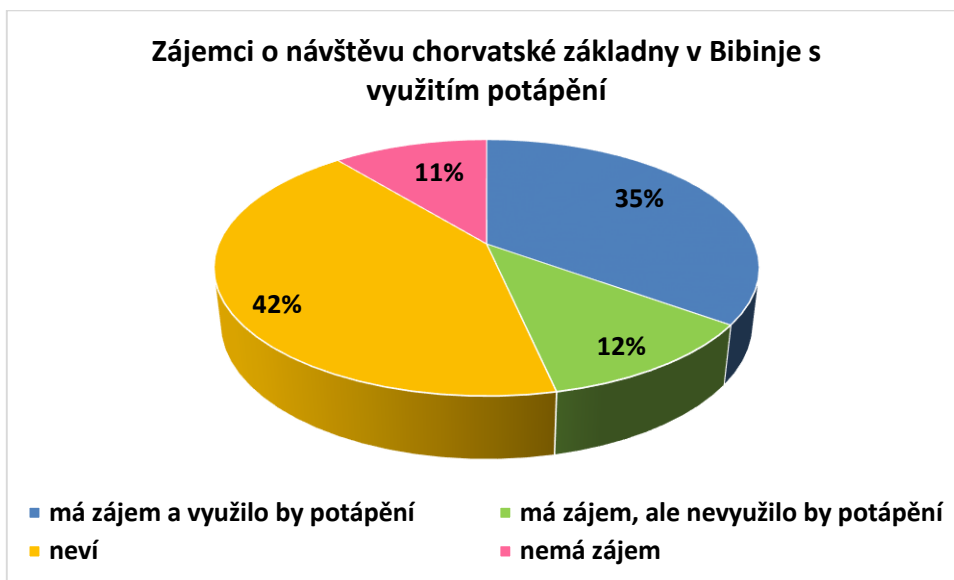


Zdroj¹⁰³

Většina respondentů preferuje kombinované zájezdy, celkem se jedná o 154 dotázaných, tj. 53%. Pobytovou dovolenou preferuje 20% respondentů, což představuje 60 dotázaných. Poznávací dovolenou preferuje 38 dotázaných, tj. 13%. Aktivní dovolená je typem, který preferuje 32 dotázaných, představujících 11%, a jiný typ dovolené upřednostňuje 8 dotázaných, tj. 3%. Respondenti uváděli jako jiný typ dovolené individuální aktivní dovolenou podle vlastních přání.

¹⁰³ Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

Graf 17: Zájemci o návštěvu základny v Bibinje s využitím potápění

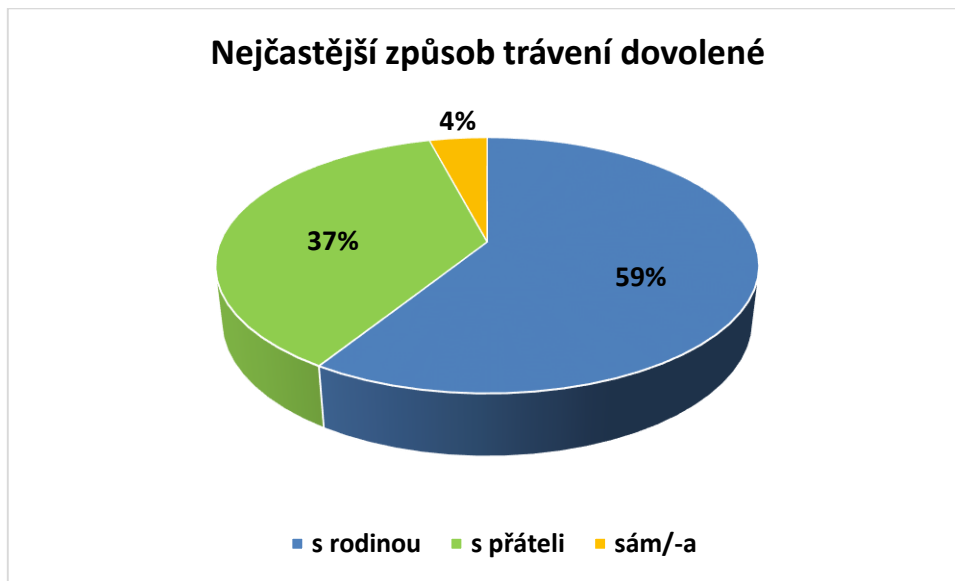


Zdroj¹⁰⁴

124 dotazovaných, tj. 42%, neví, zda by základnu chtěli navštívit. 102 respondentů, představujících 35%, by základnu v Bibinje navštívit chtělo a využilo by nabídky potápění. Bez potápění by základnu navštívilo 12% respondentů, což odpovídá 34 dotázaným osobám a 32 respondentů, tj. 11%, by základnu v Bibinje navštívit nechtělo.

