

**ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI**  
**FAKULTA EKONOMICKÁ**

Bakalářská práce

**Analýza nabídky služeb cestovního ruchu na Železnorudsku**

Analysis of supply of tourism services in Železná Ruda region

Lucie Míšková

Plzeň 2016

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI  
Fakulta ekonomická  
Akademický rok: 2015/2016

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

Jméno a příjmení: **Lucie MÍŠKOVÁ**  
Osobní číslo: **K12B0075P**  
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Management obchodních činností**  
Název tématu: **Analýza nabídky služeb cestovního ruchu na Železnorudsku**  
Zadávací katedra: **Katedra marketingu, obchodu a služeb**

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

1. Zpracujte teoretický úvod do problematiky služeb cestovního ruchu.
2. Vyberte vhodnou metodu a zanalyzujte nabídku služeb na Železnorudsku.
3. Zhodnoťte získané poznatky a navrhnete opatření, která povedou ke zlepšení nabídky služeb cestovního ruchu na Železnorudsku.

Rozsah grafických prací: **neuveden**  
Rozsah kvalifikační práce: **40 - 60**  
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**  
Seznam odborné literatury:

- **RYGLOVÁ, Kateřina.** *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů. 3. rozšířené vydání.* Ostrava: Key Publishing, 2009. ISBN 978-80-7418-028-6.
- **FORET, Miroslav a Věra FORETOVÁ.** *Jak rozvíjet místní cestovní ruch. 1. vydání.* Praha: Grada Publishing, 2001, 178 s. ISBN 80-247-0207-X.
- **HORNER, Susan a John SWARBROOKE.** *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času.* Praha: Grada Publishing, 2003, 486 s. ISBN 80-247-0202-9.
- **JAKUBÍKOVÁ, Dagmar.** *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci. 2. aktualizované a rozšířené vydání.* Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Petr Janeček**  
Katedra marketingu, obchodu a služeb

Datum zadání bakalářské práce: **23. října 2015**  
Termín odevzdání bakalářské práce: **25. dubna 2016**

  
Doc. Dr. Ing. Miroslav Plevný  
děkan



  
Ing. Jan Tluchoř, Ph.D.  
vedoucí katedry

V Plzni dne 23. října 2015

## Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

*„Analýza nabídky služeb cestovního ruchu na Železnorudsku“*

vypracovala samostatně pod odborných dohledem vedoucího bakalářské práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

V Plzni dne 25. 4. 2016

.....

podpis autora

## **Poděkování**

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucímu mé bakalářské práce panu Ing. Petru Janečkovi za cenné informace a rady, odborné vedení a veškerý věnovaný čas v průběhu zpracování této bakalářské práce.

Lucie Míšková

## Obsah

Úvod.....	7
1 Cestovní ruch.....	8
1.1 Typologie cestovního ruchu .....	8
1.2 Vymezení účastníka cestovního ruchu .....	9
1.3 Trh cestovního ruchu.....	10
1.3.1 Tržní subjekty v cestovním ruchu.....	10
1.3.2 Tržní objekty cestovního ruchu .....	11
1.3.3 Faktory ovlivňující trh cestovního ruchu.....	11
1.3.4 Specifika trhu cestovního ruchu .....	12
1.4 Marketingový mix.....	12
1.4.1 Základní marketingový mix.....	13
1.4.2 Rozšířený marketingový mix.....	16
1.5 Služby cestovního ruchu .....	18
1.5.1 Ubytovací služby .....	18
1.5.2 Stravovací služby.....	19
1.5.3 Dopravní služby.....	20
1.6 Zprostředkovatelské služby cestovního ruchu .....	20
1.6.1 Cestovní kanceláře a cestovní agentury.....	20
1.6.2 Turistická informační centra .....	21
2 Turistický region Železnorudsko.....	22
2.1 Vymezení turistického regionu Železnorudsko .....	22
2.2 Železná Ruda – centrum Železnorudska .....	22
2.2.1 Historie města .....	22
2.2.2 Současnost města .....	24
3 Přírodní atraktivity na Železnorudsku .....	25
3.1 Chráněné území.....	25
3.2 Turistické cíle.....	26
4 Uměle vytvořené atraktivity na Železnorudsku .....	28
4.1 Historické atraktivity.....	28
4.2 Novodobé atraktivity.....	30
5 Nabídka ubytovacích služeb.....	34

5.1	Ubytovací zařízení - hotel .....	34
5.2	Ubytovací zařízení – penzion.....	36
5.3	Ubytovací zařízení – chata .....	37
5.4	Ubytovací zařízení – apartmán, ubytování v soukromí .....	38
5.5	Ubytovací zařízení – turistická ubytovna, rekreační středisko, kemp .....	39
6	Nabídka stravovacích služeb .....	41
6.1	Zařízení s funkcí stravovací .....	41
6.2	Zařízení s funkcí doplňkového stravovací .....	42
6.3	Zařízení s funkcí společenskozábavní.....	42
7	Nabídka kulturních a sportovních akcí na Železnorudsku .....	44
7.1	Kulturní vyžití .....	44
7.2	Sportovní vyžití.....	45
8	Analýza spokojenosti návštěvníků Železnorudska.....	46
9	Návrhy na zlepšení spokojenosti návštěvníků.....	50
	Závěr .....	52
	Seznam tabulek .....	53
	Seznam obrázků.....	54
	Seznam použitých zkratk .....	55
	Seznam použité literatury .....	56
	Seznam příloh .....	60

## Úvod

Cestovní ruch je v současné době velmi rozšířený pojem a pro mnoho lidí vyjadřuje určitý životní styl, součást lidského života. Turismus kromě relaxace, odpočinku, poznávání historie, přírody a atraktivit dané destinace představuje zejména poskytování služeb, mezi které patří služby ubytovací, stravovací, dopravní, informační a další služby spojené s cestovním ruchem.

Turismus je také významným ekonomickým odvětvím. Jeho přínosy se projevují ve vytváření nových podnikatelských příležitostí a pracovních míst, rozvoje regionu a v neposlední řadě přináší značnou přidanou hodnotu.

Cílem této bakalářské práce je analýza ubytovacích služeb, stravovacích služeb a dalších služeb spojených s cestovním ruchem včetně analýzy jejich úrovně poskytování. Dalším cílem je pomocí prováděné ankety zjistit, jak jsou návštěvníci Železnorudska spokojeni s nabídkou a kvalitou poskytovaných služeb.

Práce je rozdělena do devíti kapitol, které seznamují s danou problematikou. V těchto kapitolách jsou použity primární i sekundární zdroje informací. První kapitola je zaměřena na teoretický úvod do problematiky cestovního ruchu. V druhé až deváté kapitole jsou aplikovány teoretické poznatky na území Železnorudska.

Kvalita služeb je velice aktuální téma a je nejdůležitější v procesu uspokojování hostů. Z prováděné analýzy lze říci, že tento region nabízí mnoho ubytovacích a stravovacích služeb. Ke zjištění spokojenosti návštěvníků byla provedena anketa o nabízených službách na Železnorudsku, která přinesla zajímavé výsledky zejména v oblasti nedostatků regionu. Poslední kapitola je věnována návrhům na zlepšení spokojenosti návštěvníků, které vycházejí z výsledků ankety. Jedná se o návrhy na vybudování koupaliště a kulturního centra.

Při zpracování této práce byly kromě poznatků z odborné literatury a tištěných informačních materiálů použity i webové stránky jednotlivých ubytovacích, stravovacích a dalších služeb a webové stránky města Železná Ruda. Při práci byly prováděny osobní průzkumy v jednotlivých zařízeních cestovního ruchu.



## 1 Cestovní ruch

Cestovní ruch je velmi složitý a multioborový jev, který je spojen s velkým množstvím služeb. Mezi hlavní služby patří ubytování, stravování, doprava, průvodcovské služby, služby zprostředkovatelské, jako jsou služby cestovních kanceláří, cestovních agentur a další služby. (Ryglová, 2009) Podle Nejdla (2011) se cestovní ruch podílí na uspokojování lidských potřeb, kterými jsou především potřeba odpočinku, relaxace, poznávání a zábava. Dále je prostředkem pro zvyšování životní úrovně lidí, což je zajištěno např. prostřednictvím růstu vzdělanosti, rozvojem osobnosti, upevněním zdraví a utvářením spotřebních zvyklostí. Turismus tvoří významnou součást ekonomiky, neboť ovlivňuje hrubý domácí produkt a platební bilanci. Přispívá ke snižování nezaměstnanosti, tvorbě nových pracovních míst a nových podnikatelských aktivit. Dalším přínosem je i rozvoj sociálně-kulturního zázemí regionu.