¹⁰⁴ Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

Graf 18: Nejčastější způsob trávení dovolené



Zdroj¹⁰⁵

Jak ukázaly výsledky dotazníkového šetření, naprostá většina jezdí na dovolenou s rodinou. Tuto skupinu reprezentuje 172 respondentů, tj. 59%. Dovolenu se svými přáteli preferuje 108 respondentů, což představuje 37% a 12 respondentů, tj. 4%, jezdí na dovolenou sami.

¹⁰⁵ Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

Graf 19: Atraktivita zážitkových aktivit



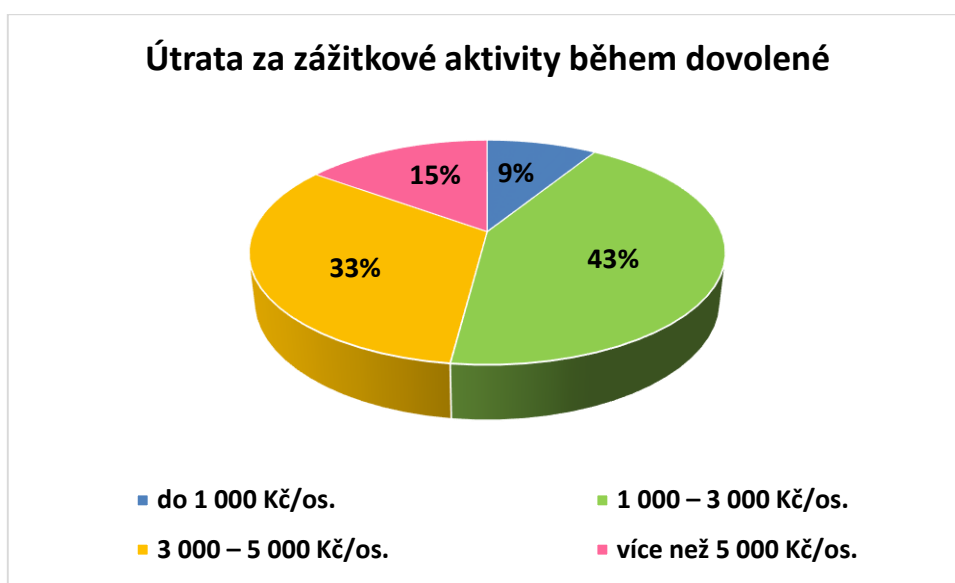
Zdroj¹⁰⁶

Graf představuje zážitkové aktivity, které by si respondenty lákaly během jejich dovolené. Na tuto otázku mohli respondenti vybrat několik odpovědí, podle svých zájmů. Nejvíce respondenty lákají poznávací výlety do okolí. Tuto odpověď volilo 202 respondentů. Následuje poznávání místní gastronomie a kultury s celkovým počtem 192 odpovědí. Dále s počtem 154 následují výlety do okolí na motorovém člunu. S počtem 150 následuje turistika. 106krát volili respondenti pohybové aktivity, kde byla zařazena například jóga, aerobic, tanec aj. Cykloturistika láká 98 dotázaných. Přístrojové potápění by během dovolené lákalo 92 odpovídajících. Míčové hry, během dovolené, lákají 80 respondentů. Následuje parasailing neboli létání na padáku upoutaném za člunem s počtem 70 respondentů, dále pak kiting s počtem 54 a windsurfing s počtem 52 respondentů. Méně pak dotazované láká freediving neboli nádechové potápění bez přístroje s celkovým počtem 44 zájemců. Po 38 respondentech obdrželi zážitkové aktivity rybolov, lovecká turistika a adrenalinové aktivity typu paragliding, skoky volným pádem

¹⁰⁶ Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

aj. Jiné zážitkové aktivity by během dovolené volilo celkem 12 respondentů, přičemž by uvítali sportovní diváctví, jízdu na koni, jachting, lezení po skalách, ferraty či sjíždění řeky.

Graf 20: Útrata za zážitkové aktivity během dovolené



Zdroj¹⁰⁷

Za zážitkové aktivity by 126 respondentů, tj. 43%, utratilo 1-3 tisíce Korun za osobu. 33% respondentů, představujících 96 osob, by bylo ochotno za zážitkové aktivity utratit 3 – 5 tisíc Korun za osobu. Více než 5 tisíc Korun by utratilo 15% dotázaných, tj. 44 osob, a méně než 1 tisíc Korun by utratilo 26 osob, což je 9%.

¹⁰⁷ Autor práce, 2016 (vlastní šetření)

8.5 Interpretace výsledků

Hypotéza č. 1:

Alespoň 30 % respondentů zná společnost Kuboušek Water Sports CZ s.r.o. (zkr. KWS).

Hypotéza č. 1: Byla položena uzavřená dichotomická otázka s cílem zjistit, zda respondenti společnost znají či nikoli. Z dotazníkového výzkumu jasně plyne, že společnost zná 54% respondentů. **Hypotéza č. 1 byla potvrzena.**

Diskuse

Jelikož byl výzkum realizován převážně na území Českých Budějovic a jižních Čech, kde společnost Kuboušek Water Sports CZ s.r.o. (zkr. KWS) působí, dalo se předpokládat, že přinejmenším tito dotázaní by o existenci společnosti mohli vědět.

Marketingové aktivity společnosti jsou realizovány především na území jižních Čech. V minulých letech však probíhala rozsáhlá rozhlasová kampaň po celé České republice, a proto zde byla reálná možnost, že by společnost mohli znát i respondenti z jiných krajů.

Hypotéza č. 2:

Většina respondentů, která ještě nemá s potápěním zkušenost, by měla zájem si potápění vyzkoušet.

Hypotéza č. 2: Na tuto otázku odpovídali pouze respondenti, kteří s přístrojovým potápěním doposud žádnou zkušenost neměli. Z nashromážděných a vyhodnocených dat vyplývá, že ochotu vyzkoušet si přístrojové potápění projevilo celkem 63% respondentů.

Hypotéza č. 2 byla potvrzena.

Diskuse

Předpokládalo se, že potápění je lákavou aktivitou, kterou by si lidé mohli chtít vyzkoušet. Těm, kteří zkušenost s potápěním nemají a zároveň projevili ochotu si potápění vyzkoušet, bylo současně naznačeno, že tato možnost se jim nabízí právě u společnosti Kuboušek Water Sports CZ s.r.o.

Hypotéza č. 3:

Většina respondentů má zájem navštívit základnu KWS v Chorvatsku v Bibinje.

Hypotéza č. 3: Byla položena výběrová otázka, mající za cíl zjistit, zda by respondenti během dovolené chtěli navštívit základnu v chorvatském letovisku Bibinje. Ze získaných dat dotazníkového výzkumu nelze tuto hypotézu potvrdit, jelikož většina respondentů, celkem 53% buď neví, zda by základnu chtěli navštívit, nebo by zájem vůbec o návštěvu neměli. **Hypotézu č. 3 nelze potvrdit.**

Diskuse:

Zde je patrné, že nerozhodní respondenti pravděpodobně naznaží nabídku dovolené v Bibinje a tudíž nemají jasno v tom, co by jim dovolená v tomto letovisku mohla přinést. Bylo by tedy vhodné zaměřit se na ty, kteří dovolenou v Bibinje neodmítají a připravit takovou prezentaci lokality a nabídky všech dostupných služeb, která by jim v rozhodování pomohla.

Hypotéza č. 4:

Lidé nejsou ochotni za zážitkové aktivity utratit více než 5000 Kč za osobu.

Hypotéza č. 4:

Ze získaných dat výzkumu bylo zjištěno, že jsou lidé, kteří jsou ochotni za zážitkové aktivity utratit i více než 5000 Kč za osobu. Ačkoli tuto variantu volilo 44 respondentů, vyplývá z toho, že **hypotézu č. 4 nelze potvrdit.**

Diskuse:

Zážitkové aktivity typu potápění, vyžadují jak profesionální vybavení, tak většinou odborné služby potápěčského centra. Nejedná se o levnou záležitost, tudíž je dobrým zjištěním, že lidé jsou za zážitkové aktivity během dovolené ochotni utratit i několik tisíc. Jelikož lidé kupní sílu mají, je tedy nutné zaměřit se na vhodné prezentování tohoto sportu a nalákat jak nezkušené potápěče na zkušební ponory a potápěčské kurzy, tak i zkušené, certifikované potápěče aby využívali služeb společnosti Kuboušek Water Sports CZ s.r.o.

nejen v Čechách, ale také v Chorvatsku. Tento fakt svědčí také o tom, že má smysl nabízet během dovolené doprovodné zážitkové aktivity, jelikož lidé jsou ochotni za ně platit i několik tisíc.

8.6 Závěry výzkumu

Vedlejšími cílem diplomové práce byla analýza positioningu společnosti. Společnost Kuboušek Water Sports CZ s.r.o. působí především na území České republiky – resp. jižních Čech, ale podílí se na provozu potápěčské báze v chorvatském městečku Bibinje. Na základě dotazníkového výzkumu se podařilo zjistit, že povědomí o této značce u obyvatel Českých Budějovic je poměrně vysoké. Dotazovaní byli schopni vybavit si i asociaci vztahující se k oboru, kterým se společnost zabývá.