Realizace cestovního ruchu se uskutečňuje převážně ve volném čase účastníka, přičemž pojem volný čas představuje podle Collina (1994 in Horner, Swarbrooke, 2008, s. 54) „*Čas, kdy můžete dělat, co chcete.*“ Volný čas znamená především část mimopracovní doby, kterou člověk nemusí strávit nutnou prací, a kterou využívá pro odpočinek, rozvoj osobnosti a pro různé formy zájmové činnosti. (Jakubíková, 2012)

Světová organizace cestovního ruchu UNWTO (in Palatková & Zichová, 2014, s. 12) vymezuje cestovní ruch jako: „*činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší, než je stanovená, za účelem trávení volného času, obchodu a za jinými účely nevztahujícími se k činnosti, za kterou jsou z navštíveného místa odměňováni.*“

### 1.1 Typologie cestovního ruchu

Cestovní ruch se neustále vyvíjí a obohacuje dle poptávky účastníků cestovního ruchu a technicko-technologických pokroků v nabídce. Z tohoto důvodu je možné dělit cestovní ruch dle různých kritérií do druhů a forem. (Hesková a kol., 2011)

**Druhy cestovního ruchu** členíme podle motivace účastníků na cestovním ruchu, tj. účel, pro který cestují a pobývají přechodně na cizím místě (např. rekreační, sportovní, lázeňský). **Formy cestovního ruchu** členíme podle způsobu realizace (např. podle počtu účastníků, způsobu organizování, délky účasti).

Členění na druhy a formy se často překrývá a někteří autoři označují druhy a formy opačně, resp. hovoří o typech cestovního ruchu. **Typy cestovního ruchu** můžeme dělit podle místa realizace na:

- Domácí cestovní ruch - pohyb osoby trvale sídlící v zemi, která cestuje uvnitř vlastního státu a nepřekračuje jeho hranice,
- Aktivní zahraniční cestovní ruch - příjezd cizinců do cílové země,
- Pasivní zahraniční cestovní ruch – výjezdy rezidentů do zahraničí.

Vnitřní cestovní ruch

- domácí cestovní ruch – cesty obyvatel po vlastní zemi,
- aktivní (příjezdový) cestovní ruch – cesty a pobyt cizinců v dané zemi,

Národní cestovní ruch

- domácí cestovní ruch,
- pasivní (výjezdový) cestovní ruch – výjezdové cesty rezidentů do zahraničí,

Mezinárodní cestovní ruch

- aktivní cestovní ruch,
- pasivní cestovní ruch. (Ryglová, 2009)

## **1.2 Vymezení účastníka cestovního ruchu**

Účastníkem cestovního ruchu je z ekonomického hlediska každý, kdo uspokojuje své potřeby spotřebou statků cestovního ruchu v období cestování a pobytu mimo místo trvalého bydliště a ve volném čase. Tento subjekt cestovního ruchu tvoří poptávku po službách cestovního ruchu a je spotřebitelem produktu cestovního ruchu.

Můžeme o něm také uvažovat jako o subjektu cestovního ruchu, který se dělí na stálého obyvatele, návštěvníka, turistu a výletníka. Je nutné dále zmínit, že lze rozlišit účastníky domácího a zahraničního cestovního ruchu. Účastník domácího cestovního ruchu je ten, kdo cestuje po území daného státu, účastník zahraničního cestovního ruchu je ten, kdo cestuje do zahraničí.

Rezident neboli stálý obyvateľ v mezinárodním cestovním ruchu je osoba, která žije v zemi alespoň jeden rok před příjezdem do jiné země na dobu kratší jednoho roku.

V případě rezidenta v domácím turismu se doba pobytu zkracuje na šest měsíců před příjezdem na další místo. (Palatková & Zichová, 2014)

Horner a Swarbrooke (2003) dělí dále turisty cestovního ruchu dle Cohena (1979) na čtyři následující typy.

- **Organizovaný masový turista** je turista, který si kupuje dovolenou jako balíček služeb. Dovolenu tráví většinou v hotelu nebo jeho okolí se skupinou přátel.
- **Individuální masový turista** se vyznačuje tím, že si kupuje dovolené s volnějším balíčkem služeb, který umožňuje větší svobodu pohybu.
- **Turista průzkumník** si plánuje své cesty sám, ale chce mít určitou úroveň služeb. Snaží se navazovat kontakt s místními obyvateli.
- **Turista tulák** má snahu stát se součástí místní komunity, nemá předem připravený žádný plán a snaží se distancovat od jakékoli formy cestovního ruchu.

### 1.3 Trh cestovního ruchu

Trh cestovního ruchu je charakterizován jako vzájemné působení nabídky a poptávky po zboží a službách cestovního ruchu. Na trh cestovního ruchu vstupují subjekty poptávky a nabídky. Pro turismus je charakteristický převis nabídky nad poptávkou.

#### 1.3.1 Tržní subjekty v cestovním ruchu

Nositelem poptávky je potencionální návštěvník (kupující), který hodlá cestovat a přichází na trh uspokojovat své potřeby nákupem služeb cestovního ruchu s cílem maximalizovat svůj užitek.

Nositelem nabídky je firma (prodávající), která vstupuje na trh s nabídkou služeb cestovního ruchu, s cílem maximalizovat svůj zisk. Úspěch firmy závisí na spokojenosti zákazníka, na kvalitě poskytovaných služeb, na efektivním a inovativním využití zdrojů.

Na trhu cestovního ruchu vystupuje také stát, který reguluje pomocí právních norem fungování trhu cestovního ruchu a odstraňuje některé negativní dopady tržního působení.

Mezi další subjekty cestovního ruchu patří zprostředkovatelé. Ty existují v podobě cestovních kanceláří a cestovních agentur, které usnadňují vztah mezi nabídkou a poptávkou. Tyto subjekty vstupují na trh jako prodávající ve vztahu ke koncovému zákazníkovi i jako poptávající ve vztahu k subdodavatelům jednotlivých služeb, ze kterých kompletují nabídku pro koncového zákazníka.

### **1.3.2 Tržní objekty cestovního ruchu**

Objekty, tj. zboží a služby jsou předmětem směny na trhu cestovního ruchu. Služby představují hlavní předmět směny, doplňkovým předmětem je pak zboží.

Nehmotné statky představují služby, které jsou hlavním předmětem směny na trhu cestovního ruchu. Hmotné statky vytváří zboží, které představuje doplňkový předmět směny (např. mapy, knihy, pohlednice). Vzácné statky jsou statky, které byly vytvořeny ekonomickou činností, vznikly přeměnou určitých zdrojů. Statky volné tvoří přírodní atraktivita (krajina, moře, léčivé prameny). Dále lze statky dělit na soukromé, veřejné a smíšené.

Součástí nabídky v cestovním ruchu je souhrn atraktivit cílových míst a jejich vybavenost. Atraktivita destinace bývají nazývány jako primární nabídka. Tyto složky jsou dominantní, neboť mají schopnost „přitáhnout“ návštěvníky do cílové destinace. Primární nabídka je členěna na atraktivita přírodní, kulturně-historické, organizované a společenské. Vybavenost cílové destinace bývá označována jako sekundární nabídka. Tato část nabídky poskytuje servis při uspokojení sekundárních potřeb účastníků a vytváří podmínky pro využití atraktivit. Sekundární nabídka je rozdělena na suprastrukturu (ubytovací a stravovací služby) a infrastrukturu (dopravní a veřejná infrastruktura).

### **1.3.3 Faktory ovlivňující trh cestovního ruchu**

- Politické a bezpečnostní faktory - mírové uspořádání světa, volný pohyb osob, válečné konflikty, přírodní katastrofy,
- Ekonomické faktory - ekonomický růst, disponibilní důchod, ekonomická úroveň, měnový kurz,
- Demografické faktory – nárůst populace (stárnutí, vzdělání, životní cyklus rodiny),

- Technicko-technologické faktory – rozvoj letecké dopravy, informačně-komunikačních technologií, internetu,
- Sociální faktory,
- Ekonomické faktory. (Palatková & Zichová 2014)

#### **1.3.4 Specifika trhu cestovního ruchu**

Trh cestovního ruchu má celou řadu zvláštností, které vyplývají z charakteru potřeb zákazníků a z charakteru služeb v cestovním ruchu. Za hlavní specifické rysy trhu cestovního ruchu lze uvést následující:

1. Rozvoj cestovního ruchu je podmíněn politicko-správními podmínkami státu.
2. Produkt cestovního ruchu nelze vyrábět na sklad.
3. Místní vázanost, výrazná sezónnost a spojitost s místem, ve kterém se realizuje.
4. Trh je determinován přírodními faktory a nepředvídatelnými vlivy (tj. mimoekonomickými faktory).
5. Vysoký podíl lidské práce.
6. Těsný vztah nabídky a poptávky.
7. Poptávka je ovlivňována důchody obyvatelstva, fondem volného času, motivací.
8. Nabídku také ovlivňuje rozvoj a využívání techniky a technologií. (Királ'ová, 2003)

#### **1.4 Marketingový mix**

Marketingový mix je soubor nástrojů, které může poskytovatel služeb využít pro dosažení konkurenceschopnosti svého produktu a prosazení se na trhu. Vzhledem k tématu práce budou produktem marketingového mixu nabízené služby v regionu Železnorudska.

Základní model marketingového mixu je rozšiřován o další prvky, které definují autoři různě. Následující tabulka zobrazuje základní i rozšiřující prvky marketingového mixu od vybraných autorů.