Dalším vedlejším cílem byla analýza spokojenosti se stávající nabídkou potápěčských akcí. Dotazníkové šetření probíhalo také mezi již certifikovanými potápěči a bylo zjištěno, že všichni dotázaní již mají osobní zkušenost s potápěním se společností KWS a v naprosté většině se jedná o několikanásobnou zkušenost. Ti, kteří nabídku výletů a zájezdů znají, ji v naprosté většině považují za atraktivní. Bylo také využito respondentů potápěčů, k vyjádření názoru ohledně potápěčského zájezdu či výletu, který by v nabídce neměl chybět. Při plánování rozšíření nabídky, tyto informace může společnost vhodně využít k tomu, aby nabídka byla pro potápěče lákavá.

Jak vyplynulo z dotazníkového šetření, více než polovina respondentů preferuje kombinovaný typ dovolené. Znamená to tedy, že lidé nechtějí pouze ležet na pláži nebo naopak pouze poznávat historické památky. Bylo by vhodné využít této informace a nabízet v Bibinje aktivity, které by zákazníkům umožnili užít si dovolenou naplno.

Výzkum zároveň potvrdil, že jsou lidé za zážitkové aktivity ochotni utrácet i několik tisíc. Bylo by tedy vhodné těchto informací využít a vytvořit nabídky zážitkových aktivit, které osloví různé skupiny klientů.

Výzkum si kladl za cíl zjistit atraktivitu zážitkových aktivit. Mezi nejčastěji volené zážitkové aktivity v dotazníkovém výzkumu, které by bylo zároveň možné zrealizovat pro klienty během dovolené v Bibinje by mohly patřit:

- poznávací výlety do okolí,
- poznání místní gastronomie a kultury,
- výlety do okolí na motorovém člunu,
- turistika,
- pohybové aktivity: jóga, tanec,
- přístrojové potápění.

Jelikož nejčastěji respondenti odpovídali, že neví, zda by chtěli základnu v Bibinje navštívit, právě předem naplánované programy by mohly být prvkem, jež by usnadnily jejich rozhodování. A jelikož zážitky zanechají v návštěvnicích hluboký dojem, byla by zde možnost, že by se do letoviska mohli opakovaně vracet, jelikož budou vědět, že nabídka doprovodných služeb je široká a mohou tedy prožít pokaždé úplně jinou dovolenou.

8.7 Doporučení k realizaci

Respondenti projevili zájem o poznávací výlety a také o výlety do okolí na motorovém člunu. Vzhledem k přítomnosti maríny přímo v Bibinje a díky tomu, že KWS se specializuje také na pronájem jachet a motorových člunů, které kotví v domovské maríně v Zadaru, bylo by vhodné spojit tyto dvě aktivity v jeden zážitek. Výlet by byl zaměřen na poznání města Zadar z jiné perspektivy, mohly by být navštíveny památky města a tento výlet by samozřejmě mohl být doplněn o poznávání místní specialit a vín, která jsou typická pro tuto destinaci. Přímo v Zadaru jsou nabízeny tzv. „food tours“, které představují poznávání nejen typických chorvatských pokrmů a nápojů (vín, likérů) ale také kultury, historie a života místních obyvatel.

Ukázalo se také, že nejčastěji lidé dovolenou tráví s rodinou. Bylo by tedy vhodné vytvořit zážitkové programy v lehčí a náročnější verzi, přičemž lehčí verze by se mohli

zúčastnit i rodiny s dětmi. Měla by tomu být podřízena doba realizace aktivit, časová a fyzická náročnost. Pro rodiny s dětmi by mohl být navržen program, při kterém by objevovali město Zadar. Odhalování krás tohoto města by bylo doplněno o příběhy, legendy, soutěže a hry například s cílem najít ztracený poklad. Děti by se tak zúčastnily poznávacího výletu zábavnou, zážitkovou formou.

Zájmu se také těšily pohybové aktivity typu jóga či různé druhy tance. Tyto zájezdy bývají zaměřené na ženy, které si chtějí odpočinout od běžného či rodinného života a čas chtějí strávit s přáteli. Ideální by byl cvičební program či taneční lekce na břehu moře. Zajímavou možností je cvičení fitness, pilates či jógy na paddleboardu. Tento typ zájezdu by mohl být spojen s návštěvou nějaké ekofarmy v okolí a spojen s ochutnávkou regionálních produktů, mezi které se řadí sýry, uzená šunka, poznáváním výroby olivového oleje či s návštěvou vinice spojenou přímo s degustací a dalšími aktivitami.

Další výlet do okolí na lodi by mohl být navržen okolo do národního parku Kornati nebo do přírodního parku Telašćica se zastávkou na ostrově Dugi otok, kde se nachází jeden z nejvyšších majáků na chorvatském pobřeží či jeskyně Strašna peć. Dle různých zájmů zúčastněných skupin by mohl být navržen program s potápěním, rybolovem, nebo jinými aktivitami například lezením. Výlet by mohl být samozřejmě doplněn o poznání místní gastronomie a koupání na překrásné pláži Sakarun.

Další možností, jak přilákat do Bibinje zákazníky by mohla být nabídka teambuildingových akcí. Mohlo by se jednat například o prodloužený víkend spojený s pobytem na lodi. Součástí by mohlo být představení lodi včetně instruktáže, jak se taková jachta na moři chová, a účastníci by mohli být zapojeni do běžných aktivit na lodi. Tento zážitek by mohl podnítit chuť udělat si kapitánské zkoušky, pořádané společností KWS. Výlet na jachtě či katamaránu by mohl být doplněn o rybolov, přičemž ulovené ryby by si účastníci mohli sami zpracovat a sníst. Bylo by vhodné pobyt doplnit o poznávací výlet například spojený s ochutnávkou lihovin. Pro Chorvatsko jsou typické pálenky, bílá i červená vína, aperitivy, lihoviny ochucené bylinami, vlašskými ořechy nebo medem nebo likér ze Zadaru, ochucený višněmi – Maraska. Součástí programu by mohly být také zkušební ponory na některé zajímavé lokality. Program by mohl být tako doplněn o další týmové sporty, jako volejbal či fotbal nebo o vodní sporty jako vodní lyže či paddleboarding, při kterém jezdec stojí na prkně a k pohybu vpřed používá

dlouhého pádla. Další nabízenou aktivitou by mohlo být sjíždění řeky Zrmanja na raftech nedaleko Zadaru.

ZÁVĚR

Diplomová práce byla členěna na dvě části, a to teoretickou a praktickou, přičemž teoretická část byla členěna na sedm kapitol. První kapitola byla zaměřena na vysvětlení základních pojmů vztahujících se k tématu této práce, byl zde definován pojem cestovní ruch a průmysl cestovního ruchu. Druhá kapitola pojednávala o pojmu volný čas, který je předpokladem k realizaci cestovního ruchu. Zároveň zde bych vysvětlil pojem „nový turista“.

Ve třetí kapitole byly představeny možnosti aktivního využití volného času se zaměřením na zážitkový cestovní ruch. Čtvrtá kapitola pojednávala o úrovních, které by měl obsahovat každý produkt zážitkového cestovního ruchu. V páté kapitole byly uvedeny základní informace týkající se potápění. Šestá kapitola byla věnována představení Chorvatska, především oblasti, kde podniká společnost Kuboušek Water Sports, která byla zároveň představena v poslední kapitole teoretické části.

Jak bylo uvedeno v teoretické části, vnímání zážitků je subjektivní. Komfortní ubytování a krásná příroda jsou však již považovány za samozřejmost. Aby si zákazník tedy dovezl z dovolené komplexní zážitek, je možné vycházet ze získaných dat empirické části a zaměřit se na takové zážitkové aktivity, o které mají lidé zájem, a které je společnost na základně schopna personálně a materiálně zabezpečit a bezpečně provozovat.

Cílem diplomové práce bylo především zmapování možností aktivního trávení volného času a zjištění atraktivity zážitkových aktivit. Důraz byl kladen především na přístrojové potápění, které je jednou z hlavních zážitkových aktivit, které nabízí společnost Kuboušek Water Sports CZ s.r.o. Díky provedenému výzkumu, jehož výsledky byly interpretovány v empirické části této práce, bylo zjištěno, že většina dotázaných se k přístrojovému potápění staví pozitivně a tento sport by si chtěla vyzkoušet. O potápěčský kurz již takový zájem projeven nebyl. Avšak je možné, že ti, kteří by si potápění vyzkoušeli, by svůj názor později změnili. Bylo zde potvrzeno, že tato zážitková aktivita má velký potenciál.

Na základě získaných informací z dotazníkového šetření, byla formulována doporučení včetně návrhů zážitkových programů, které by společnost mohla realizovat a nalákat tak do letoviska více klientů.

Výběr způsobu trávení volného času se týká každého z nás. Běžně přemýšlíme, kam pojedeme na dovolenou, jak strávíme víkend nebo co, budeme dělat po práci. Volba, zda strávíme volný čas před televizí, sportem či získáváním nových zkušeností a zážitků je jen na nás. Možnosti jsou téměř nekonečné a záleží jen na nás, jakým směrem se vydáme.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

BARSKÝ, S. *Používání suchého obleku: Příručka specializace*. Croatia: SSI Adriatic Group d.o.o., 2006. ISBN 953-7068-01-3.

BERG, D. *Vrakové potápění: Speciální příručka*. Ekon, Jihlava: SSI Croatia, 2002. ISBN-13: 953-98434-6-4.

BOUSFIELD, J. *Chorvatsko: [turistický průvodce]*. Brno: Jota, 2007. Livingstone - průvodci. ISBN 978-80-7217-535-2.