Tab. č. 1: Marketingový mix podle vybraných autorů

Základní marketingový mix	Marketingový mix podle:			
	Ryglová	Jakubíková	Vašítková	Hesková
Product	Product	Product	Product	Produkt
Price	Price	Price	Price	Price
Place	Place	Place	Place	Place
Promotion	Promotion	Promotion	Promotion	Promotion
	People	People	People	People
	Partnership	Partnership	Processes	Partnership
	Packaging	Packaging	Physical Evidence	Packaging
	Programming	Programming		Programming
		Processes		
		Physical Evidence		
		Public Opinium		

Zdroj: vlastní zpracování, 2016; Ryglová, 2009; Jakubíková, 2012; Vašítková, 2014; Hesková, 2011

Nejvíce se ztotožňuji s přístupem autorky Ryglové, protože její vymezení charakterizuje nejdůležitější oblasti v mixu. Jednotlivé prvky mixu jsou popsány v následujícím textu.

#### 1.4.1 Základní marketingový mix

Základní podoba marketingového mixu je tvořena čtyřmi prvky „4P“ = produkt (product), cena (price), místo - distribuce (place) a komunikace (promotion).

##### **Produkt**

Produkt je služba nebo většinou soubor služeb, které uspokojují potřeby a přání zákazníků. Jedná se o balíček základních služeb a doplňkových služeb.

Produkt dle Ryglové (2009) je tvořen těžkými a měkkými faktory. **Těžké faktory** představují ubytování, gastronomii, dopravu a zařízení volného času. Přátelskost, pohostinnost, vkus, zábava a zážitek jsou symboly **měkkých faktorů**. Jiné dělení produktu je dle Foreta a Foretové (2001). Ti dělí produkt do tří úrovní. **Jádro produktu** je to, co zákazník skutečně kupuje, jeho užitek. **Vlastní produkt** je soubor charakteristických vlastností, které zákazník od produktu vyžaduje (kvalita, provedení, design, značka). **Rozšířený produkt** obsahuje dodatečné služby či výhody (např. záruční lhůta, garanční opravy, pojištění, platba na splátky, odborná instruktáž).

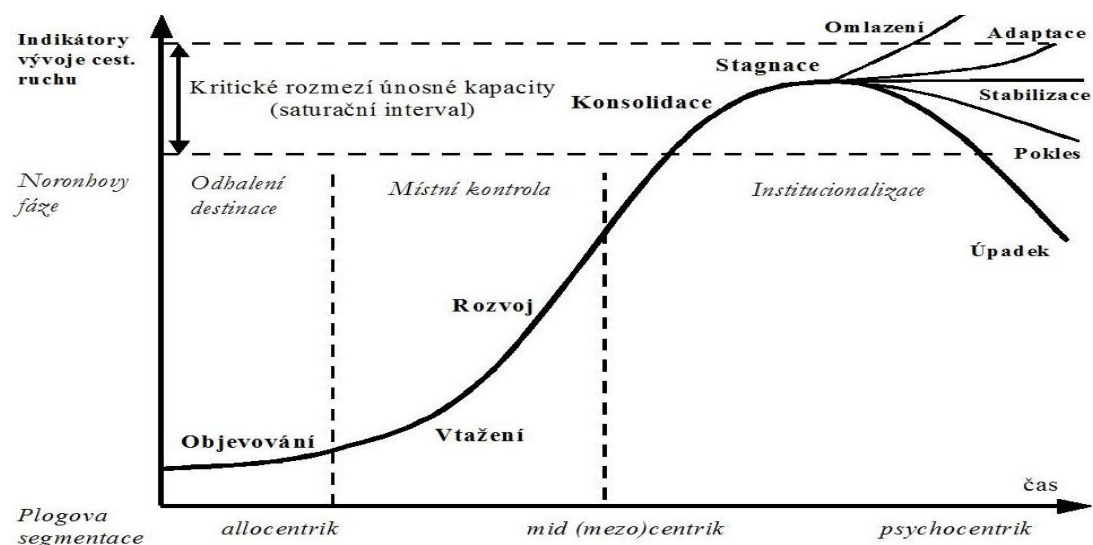
Produkt cestovního ruchu je převážně nehmátelný, neskladovatelný, neoddělitelný od poskytovatele a velice heterogenní. Má omezenou životnost, proto se musí neustále přizpůsobovat měnícím se požadavkům a přáním zákazníků. Z hlediska poptávky musí být produkt pro zákazníka atraktivní a přístupný. Obecně se za produkt v cestovním ruchu považuje zájezd, jako kombinace služeb cestovního ruchu. (Ryglová, 2009)

Po úspěšném zavedení produktu na trh, začíná produkt svůj cyklus života, který má čtyři fáze: zavádění, růst, zralost a pokles. (Goeldner & Ritchie, 2014)

Existuje také životní cyklus destinace, který představuje vývoj turistické destinace. Vývoj destinace lze sledovat podle mnoha kritérií. Například podle růstu počtu návštěvníků a jejich výdajů a vývoje nákladů na propagaci.

Dle Butlera (1980) představuje životní cyklus destinace šest fází. První fáze **objevení** představuje menší příliv návštěvníků do destinace. Fáze **vtažení** se vyznačuje nárůstem objemu a pravidelnost návštěvnosti. Fáze **rozvoje** přináší rozvoj propagace, vznik nových atraktivit a vyšší návštěvnost. Ve fázi **konsolidace** dochází ke zpomalování tempa růstu návštěvnosti. Fáze **stagnace** se vyznačuje nevratnými změnami a poklesem atraktivnosti destinace. Poslední fáze **poststagnace** může mít čtyři podoby. Omlazení – změna image destinace, adaptace – mírný nárůst návštěvnosti, stabilizace – udržování úrovně návštěvnosti, pokles – mírný pokles návštěvnosti, úpadek – postupný útlum návštěvnosti. (Holešinská, 2012)

Obr. č. 1: Životní cyklus destinace



Zdroj: Holešinská, 2012

## **Cena**

Cena představuje množství peněžních jednotek požadovaných za produkt a hodnotu, již se zákazníci vzdají výměnou za získání produktu. Cena plní dvě funkce. Jednak je přímým determinantem rentability, protože jako jediná část marketingového mixu vytváří příjmy. Druhá funkce ceny je, že působí jako magnet, který zákazníky přitahuje nebo naopak odrazuje. (Hesková a kol., 2011). Podle Vašítkové (2014), se cena vzhledem k nehmotnému charakteru služeb stává významným ukazatelem kvality.

Pro stanovení ceny produktu je třeba znát náklady na produkt a podle nich stanovit spodní hranici ceny. Čím jsou náklady nižší, tím nižší může být cena produktu. Do nákladů na produkt se zahrnují variabilní náklady, které rostou při zvyšujícím se objemu produkce a fixní náklady, které jsou stále bez ohledu na objem produkce. Jedná se například o nájemné, mzdy a daně. (Királ'ová, 2003)

Cenové strategie využívají i poskytování různých typů slev – mimo sezónu, při hromadné účasti, stálým klientům, first minute, last minute. (Ryglová, 2009)

## **Místo, distribuce a dostupnost**

Úkolem distribuce je rozhodnutí o tom, jakými cestami se náš produkt dostane na trh, a co nejvíce přiblížit produkt k zákazníkovi. Tento úkol je velmi důležitý a ovlivňuje použití ostatních marketingových nástrojů. Distribuce řeší rozpory v místě, čase a množství. Stanovení distribučních kanálů představuje pro poskytovatele služby náklady a tvoří tak významnou součást prodejní ceny produktu. (Királ'ová, 2003)

Distribuci nelze měnit operativně, protože je to záležitost dlouhodobější, která vyžaduje plánování a rozhodování. Můžeme tedy říci, že distribuce je nejméně pružným nástrojem marketingového mixu. Opačnou stranou distribuce je dostupnost. Právě dostupností se snažíme dostat produkt co nejbližší k zákazníkovi. Je nutné dát zákazníkovi na vědomí, kde produkt najde a kde o něm získá nejvíce informací. (Foret, Foretová, 2001)

Produkt k zákazníkovi můžeme dostat přímou nebo nepřímou distribuční cestou. Přímá distribuční cesta umožňuje poskytovateli služby přímý kontakt se zákazníky. Nepřímá distribuční cesta využívá pro distribuci mezičlánky, kterými jsou prostředníci a zprostředkovatelé. Prostředníkem jsou např. cestovní kanceláře nebo touroperátoři. Ti nakupují a vytvářejí balíček produktů – zájezd. Naopak zprostředkovatelem jsou



makléři, obchodní zástupci nebo turistická informační centra. Jejich úkolem je zprostředkovávat obchody, produkt tedy nevlastní a pracují za provizi. Například hotely a lázeňská zařízení používají přímou distribuci pomocí vlastních webových stránek a nepřímou distribuci pomocí cestovních kanceláří. (Jakubíková, 2012)

## **Propagace**

Pod pojmem propagace se skrývá marketingová komunikace, která je v cestovním ruchu velmi důležitá. Marketingová komunikace je prostředkem, kterým se firmy snaží informovat, přesvědčovat a upomínat spotřebitele (přímo či nepřímo) o produktech nebo značkách, které prodávají. Dále marketingová komunikace umožňuje společnostem spojit svou značku s jinými lidmi, místy, událostmi, značkami a zážitky. Díky vrytí značky do paměti zákazníků a vytvoření jejího image dokáže přispět k hodnotě značky. (Kotler & Keller, 2013)

Cílem marketingového komunikačního mixu je oslovit různé segmenty trhu tak, aby byla upoutána pozornost zákazníka, seznámit s produktem a vzbudit zájem o produkt. Má vyvolat přání zákazníka ke koupi, přesvědčit ho o koupi a zvýšit efektivnost firmy. Komunikační mix rozlišuje přímé a nepřímé propagační nástroje. Mezi přímé nástroje patří osobní prodej a přímý (direkt) marketing. **Osobní prodej** je ústní, přímá konverzace prodejce s potenciálními zákazníky. V případě **direkt marketingu** se jedná o adresné oslovení klienta pomocí mailu, pošty. Nepřímé nástroje působí neosobně a anonymně a řadíme sem reklamu, podporu prodeje a public relations. **Reklama** je placená, masová a neosobní forma prezentace produktu v médiích. Cílem **podpory prodeje** je okamžitý prodej, kdy dáváme spotřebiteli motivy (slevy, dárkové předměty) k rychlé koupi. **Public relation (PR)** znamená vytváření dobrých vztahů s veřejností, které mohou zvýšit povědomí o značce. Tato sdělení nejsou obchodně orientovaná, proto jsou veřejností přijímána s větší důvěrou. (Ryglová, 2009)

### **1.4.2 Rozšířený marketingový mix**

Podle Ryglové (2009) se rozšiřuje základní model o další čtyři prvky: lidé (people), partnerství (partnership), balíčky služeb (packaging) a programování projektů (programming).

## **Lidé**

Při poskytování služeb dochází ke kontaktu zákazníka s poskytovatelem služby. Lidé se stávají jedním z významných prvků marketingového mixu služeb a mají přímý či nepřímý vliv na kvalitu produktu a spokojenost zákazníka. Pracovník v cestovním ruchu by měl mít odbornou kvalifikaci, znát produkt a prostředí, být zdvořilý, důvěryhodný, spolehlivý, komunikativní a mít dobré vystupování. (Királ'ová, 2003)

## **Balíčky**

*„V cestovním ruchu je balíček konkrétní sestavení vzájemně se doplňujících služeb do komplexní nabídky, obvykle za jednotnou cenu.“* (Jakubíková, 2012, s. 283)

V dnešní době již málokdy dokáže jedna služba dlouhodobě přitahovat návštěvníky. Klasický příklad balíčku v cestovním ruchu je již zmíněný zájezd. Klient si může zakoupit hotový balíček uvedený v katalogu nebo si může pomocí pracovníků kanceláře vytvořit zájezd „šitý na míru“. Balíček znamená pro klienta možnost výběru, finanční výhodnost a větší pohodlí. (Foret, Foretová, 2001)

## **Programování, společné projekty**

Tvorba balíčku služeb a programování mají za cíl eliminovat působení faktoru času, zlepšovat rentabilitu poskytovaných služeb, využívat marketingovou strategii a iniciovat spolupráci subjektů. (Hesková a kol. 2011)

Příkladem společného projektu jednotlivých dodavatelů služeb cestovního ruchu jsou Dny otevřených dveří, které přispívají na podporu cestovního ruchu. Tyto projekty mají za cíl zaujmout a informovat návštěvníky o aktuální nabídce služeb města nebo celého regionu. Jedná se např. o možnosti trávení volného času, nabídky galerií, divadel a muzeí. (Foret, Foretová, 2001)

## **Partnerství**

Partnerství v cestovním ruchu představuje krátkodobé i dlouhodobé spojení různých subjektů, které mají společné zájmy a cíle. Hlavním cílem je větší spokojenost zákazníků. Důvodem pro uzavírání partnerství je snaha dosáhnout určité výhody, kterou by samotný subjekt nezískal. Jednou z nejdůležitějších forem partnerství v cestovním ruchu je partnerství veřejného a soukromého sektoru. Mezi formy tohoto partnerství

řadíme smluvní partnerství, společný podnik, licence, koncese, franchising. (Jakubíková, 2012)

Spokojenost návštěvníků je v turismu závislá na partnerech. Ti se často neznají, a proto je důležité, aby spolu navzájem komunikovali a spolupracovali. Klient hodnotí svůj pobyt jako komplex služeb a v případě, že je jedna služba nekvalitní, hodnotí zákazník většinou celý komplex špatně a příště nemusí mít zájem. (Foret, Foretová, 2001)

## 1.5 Služby cestovního ruchu

Služby cestovního ruchu lze rozdělit na základní a doplňkové. Mezi základní služby, které napomáhají uspokojit potřeby a přání účastníků cestovního ruchu patří služby ubytovací, stravovací a dopravní. Doplňkových služeb existuje celá řada a mají také velký význam pro cestovní ruch. Patří sem například služby cestovních kanceláří a agentur, turistických informačních center, průvodcovské služby, pojišťovací služby a další.

### 1.5.1 Ubytovací služby

Ubytovací služby patří mezi základní služby v cestovním ruchu. Účelem ubytovacích služeb je umožnit ubytování mimo trvalé bydliště účastníka turismu včetně uspokojení jeho potřeb, které s přenocováním souvisejí. (Jakubíková, Ježek & Pavlák, 1995)

Horner a Swarbrooke (2003) uvádějí, že pro poskytování ubytovacích služeb je důležité umístění ubytovacího zařízení, neboť čím atraktivnější umístění je, tím se zvyšuje cena nabízených služeb. Toto umístění se může nacházet v centru města, na předměstí, okolo silnic a křižovatek, na vesnici a venkovských krajinách, na horách a pobřeží moří.

Existují různá kritéria členění ubytovacích zařízení. **Dle charakteru zařízení** (pevná – hotely, penziony, pohyblivá – lodě, botely), **dle časového využití** (celoroční, dvousezónní, jednosezónní), **dle provozovatele** (zařízení volného cestovního ruchu, zařízení vázaného cestovního ruchu – chaty, ubytovny), **dle velikosti** (malá – 5-100 pokojů, střední – 101-250 pokojů, velká – 251 a více pokojů), **dle druhu zařízení** (**hromadná**: *hotel* – zařízení s nejméně 10 pokoji a služeb s tím spojených, členění do 5 tříd, *motel* – zařízení s nejméně 10 pokoji a služeb s tím spojených zejména pro motoristy, členění do 4 tříd, *hotel garni* – zařízení s nejméně 10 pokoji, omezený rozsah stavování, členění do 4 tříd, *pension* – zařízení s nejméně 5 pokoji, omezený rozsah

společenských a doplňkových služeb, ostatní služby na úrovni hotelu, členění do 4 tříd, *botel* – hotel na trvale ukotvené lodi, *kemp* – možnost ubytování ve vlastním stanu, obytném přívěsu či pronajatých chatkách, bungalovech, členění až do 4 tříd, *chatová osada* – členění do 3 tříd, *turistická ubytovna* – jednodušší zařízení s větším počtem lůžek v místnosti, členění do 2 tříd, *depondance* – budova ubytovacího zařízení bez vlastní recepce, není vzdáleno více než 500 m od hlavního ubytovacího zařízení, **individuální: ubytování v soukromí** – pronájem samostatných objektů či ubytování v obytné místnosti, členění do 4 tříd. (Ryglová, 2009)

Od roku 2015 je nová aktualizovaná verze klasifikace ubytovacích zařízení v České republice, která obsahuje pravidla pro hodnocení ubytovacích zařízení. Certifikace umožňuje jednotnou klasifikaci dle vybavenosti zařízení, úrovně a rozsahu poskytovaných služeb. Ubytovací zařízení se dělí do kategorií (hotel, hotel garni, penzion a motel) a do kvalitativních tříd od 1 do 5 hvězdiček. (Ryglová, 2009)

### 1.5.2 Stravovací služby

Stravování je nedílnou součástí služeb cestovního ruchu. Stravovací služby jsou poskytovány v zařízeních, která jsou pro tyto účely budována (restaurace, rychlá občerstvení), ve školách a firmách. Společné stravování představuje činnost spojenou s hromadnou výrobou, prodejem a spotřebou jídel a nápojů pro velké skupiny lidí, během které dochází k místnímu a časovému spojení výroby s konečnou spotřebou.

Společné stravování je realizováno jako účelové a veřejné. Účelové (uzavřené) stravování je stravování vymezených skupin osob, kdy spotřebitel hradí část ceny jídel (školní jídelny, jídelny podniků). Veřejné (restaurační) stravování plní funkci uspokojení potřeb výživy a společenského styku lidí, zákazník hradí plnou cenu jídla.

Rozlišujeme dvě základní kategorie veřejných restauračních zařízení a to restaurace a bary. Hlavní funkcí restaurací je podávání hlavních jídel v průběhu dne (např. pohostinství, motorest, samoobslužná restaurace, bufet, bistro). Hlavní funkcí barů je uspokojení společensko-zábavní potřeby, občerstvení je zde pouze doplňkem (např. pizzerie, noční bar, vinárna, kavárna, pivnice).