DROBNÁ, D. a E. MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2004. ISBN 80-7168-901-7.

DVOŘÁKOVÁ, I., M. HÁJKOVÁ a R. FOLBERGEROVÁ. *Vzdělávání v zážitkové turistice v oblasti technických památek v Praze: (studijní texty)*. České Budějovice: Jihočeská centrála cestovního ruchu, 2006. ISBN 80-239-7838-1.

FAZIK, A. a J. ŠTEMBERK. *Aktuální problémy volného času a cestovního ruchu*. Pelhřimov: Nová tiskárna Pelhřimov ve spolupráci s Katedrou společenských věd Vysoké školy obchodní v Praze, 2013. ISBN 978-80-7415-076-0.

FIŠEROVÁ, V. *Volný čas a jeho animace v cestovním ruchu*. Praha: Vysoká škola hotelová, s.r.o., 2008. ISBN 978-80-86578-87-3.

HORNER, S. a J. SWARBROOKE. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003. ISBN 80-247- 0202-9.

INDROVÁ, J. *Cestovní ruch I*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2004. ISBN 80-245-0799-4.

KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.

MCNEESE, D. *Navigation*. Germany: Concept Systems International GmgH., 2011. ISBN 978-1-58750_066-1.

MCNEESE, D. *Night & Limited Visibility*. neznámé: Concept Systems, Inc., 2012. ISBN 978-1-60579-107-4.

MOUNTAIN, A. *Příručka potápění*. 2. české, dopl. vyd. Překlad Michal Zahradka. Praha: Svojtka & Co., 2007. Jak na to (Svojtka & Co.). ISBN 978-80-7352-722-8.

OLIVER, J. *Chorvatsko*. 2. české vyd. Překlad Daniela Orlando. Praha: Svojtka, 2008. Z řady průvodců Lonely Planet. ISBN 978-80-7352-478-4.

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

PARMOVÁ, D., V. DVOŘÁK a I. FRKOVÁ. *Kapitoly z cestovního ruchu pro praxi*. České Budějovice: Chance in Nature - Local Action Group, 2013. ISBN 978-80-7394-406-3.

PÁSKOVÁ, M a J. ZELENKA. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. ISBN 80-239-0152-4.

VYSTOUPIL, J. a M. ŠAUER. *Základy cestovního ruchu: distanční studijní opora*. Brno: Masarykova univerzita, 2006. ISBN 80-210-4205-2.

WATTS, H a L. HUMPAL. *Deep Diving*. 3. neznámé: Concept Systems GmbH, 2010. ISBN 978-1-880229-87-3.

ZELENKA, J. *Marketing cestovního ruchu*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010. ISBN 978-80-86723-95-2.

ZOPPÉ, L. a G. E. VENTURINI. *Chorvatsko*. Vyd. 3. Překlad Josef Koval. Praha: Ikar, 2011. Společník cestovatele. ISBN 978-80-249-1305-6.

Seznam použitých zahraničních zdrojů

BRUNNER-SPERDIN, A. *Erlebnisprodukte in Hotellerie und Tourismus: Erfolgreiche Inszenierung und Qualitätsmessung*. Berlin: Erich Schmidt, 2008. ISBN 978-3-503-11006-3.

BRUNNER-SPERDIN (HRSG.), A. a K. WEIERMAIR. *Erlebnisinszenierung im Tourismus: Erfolgreich mit emotionalen Produkten und Dienstleistungen*. Berlin: Schmidt, 2006. ISBN 978-350-3097-487.

Diving locations. *Diving center ZLATNA LUKA* [online]. [cit. 2016-02-11]. Dostupné z: <http://www.diving-zlatnaluka.net/en/diving-locations>

FERRARIO, E. *Das ist Tauchen: ein moderner Tauchsport-Lehrgang*. 2. Bielefeld: Delius, Klasing, 1976. ISBN 37-688-0218-3.

WOODSIDE, A. G. *Advances in culture, tourism, and hospitality research*. Bingley, UK: Emerald JAI, 2008. ISBN 978-0-76231451-5.

Seznam použitých internetových zdrojů

Grüner see. *Strany potápěčské* [online]. [cit. 2016-05-21]. Dostupné z:

<http://www.stranypotapecske.cz/lokality/lokaldet.asp?nazev=Gr%FCner+see>

Chorvatsko - Bibinje. *KWS - Kuboušek Water Sports* [online]. [cit. 2016-05-03]. Dostupné z:

<http://www.kubousek.eu/cz/page/uvodni-strana/potapeni-chorvatsko-3>

Jihočeská centrála cestovního ruchu: Strategie prezentace - témata [online]. [cit. 2016-04-25]. Dostupné z:

http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:qNCyt6ySnsJ:infoservis.ckrumlov.info/docs/cz/ad2005033001_fatkova.ppt+&cd=2&hl=cs&ct=clnk&gl=cz

KORNATI: *Chorvatsko 2015* [online]. [cit. 2016-01-10]. Dostupné z:

<http://www.chorvatsko.cz/svdal/zadar.html>

Kurz potápění - chci se začít potápět - OWD. *Kapr Divers* [online]. [cit. 2016-05-22].

Dostupné z: <http://www.kaprdivers.cz/kurzy-potapeni/chci-se-zacit-potapet-owd/>

Kurzy potápění pro pokročilé. *Kapr Divers* [online]. [cit. 2016-05-22]. Dostupné z:

<http://www.kaprdivers.cz/kurzy-potapeni/pokrocile-kurzy/>

Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. *Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu - Zážitkový cestovní ruch* [online]. [cit. 2016-02-28]. Dostupné z:

http://www.mmr.cz/getmedia/f00fb5f5-0898-44fc-b88e-3c58d682908b/GetFile_3

PARMOVÁ, Dagmar. *Péče o hosty v hotelnictví: Rastr potřeb* [online]. [cit. 2016-05-25]. Dostupné z:

http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:OcVCr5ZbjM8J:www.ckrumlo v.info/docs/cz/mmc2004_parmova.doc+&cd=1&hl=cs&ct=clnk&gl=cz

Potápění v Čechách. *Potápěčský průvodce* [online]. [cit. 2016-02-15]. Dostupné z:

http://www.potapeckypruvodce.cz/nahled_knihy.pdf

Potápění v Horním Rakousku. *Dovolená-cestování-prázdniny v Rakousku* [online]. [cit. 2016-05-21]. Dostupné z: <http://www.austria.info/cz/aktivity-a-zazitky/jezera-a-priroda/kde-se-mohou-koupat-i-ctyrnozi-kamaradi/potapeni-ve-vorarlbersku/potapeni-v-hornim-rakousku>

Rudé moře. *Potápění v Egyptě* [online]. [cit. 2016-05-22]. Dostupné z:

<http://www.potapenivegypte.cz/rude-more/>

Struktura společnosti. *KUBOUŠEK Group* [online]. [cit. 2016-05-03]. Dostupné z:

<http://www.kubousek.cz/kubousek-group/struktura.html>

TELAŠČICA: *Chorvatsko 2015* [online]. [cit. 2016-01-10]. Dostupné z:

<http://www.chorvatsko.cz/svdal/zadar.html>

TZ BIBINJE: *Über Bibinje* [online]. [cit. 2016-01-07]. Dostupné z: http://tzo-bibinje.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=57&Itemid=167&lang=de

VRAK LODĽ LEDENIK. *Deep Paradise - potápačské centrum, potápanie, kurzy potápania* [online]. [cit. 2016-02-11]. Dostupné z: http://www.deeparadise.sk/Vraky-a2_40.htm

ZADAR: *Chorvatsko 2015* [online]. [cit. 2016-01-10]. Dostupné z: <http://www.chorvatsko.cz/svdal/zadar.html>

SEZNAM ZKRATEK

KWS – Kuboušek Water Sports

SEZNAM OBRÁZKŮ A GRAFŮ

Seznam obrázků

Obrázek 1: Skupiny potřeb podle Maslowa.....	18
Obrázek 2: Pyramida potřeb podle Maslowa.....	28
Obrázek 3: Trojúhelník přístupu k turistice cíleného zážitku.....	30
Obrázek 4: Struktura společnosti KUBOUŠEK Group.....	53

Seznam grafů

Graf 1: Procentuální zastoupení mužů a žen	59
Graf 2: Poměr věkového zastoupení respondentů	60
Graf 3: Kraj, ze kterého respondent pochází	61
Graf 4: Znalost společnosti Kuboušek Water Sports CZ s.r.o. (zkr. KWS).....	62
Graf 5: První asociace s KWS	63
Graf 6: Zkušenost s přístrojovým potápěním	64
Graf 7: Ochota vyzkoušet potápění s výstrojí.....	65
Graf 8: Důvody neatraktivnosti potápění.....	66
Graf 9: Zájem o potápěčský kurz.....	67
Graf 10: Procentuální počet potápěčů.....	68
Graf 11: Potápění se společností Kuboušek Water Sports CZ s.r.o. (zkr. KWS).....	69
Graf 12: Certifikovaní potápěči a jejich zkušenost s potápěním v KWS	70
Graf 13: Necertifikovaní potápěči a jejich zkušenost s potápěním v KWS.....	71
Graf 14: Atraktivita nabídky potápěčských výletů a zájezdů od KWS	72
Graf 15: Zájezd, který by neměl v nabídce KWS chybět	73
Graf 16: Preference typu dovolené	74
Graf 17: Zájemci o návštěvu základny v Bibinje s využitím potápění.....	75

Graf 18: Nejčastější způsob trávení dovolené	76
Graf 19: Atraktivita zážitkových aktivit	77
Graf 20: Útrata za zážitkové aktivity během dovolené.....	78

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1 - Dotazník	I
-----------------------------------	----------

Příloha 1 - Dotazník

Dobrý den,

jmenuji se Nela Košťálová a chtěla bych Vás požádat o vyplnění dotazníku k mé diplomové práci, zaměřené na zážitkový cestovní ruch – potápění ve spojení se společnostmi Kuboušek Water Sports CZ s.r.o.