Zákazníci v ubytovacích zařízeních si většinou mohou vybrat rozsah stravovacích služeb v rámci ubytovacího zařízení, jako např. snídaně, polopenze, plná penze, all inclusive. (Ryglová, 2009)

### 1.5.3 Dopravní služby

Doprava tvoří základní předpoklad pro rozvoj cestovního ruchu a turismus je na ní přímo závislý. Turista se potřebuje dopravit do destinace a zpět, využívat dopravní služby v destinaci i mimo ni (např. fakultativní výlety). Dopravní služby jsou spojeny se zabezpečením přepravy cestujících a jejich zavazadel, včetně informací o dopravním spojení, rezervování míst, prodejem dopravních cenin a vyřizováním reklamací. Hlavním výkonem dopravních služeb je přeprava, která se uskutečňuje podle plánu přepravy (jízdního, letového a lodního řádu). Důležitým faktem je, že dopravní služby nejsou cílem turismu, ale jsou prostředkem k dosažení cílů. (Drobná & Morávková, 2004)

Dopravu členíme *dle použitého dopravního prostředku* (pozemní, letecká, vodní, ostatní – lanovky, vleky), *dle oblasti dopravy* (vnitrostátní, mezinárodní) a *dle jízdního řádu* (pravidelná, nepravidelná doprava). (Drobná & Morávková, 2004)

## 1.6 Zprostředkovatelské služby cestovního ruchu

Kromě základních služeb nabízí cestovní ruch ještě mnoho doplňkových služeb, které mají velký význam. Mezi nejčastější doplňkové služby patří např. služby cestovních kanceláří a agentur, průvodcovské služby a služby turistických informačních center.

### 1.6.1 Cestovní kanceláře a cestovní agentury

V dnešním světě si klient nemusí vybírat a shánět zvlášť ubytování, stravování a dopravu. Pro tyto účely existují služby cestovních kanceláří a agentur, které nabízí již ucelený balíček služeb.

**Cestovní kancelář (CK)** je základní provozní jednotka cestovního ruchu. Jedná se o živnost koncesovanou a nese plnou zodpovědnost za realizaci zájezdů. Předmětem činnosti CK je zprostředkování, organizování a zabezpečování služeb souvisejících s cestovním ruchem. Dále nabízí, rezervuje a prodává vlastní zájezdy a zájezdy jiných CK. Zákazníkům nabízí zprostředkování pojištění, obstarání víz, prodej dopravních cenin, okružní výlety, vstupenky na akce, průvodcovské služby atd. (Drobná & Morávková, 2004) Cestovní kanceláře využívají služeb průvodců, kteří doprovází skupinu osob, obstarávají základní informace, poskytují výklad o destinaci a snaží se o dodržování harmonogramu zájezdu. Schopný průvodce je velkou konkurenční výhodou

pro CK. Na práci průvodce jsou kladeny různé požadavky např. dobrá paměť a znalost jazyků, orientační schopnost a příjemné vystupování. (Jakubíková, 2012)

Cestovní kanceláře lze rozdělit podle charakteru a rozsahu poskytovaných služeb na základní, které poskytují tuzemské i zahraniční zájezdy a specializované, které se specializují na určitou klientelu nebo druh a rozsah služeb.

**Cestovní agentura (CA)** je živnost vázaná a zprostředkovává pouze prodej zájezdů. Nesmí prodávat zájezdy pod svým jménem, pouze pod jménem CK. Cestovní agentura může dále nabízet a prodávat jednotlivé služby cestovního ruchu, prodávat jednodenní výlety, mapy, plány, vstupenky atd. (Ryglová, 2009)

### 1.6.2 Turistická informační centra

*„Turistické informační centrum má charakter veřejné služby, poskytované na základě společenské objednávky státní správy a samosprávy jako součást informačního systému cestovního ruchu.“* (Ryglová, 2009, s. 79)

Hlavní činností turistického informačního centra (TIC) je bezplatné poskytování informací veřejnosti. Navigují a orientují turistu při příjezdu do regionu nebo v místě pobytu, nabízejí mu atraktivitu a akce daného místa. Doplňková činnost TIC je pak poskytována za úplat, např. prodej upomínkových předmětů, vstupenek, směnárna, kopírování, činnosti reklamní. TIC slouží k propagaci města i celého regionu. (Ryglová, 2009)

Podle Drobné a Morávkové (2004) se řadí mezi další doplňkové služby: pasové a vízové, peněžní, směnárenské, zdravotní a služby pojišťovací.

Pro účastníky cestovního ruchu je zejména důležité uzavřít před odjezdem do destinace úrazové pojištění, pojištění léčebných výloh, pojištění zavazadel, odpovědnosti občanů a storna zájezdu.

## **2 Turistický region Železnorudsko**

Druhá kapitola této práce popisuje přírodní a kulturně-historické atraktivitu regionu Železnorudska, které by mohly být pro účastníky cestovního ruchu zajímavé.

### **2.1 Vymezení turistického regionu Železnorudsko**

Železnorudsko patří do oblasti Šumavy. Území Šumavy je mimořádně rozlehlé a zároveň turisticky atraktivní pro svoji rozsáhlou horskou oblast, proto je Šumava rozdělena do několika turistických regionů: Klatovsko, Sušicko, Nýrsko, Železnorudsko, Prášílsko a Hartmanicko, Horažďovicko, Kašperskohorsko, Srní, Modrava, Kvilda, Borová Lada, Zadov, Churáňov, Stachy, Javorník, Boubín, Vimpersko, Volary, Stožec, Lipensko, Českokrumlovsko, Chodsko a Domažlicko, Bavorský les.

Tato práce je zaměřena na území vzdálené cca 15 km od centra Železné Rudy. Podle administrativního hlediska se v této vzdálenosti nacházejí obce (Hamry, Hojsova Stráž, Špičák a Nová Hůrka) a osady (Pancíř a Debrník).

Region se nachází v jihozápadní části republiky a představuje nejzápadnější část Šumavy. Oblast Železnorudska je spíše než městy ohraničena převážně vrcholy a přírodními úkazy. Území spadající do obce Železná Ruda je ohraničeno vrcholy Velký Javor, Velký a Malý Ostrý, Špičák, Pancíř, Poledník a dále jezery Černé, Čertovo a Prášílské. Oblast Železnorudska je vyznačena v Příloze A. (ŠumavaNet.cz, 2016)

### **2.2 Železná Ruda – centrum Železnorudska**

#### **2.2.1 Historie města**

Město Železná Ruda vzniklo v první polovině 16. století při potoku Řezná na důležité obchodní stezce z Čech do Bavorska, při nalezištích železné rudy.

Historie Železné Rudy se dá rozdělit do 3 etap, které byly pro rozvoj města a jeho okolí významné. První etapa je spojena s rozvojem dolování železné rudy. Tato surovina zde byla komplexně zpracovávána, a to od tavby surového železa až po výrobu železného nářadí a železných prutů k dalšímu prodeji. Doba těžby železné rudy, někdy nazývána

jako železná doba trvala cca 150 let. Z této doby je odvozený i název města Železná Ruda a několik místních názvů jako obec Hojsova Stráž, Železný potok, Červené jámy.

Důležitým bodem v historii Železné Rudy je i fakt, že v letech 1579-1713 byla Železná Ruda součástí Bavorska. Spory o hraniční linii vyřešila císařovna Marie Terezie roku 1765, když Železnou Rudu určila za území náležející Čechám. Vymezila hraniční čáru, která je v těchto místech dodnes shodná se státní hranicí.

Po úpadku železářství bylo důležitou etapou v rozvoji Železné Rudy a jejího okolí sklářství. Odstartoval ji hrabě Jindřich Nothaft z Wernecku. Příznivými okolnostmi pro vznik skláren byly bohaté zásoby dřeva a blízkost naleziště surovin, zejména křemičitého písku. Začala vznikat celá řada nových sklářských hutí. Celkem bylo v okolí Železné Rudy 11 hutí, např. v Debrníku, Ferdinandově údolí, na Hofmankách, pod Čertovým jezerem a v Alžbětíně. Právě v Alžbětíně vyrostla v roce 1841 jedna z největších a nejznámějších šumavských skláren, která v 2. polovině 19. století vynikala zejména výrobou tabulových skel. (Boudová, Hubený, Štěpánek, Vilímek, 2003)

Koncem 19. století nabylo město na významu vybudováním železniční tratě z Plzně do Bavorska včetně 3 tunelů, z nichž tunel pod Špičákem byl se svými 1874 m nejdelší v tehdejší Rakousku-Uhersku. V této době nastává třetí etapa rozvoje, doba cestovního ruchu. Teprve počátkem 60. let 20. století, kdy byl znovu otevřen silniční hraniční přechod, se začal turismus vracet. Na počátku 70. let se začaly stavět nové hotely a rekreační střediska, zároveň začala i výstavba rodinných a panelových domů. Od poloviny 70. let dochází ke zvýšení nárůstu turistiky. Tím se stala Železná Ruda a celé okolí významným střediskem letního a zimního cestovního ruchu. (Rebstöck, 1999)