U všech otázek je možná pouze **1 odpověď**, kromě otázky č. 14. Vyplňování Vám zabere cca **3 minuty**.

Za vyplnění dotazníku Vám předem děkuji.

1) Znáte společnost Kuboušek Water Sports CZ s.r.o. (zkr. KWS)?

- ANO
- NE

2) Co se vám vybaví jako první pod KWS?

3) Zkusil/-a jste někdy potápění (s výstrojí)?

- ANO, zkusil/-a jsem
- ANO, jsem certifikovaný potápěč
- NE, nikdy jsem potápění nezkusil/-a

(Pokud jste na otázku č. 3 odpověděl/-a ANO, prosím, pokračujte na otázku č. 7)

4) Chtěl/a byste si potápění vyzkoušet?

- rozhodně ANO
- spíše ANO
- spíše NE
- rozhodně NE

5) Pokud jste odpověděl/-a NE, proč Vás potápění neláká?

- mám strach
- tento sport mě nezajímá
- je to finančně náročné
- jiný důvod: _____

- (na otázku č. 4. jsem odpověděl/a jsem ANO)

6) Měl/-a byste zájem si udělat potápěčský kurz?

- rozhodně ANO
- spíše ANO
- spíše NE
- rozhodně NE

POKRAČUJTE DÁLE NA OTÁZKU Č. 11

7) Jste již certifikovaný potápěč?

- ANO
- NE

8) Potápěla/-a jste se s KWS:

- v ČR
- v Chorvatsku
- v ČR i v Chorvatsku
- jinde v zahraničí
- v ČR i jinde v zahraničí
- nepotápěl/-a jsem se s KWS

9) Zdá se Vám nabídka potápěčských výletů a zájezdů od KWS atraktivní?

- ANO
- NE
- Nabídku neznám

10) Jaký potápěčský zájezd by neměl v nabídce KWS chybět?

11) Jaký typ dovolené preferujete

- pobytový
- poznávací
- aktivní
- kombinaci
- jiné_____

12) Měl/-a byste zájem navštívit základnu v Chorvatsku v Bibinje (nedaleko Zadaru) například během Vaší dovolené?

- ANO, využil/-a bych nabídku potápění
- ANO, ale nevyužil/-a bych nabídku potápění
- NEVÍM
- NE

13) Nejčastěji jezdíte na dovolenou:

- s rodinou
- s přáteli
- sám/-a

14) Které z následujících zážitkových aktivit by Vás lákaly během Vaší dovolené?

(je možné vybrat více odpovědí)

- přístrojové potápění
- freediving (nádechové potápění bez přístroje)
- rybolov, lovecká turistika
- windsurfing
- kiting
- parasailing (létáním na padáku upoutaném za člunem)
- výlety do okolí na motorovém člunu
- turistika
- cykloturistika

- adrenalinové aktivity typu paragliding, skoky volným pádem aj.
- míčové hry – volejbal, fotbal aj.
- pohybové aktivity: jóga, aerobic, tanec aj.
- poznávací výlety do okolí
- poznání místní gastronomie a kultury
- jiné: _____

15) Kolik byste byl/-a ochotný/-a utratit za zážitkové aktivity během Vaší dovolené?

- do 1 000 Kč/os.
- 1 000 – 3 000 Kč/os.
- 3 000 – 5 000 Kč/os.
- více než 5 000 Kč/os.

Pohlaví:

- Muž
- Žena

Věk:

- do 25 let
- 25 – 35 let
- 35 – 45 let
- 45 – 55 let
- více než 55 let

Město, ve kterém žijete: _____

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Nela Košťálová

Obor: Management cestovního ruchu

Forma studia: kombinované studium

Název práce: Zážitekový cestovní ruch zaměřený na potápění ve spojení s divizí Travel společnosti Kuboušek Water Sports CZ s.r.o.

Rok: 2016

Počet stran textu bez příloh: 78

Celkový počet stran příloh: 4

Počet titulů českých použitých zdrojů: 21

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 5

Počet internetových zdrojů: 16

Vedoucí práce: Ing. Jiří Sysel, Ph.D.