Obr. č. 2: Znak města Železná Ruda



Zdroj: ŠumavaNet.cz, 2016a

S městem Železná Ruda jsou spojeny i některé významné osobnosti. Adolf Kašpar známý jako český ilustrátor, malíř a grafik. Josef Seidel fotograf staré Šumavy a



nejuznávanější obrazový kronikář Šumavy. Julius Miloš Komárek vědec, uznávaný zoolog a entomolog, pedagog a spisovatel. Maximilian Schmidt, zvaný Waldschmidt spisovatel a nejoblíbenější vypravěč 19. století. Karel Klostermann český spisovatel se zaměřením na regionální oblast Šumavy. (ŠumavaNet.cz, 2016a)

### **2.2.2 Současnost města**

Horské město Železná Ruda leží v nadmořské výšce 754 m a ze všech stran je lemováno horskými vrcholy. Nachází se na samém okraji Národního parku Šumava a leží na soutoku řeky Řezné a Železného potoka. Železná Ruda je členěna na 6 částí: Alžbětín (je místní část Železné Rudy), Debrník, Pancíř, Hojsova Stráž, Špičák a nakonec samotné město Železná Ruda. Počet obyvatel samotného města je 1 690, včetně přidružených obcí pak 2 118 obyvatel. (ŠumavaNet.cz, 2016a)

Informační centrum celé oblasti se nachází v centru Železné Rudy. Toto centrum nabízí základní informační služby o destinaci, o dopravních spojích a přehled o kulturních akcích. Pro návštěvníky je k dispozici bezplatný přístup k internetu a mnoho prospektů. Informační centrum zajišťuje také prodej turistických průvodců, map, pohlednic, suvenýrů a poskytuje pojišťování pro pobyt, sport a výlety v zahraničí. Otevírací doba je každý den od 8:00 do 12:30 a od 13:30 do 18:00. (ŠumavaNet.cz, 2016e)

### 3 Přírodní atraktivita na Železnorudsku

V širším smyslu je Železnorudsko destinace, která se vyznačuje velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu a rozvinutými službami cestovního ruchu. Toto území má velký potenciál pro rozvoj cestovního ruchu. Tato oblast je vyhledávaná především kvůli přírodě a ledovcovým jezerům.

#### 3.1 Chráněné území

Svoji atraktivitu získala příroda i díky dlouhodobé existenci železné opony, která na několik desetiletí přerušila působení člověka v hraničních oblastech a vznikl tak prostor k přirozenému vývoji krajiny. Aby bylo zachováno původní přírodní prostředí, které by však mohlo být přístupné pro turisty, vznikla velkoplošně chráněná území jako Chráněná krajinná oblast Šumava (CHKO) a Národní park Šumava (NP). Jejich cílem a posláním je uchovat, zlepšit a chránit nejceněnější lokality přírody. Území Železnorudska spadá do oblasti CHKO Šumava a NP Šumava, což zobrazuje následující obrázek. (Boudová, Hubený, Štěpánek, Vilímek, 2003)

Obr. č. 3: CHKO a NP Šumava



Zdroj: Šperl, 2007 - 2016

**Chráněná krajinná oblast Šumava** byla vyhlášena Ministerstvem kultury ČSR v roce 1963 a se svými 168 654 ha byla největším chráněným územím tehdejšího Československa. V roce 1990 byla tato oblast zapsána do seznamu UNESCO jako Biosférická rezervace Šumava. Dalším významným rokem byl rok 1991, kdy byla nejcennější část území CHKO vyhlášena Národním parkem a oblast CHKO se zmenšila na 99 624 ha. Nyní tvoří funkci ochranného pásma Národního parku Šumava. Toto území se nachází v nadmořské výšce od 498 m. n. m. do 1362 m. n. m. a je rozděleno na čtyři zóny. V CHKO se nacházejí maloplošně chráněná území, jako jsou Národní přírodní rezervace (NPR), přírodní rezervace (PR) a Národní přírodní památky (NPP), přírodní památky (PP).

**Národní park Šumava** vznikl v roce 1991 a se svými 69 030 ha je největším národním parkem v České republice. Nachází se na části území Jihočeského a Plzeňského kraje při jihozápadní hranici s Německem a Rakouskem. NP Šumava leží v nadmořské výšce od 600 m. n. m. do 1378 m. n. m. Pro ochranu přírody je Národní park rozdělen do tří zón. (Šperl, 2007 - 2016; Národní park Šumava, 2008 - 2016b)

### **3.2 Turistické cíle**

Největším turistickým lákadlem letního Železnorudska jsou zdejší jezera. Na české straně Šumavy je celkem pět jezer, která jsou ledovcového původu a jsou jediná na území České republiky. V blízkosti Železné Rudy se nacházejí dvě jezera a to Černé a Čertovo jezero. Obě jezera patří k největším jezerům Šumavy a zároveň jsou součástí Národní přírodní rezervace Černé a Čertovo jezero, která byla vyhlášena v roce 1911. Tato jezera patří k nejvíce navštěvovaným místům turisty.

**Černé jezero** je rozlohou 18,4 ha největším ledovcovým jezerem na Šumavě a v Bavorském lese. Se svou hloubkou 39,8 m a nadmořskou výškou 1008 m patří zároveň k nejhlubšímu a nejnižší položenému jezeru. Nad jezerem je 300 m vysoká stěna Jezerní hory, jejíž vrchol 1343 m. n. m. je největším vrcholem na Železnorudsku. Černé jezero patří do povodí Severního moře. Žijí zde vzácné druhy bezobratlých a vzácné porosty. Technickou zajímavostí jezera je vodní elektrárna, která má svoji vyrovnávací nádrž hluboko v údolí Úhlavy a je s jezerem spojená 2 km dlouhým potrubím se spádem 280 m.

Pouze 3 km od Černého jezera se nachází další přírodní úkaz. Jedná se o nejvyšší 12 m vysoký šumavský **vodopád Bílá strž**, který se nachází v údolí Bílého potoka v nadmořské výšce 940 m a je součástí Národní přírodní rezervace Bílá strž. Nad vodopádem je zbudována vyhlídková terasa, která umožňuje krásný výhled na celý vodopád a proudící vodu.

Druhým největším šumavským jezerem je se svou rozlohou 10,33 ha **Čertovo jezero**. Nachází se v kotlině pod 313 m vysokou skalní stěnou Jezerní hory. Leží v nadmořské výšce 1030 m a jeho maximální hloubka je 36,7 m. Jako jediné z pěti jezer patří Čertovo jezero do povodí Černého moře. Vody Čertova jezera mají největší kyselost ze všech jezer, proto jsou zde poměrně chudá rostlinná i živočišná společenstva. (Boudová, Hubený, Štěpánek, Vilímek, 2003)

Dalším z pěti ledovcových jezer na české straně, která již nezasahují do vymezeného území je jezero Laka, Prášilské jezero a nakonec Plešné jezero.

Kromě již zmíněných přírodních zajímavostí poskytuje Železnorudsko také infrastrukturu pro cyklisty a turisty, kteří si chtějí užít nejen sport, ale i relax. Tato oblast je vhodná pro všechny úrovně cyklistů a to od těch méně zdatných až pro vrcholové cyklisty. Výhodou pro tento region je, že nabízí cyklistům stovky kilometrů značených cyklotras a dalších lesních cest bez provozu s různou obtížností.

## 4 Uměle vytvořené atraktivity na Železnorudsku

Kromě přírodních zajímavostí nabízí území Železnorudska i uměle vytvořené atraktivity. Tyto atraktivity lze rozdělit na historické a novodobé. Mezi historické patří zdejší památky a muzea, mezi novodobé naučné stezky, rozhledny, adrenalinové centrum a zimní střediska.

### 4.1 Historické atraktivity

Hlavní dominantou a nejznámější památkou města Železná Ruda je **kostel Panny Marie Pomocné z hvězdy** (viz Příloha B) postavený ve slohu vrcholového baroka. Dal jej postavit hrabě Wolf Jindřich Nothafe z Wernbergu v letech 1729 – 1732 na místě původní kaple. Mezi jeho zvláštnosti patří půdorys šesticípé hvězdy a dvě kopule s hvězdou. Uvnitř kostela se nachází mariánský oltářní obraz, pět postranních oltářů, křtitelnice ze Šumavské žuly, lustr ze Šumavského skla a náhrobní epitafní desky s erby členů rodu Hafenbrädlů. Kostel je přístupný návštěvníkům zdarma a to od června do září každé pondělí, středu a pátek vždy od 9:00. (Obůrková, 2007, ŠumavaNet.cz, 2016a)

**Kapli svatého Antonína a svaté Barbory** zvanou „Barabů“ (viz Příloha C) z let 1836 – 1839 najdeme pod železniční stanicí Železná Ruda – město. V okolí a na stěnách kapličky byla upevňována tzv. „umrlčí prkna“. Tato prkna sloužila namísto rakve k uložení zemřelých a k jejich přenesení do hrobu. (Rebstöck, 1999)

V obci Hojsova Stráž se nachází **kostel Neposkvrněného početí Panny Marie**. Tento kostel je charakteristický svým šindelovým pokrytím a štíhlou věží. Byl postaven v letech 1824 – 1826 na místě dřevěné kaple Panny Marie Růžencové. (Boudová, Hubený, Štěpánek, Vilímek, 2003)

Poslední církevní památkou je **křížová cesta s kaplí svaté Anny**. První informace o vysvěcení křížové cesty pochází z roku 1815. (Rebstöck, 1999)

Ukázky zdejší sklářské výroby najdeme v **Muzeu Šumavy**. Muzeum se nachází v původní vile sklářského rodu Abelů z roku 1877, jehož sbírka se stala základem muzea. Můžeme zde vidět výstavu skla, sklářské nářadí, nápojovou soupravu z broušeného skla zdobenou zlatem, hamernické nářadí a výrobky. Dále se zde nachází místnost, která představuje měšťanský interiér 19. století s ukázkami porcelánového a

cínového nádobí. S tímto domem je spojen i spisovatel Karel Klostermann, který zde psal svůj román Skláři. (David & Soukup, 2003)

Tab. č. 2: Muzeum Šumavy – informace pro návštěvníky

Vstupné	Základní	Snížené *	Ostatní **	Fotografování
	40 Kč	20 Kč	zdarma	20 Kč
Otevírací doba ***	Út - So 9:00 - 12:00 12:45 - 17:00			
Bezbariérový přístup ****	pouze v přízemí			

\* Děti od 3 do 15 let, studenti středních a vysokých škol, důchodci, ZTP, členové ČSOP a držitelé turistických slevových karet

\*\* Děti do 3 let, místní školy v rámci vyučování, držitelé průkazu ZTP/P, členové AMG, EURO 26, pracovníci NPU a dětský klub Čtyřlístek

\*\*\* Otevřeno celoročně kromě dubna a listopadu

\*\*\*\* Pouze v přízemí (vstupní hala, etnografická expozice a výstavní síň)

Zdroj: Muzeum Šumavy Sušice, 2016

**Další výstavy** si můžeme prohlédnout ve zdejší **zámečku**, který je nejstarší dochovanou stavbou v Železné Rudě. Zámeček byl postaven v roce 1706 a sloužil jako letní sídlo hrabat Nothaftů. V současné době je opraven a je v něm umístěna expozice historických motocyklů, loutek, hodinářská dílna a spousta pohádkových postav. Muzeum historických motocyklů obsahuje i expozice jízdních kol a několik historických automobilů. (Obůrková, 2007)

Tab. č. 3: Muzeum historických motocyklů – informace pro návštěvníky

Vstupné	Dospělí	Děti
	20 Kč	10 Kč
Otevírací doba *	květen a říjen: sobota, neděle	
	červen - září: denně 9:30 - 17:00	

\*Pro skupiny nad 12 osob mimo uvedenou dobu vstup po předchozí tel. objednávce

Zdroj: ŠumavaNet.cz, 2016a

K zajímavostem patří i **Společné česko-bavorské nádraží**. Nádražní budova a kolejiště, které bylo otevřeno v roce 1877, je ve svém středu rozděleno státní hranicí. Společné nádraží fungovalo i po vzniku Československa až do roku 1938, kdy bylo na základně Mnichovské dohody zabráno Německem. V červnu 1945 byl provoz znovuobnoven, ale po roce 1948 byla celá oblast i s nádražím veřejnosti nepřístupná. V roce 1953 byl zrušen železniční přechod Železná Ruda a česká osobní pokladna byla

zazděna. Až v roce 1991 byla znovu otevřena česká část nádraží. Dnes slouží jako společné informační středisko Správy Národního parku Šumava a Bavorský les. (Obůrková, 2007)

## 4.2 Novodobé atraktivity

### Naučné stezky

Pro pěší turisty je zde připraveno několik zajímavých stezek různých náročností a délek.

Tab. č. 4: Souhrn naučných stezek – informace pro návštěvníky

Název stezky	Popis stezky	Délka	Zastávek	Převýšení	Náročnost
<b>Sklářská stezka</b>	připomenutí výroby skla	36 km	16	850 m	středně těžká
<b>Historie obce Špičák</b>	informace o historii obce Špičák	6,8 km	16	230 m	středně těžká
<b>Tetřevní stezka</b>	informace o životě tetřeva	5,8 km	5	400 m	lehká
<b>Utajená obrana železné opony - trasa Debník</b>	přístup do hraničního a zakázaného	4,5 km	12	70 m	lehká
<b>Naučná stezka na Brčálníku</b>	náhled do přírodní rezervace	4 km	5	130 m	lehká
<b>Pohádková stezka</b>	atrakce a pohádkové bytosti pro děti	3,5 km	8	210 m	lehká
<b>Utajená obrana železné opony - trasa Belveder</b>	seznámení s poválečnými bunkry	1,9 km	8	110 m	lehká

Zdroj: vlastní zpracování, 2016; Národní park Šumava, 2008 - 2016a

### Rozhledny

Na vrcholu Špičák, který je vysoký 1202 m je umístěna **rozhledna Špičák** (viz Příloha D), která byla vybudována v roce 2014. Na rozhlednu se lze dostat pomocí čtyřsedačkové lanovky, která vozí kola i kočárky nebo náročnější cestou pěšky pro zdatné turisty. Rozhledna svou výškou 26,5 m převyšuje všechny okolní stromy a nabízí jedinečný kruhový výhled do širokého okolí a všech světových stran. Rozhledna je

přístupná od 15. 6. do 5. 9. denně od 9:00 do 18:00 a vstupné na rozhlednu je pro návštěvníky zdarma. Následující tabulka zobrazuje ceník sedačkové lanovky. (Ski areál Špičák, 2016a)

Tab. č. 5: Letní provoz sedačkové lanovky Špičák – informace pro návštěvníky

<b>Vstupné</b>		<b>Dospělí</b>	<b>Mládež, senioři *</b>	<b>Děti **</b>
	<b>nahoru</b>	100 Kč	75 Kč	45 Kč
	<b>dolů</b>	60 Kč	50 Kč	30 Kč
	<b>zpáteční</b>	125 Kč	100 Kč	55 Kč
<b>Sleva</b>	20 % skupina nad 15 osob			
	50 % držitelé průkazu ZTP			
<b>Otevírací doba</b>	30.5. - 25.10.			
	neděle - čtvrtek 9:00 - 17:00 ***			
	pátek - sobota 9:00 - 18:00 ***			
<b>Přepravujeme</b>	pěší, kola, kočárky, tělesně postižené, paraglidisty			
<b>Parkování</b>	zdarma			

\* Mládež 1996 –1998, senioři 1950 a starší

\*\* Děti 1999 – 2008

\*\*\* Lanovka jezdí ve 30-ti minutových intervalech. Poslední jízda je v pátek v 17:00, v sobotu v 18:00.

Zdroj: Ski areál Špičák, 2016a

Na vrcholu Pancíře stojí v nadmořské výšce 1214 m **rozhledna Pancíř**. 15 m vysoká rozhledna je spojena s turistickou chatou. Na Pancíř je možné vyjet lanovkou, která je dlouhá téměř 3 km. Jedná se o první sedačkovou lanovku na Šumavě, která vozí turisty již od roku 1971, patří tak k nejstarším lanovkám v České republice. (Kudy z nudy, 2016)

Tab. č. 6: Lanová dráha Pancíř – informace pro návštěvníky

	<b>Stanice</b>	<b>Základní</b>	<b>Snížené</b>
<b>Vstupné</b>	Špičák - Hofmanky	50 Kč	35 Kč
	Špičák - Hofmanky a zpět	90 Kč	55 Kč
	Špičák - Pancíř	80 Kč	65 Kč
	Špičák - Pancíř a zpět	130 Kč	100 Kč
	Hofmanky - Pancíř	45 Kč	30 Kč
	Hofmanky - Špičák	45 Kč	30 Kč
	Pancíř - Hofmanky	45 Kč	30 Kč
	Pancíř - Špičák	80 Kč	65 Kč
<b>Zavazadlo</b>	kolo, sáňky	20 Kč	
<b>Otevírací doba</b>	denně 9:00 - 16:00		

Zdroj: Ski Pancíř: Ceník, 2016



### **Adrenalinové centrum**

Bike-park Špičák nabízí návštěvníkům možnost zažít adrenalinovou jízdu na kole. Je zde na výběr možnost kombinace v jízdě freeride, downhill, horth shore a skoky. Bikepark Špičák je začleněný mezi 12 špičkových evropských bikeparků a pravidelně se zde jezdí iXS European Downhill Cup. V areálu je možnost zapůjčení veškerého vybavení, servis a prodejna. Na kopec je možnost se dostat spolu s kolem lanovkou. Další sportovní aktivity můžeme zažít při jízdě na koloběžkách, v motokárách nebo v lanovém a trampolinovém centru. (Ski areál Špičák, 2016b)

### **Zimní střediska**

V zimním období prožívá Železná Ruda hlavní turistickou sezónu. V této oblasti se nachází několik oblíbených a hojně navštěvovaných sportovních areálů. Níže zmíněné lyžařské areály poskytují pro své zákazníky obdobné služby. Jedná se o služby spojené s pravidelnou údržbou sjezdovek a jejich umělé zasněžování, servis, půjčovny sjezdových, běžeckých lyží a snowboardů, ski bary, školy pro děti i dospělé a v některých areálech probíhá i oblíbené večerní lyžování. K dispozici je 25 km sjezdových tratí, různé obtížnosti a 29 vleků. Pro běžkaře je připraveno 100 km běžeckých stop.

Jako první můžeme uvést **Ski areál Špičák**. Tento areál patří k největšímu a nejlepšímu sjezdařskému areálu u Železné Rudy. Špičák nabízí pět sjezdovek různých obtížností a dvě cvičné louky s dětským lyžařským hřištěm. Pro snowboardisty je zde vybudován i snowpark. Přepravu na vrchol Špičáku zajišťuje čtyřsedačková lanovka a celkem osm vleků. Novinkou zimní sezóny je Skitouring na Špičáku a blízkém okolí. Najdeme zde 7 skitouringových značených tras různé obtížnosti, hned pět jich vede přes areál Špičák. Pro tento sport je potřeba i kvalitní vybavení, které poskytuje půjčovna areálu Špičák. (Ski areál Špičák, 2016c)

Dalším střediskem je **lyžařský areál Nad nádražím**. Areál nabízí středně lehkou a širokou sjezdovku. Toto středisko nabízí lyžařům možnost propojení lyžařského areálu Nad nádražím s **lyžařským areálem Belveder**. To umožňuje lyžovat přes kopec na jeden skipas. Zájemci tak mohou využít 5 lyžařských vleků, 7 sjezdových tratí různé obtížnosti. (Lyžařský areál Nad nádražím, 2016)

Pět minut od centra Železné Rudy se nachází **lyžařský areál Samoty**, který disponuje sjezdovkou lehké obtížnosti. Během sezóny zde probíhá několik tradičních akcí. Můžeme jmenovat např. Hudební večery ve Ski-bike baru, Silvestr na lyžích s diskotékou na sněhu a různé soutěže pro děti. Aby lyžařský areál přilákal více návštěvníků, nabízí jízdu v pneumatikách ve sněhovém koridoru, tzv. Snowtubing. (Železná Ruda: Lyžařský areál Samoty, 2016)

Tato oblast nabízí mnoho dalších sjezdovek, proto dále můžeme jmenovat například sjezdovky U Debrníku, Pancíř, Weissova louka, Alpa louka, Slavoj a Arnika.

Železnorudsko je vhodné i pro běžkaře, jelikož se jim zde nabízí velké množství dobře upravených běžeckých stop. Proto se řadí Šumava spolu s Bavorským lesem k top regionům v tomto směru. Najdeme zde běžecké tratě s lehkou i těžkou obtížností, krátké i dlouhé tratě, s velkým i malým převýšením, své místo si zde najde každý běžkař. Novinkou je možnost zapůjčení sněžnic v centru Železné Rudy.

## **5 Nabídka ubytovacích služeb**

Tato kapitola se věnuje jedné z hlavních služeb v cestovním ruchu a to ubytovacím službám, které poskytuje Železná Ruda a její okolí svým klientům. Jelikož patří celé území k velmi oblíbenému rekreačnímu středisku, je zde i velká koncentrace nejrůznějších forem ubytovacích zařízení (UZ), která jsou tvořena hotely, penziony, chatami, apartmány, ubytováním v soukromí, turistickými ubytovnami (rekreačními středisky) a jedním kempem. Najdeme zde ubytovací zařízení hromadná, ke kterým patří hotely a penziony i UZ individuální, která jsou tvořena ubytováním v soukromí. Podle velikosti UZ se zde nachází ve většině případů zařízení malá (10 – 100 pokojů) a jedno zařízení střední (101 – 250 pokojů). Návštěvníkům je poskytováno celoroční i sezónní ubytování. Velkou výhodou všech ubytovacích zařízení je blízká vzdálenost od sjezdovek a běžeckých tratí. Z hlediska omezeného rozsahu této práce zmiňuji v této kapitole pouze některá ubytovací zařízení.

### **5.1 Ubytovací zařízení - hotel**

Na území Železnorudska se nachází několik hotelů různých kategorií v různé cenové relaci. Najdeme zde i šest hotelů, které jsou oceněné třemi hvězdami. Jedná se o hotel Enzian, hotel Ostrý, Orea Resort Horizont, Orea Hotel Špičák, hotel Karl a hotel Kollerhof. Součástí hotelu Belveder je pivovar, kde se vaří pět druhů pív, která nesou označení „Šumava originální produkt“. Kapacita jednotlivých hotelů na tomto území se pohybuje od 30 do 145 lůžek a jsou dispozičně řešeny jako jedno- až čtyřlůžkové pokoje a rodinné pokoje. Některé hotely jako např. hotel Engadin, Orea Resort Horizont\*\*\*, Orea Hotel Špičák\*\*\* a hotel Sirotek rozdělují pokoje do 2 - 4 kategorií podle vybavenosti a velikosti pokoje, od kterého se pak odvíjí cena za pokoj. Zařízením a vybavením pokoje se jednotlivé hotely dají rozdělit do kategorie poskytující nižší, střední a vyšší standard. Do nižšího standardu lze zařadit např. hotel Sirotek, hotel Čertův mlýn a hotel Engadin. Ke střednímu standardu patří např. hotel Belveder, hotel Grádl, hotel Karl\*\*\* a hotel Enzian\*\*\*. Ve zvoleném území v rozmezí 15 km najdeme i velmi moderní resorty s vyšším standardem. Jedná se o hotel Orea Resort Horizont\*\*\*, Orea Hotel Špičák\*\*\* a hotel Kollerhof\*\*\*. Většina hotelových pokojů má vlastní sociální zařízení. Zkoumané hotely poskytují pro své klienty obdobné služby. Součástí všech hotelů je restaurace. Ve většině případů mají hosté na výběr ubytování

bez stravy anebo ubytování se snídaní, s polopenzí a plnou penzí. V některých případech je do ceny za ubytování zahrnuta snídaně (hotel Sirotek, hotel Čertův mlýn, hotel Kollerhof\*\*\*) nebo plná penze (hotel Engadin). Hotely jsou připravené i na skupinové pobyty škol, firem, zájezdů, dětských táborů nebo na pořádání oslav. Komplex Orea Resort Horizont\*\*\* a Orea Hotel Špičák\*\*\* disponují širokou škálou aktivit a jsou vhodným místem pro pořádání kongresů a konferencí. Hotely nabízejí i několik doprovodných služeb jako je transfer klientů do a z hotelu, který poskytuje hotel Engadin a hotel Grádl. Pro hotelové hosty jsou zdarma k dispozici služby jako: wi-fi, stolní tenis a fotbal, dětské hřiště, víceúčelové hřiště, vybavení na sportovní hry, bazén, úschova sportovního náčiní a parkování. Za poplatek je možnost využít saunu a různé masérské procedury a zábaly. (ŠumavaNet.cz, 2016b)

Následující tabulka zobrazuje cenové srovnání nabídky jednotlivých hotelů. Jedná se o cenu za jednolůžkový pokoj pro jednu dospělou osobu na noc. Tabulka zobrazuje ceny v hlavní (zimní sezóně) a mimo sezónu. Některé hotely mají v ceně za ubytování zahrnutou snídaní nebo plnou penzi. V případě, že jsou pokoje rozděleny do kategorií, je v tomto srovnání zobrazena vždy nižší cena za pokoj.

Tab. č. 7: Srovnání cenové nabídky za ubytování v hotelu

Název hotelu	Hlavní sezóna	Mimo sezóna
	Jednolůžkový pokoj	Jednolůžkový pokoj
<b>Grádl</b>	380 Kč	380 Kč
<b>Belvédér</b>	420 Kč	420 Kč
<b>Sirotek</b>	SS* 500 Kč	SS* 450 Kč
<b>Čertův mlýn</b>	520 Kč	490 Kč
<b>Engadin</b>	PP* 530 Kč	PP* 380 Kč
<b>Enzian***</b>	750 Kč	600 Kč
<b>Karl***</b>	880 Kč	640 Kč
<b>Kollerhof***</b>	SS* 940 Kč	SS* 890Kč

\*PP – plná penze, SS – se snídaní

Zdroj: ŠumavaNet.cz, 2016b

Bližší informace o nejčastěji zmiňovaných ubytovacích zařízeních typu hotel, která mohou být turisticky zajímavá, jsou k nalezení v Příloze E.

Mezi další hotely můžeme zařadit: hotel Kolibřík, hotel Bohemia, hotel Stella, hotel Slavie, hotel Malá Paříž, hotel na Stráži, hotel Ostrý a hotel U Larvů. (ŠumavaNet.cz, 2016b)

## **5.2 Ubytovací zařízení – penzion**

Velká koncentrace tohoto typu ubytování se nachází na celém území Železnorudska. Jako jediný penzion oceněný hvězdami je penzion Böhmerwald\*\*\*\*. Penzionu Vyhlídka patří certifikát „Šumava originální produkt“. Celková kapacita penzionů se pohybuje od 4 do 65 lůžek, které jsou řešeny jako jedno- až čtyřlůžkové pokoje, rodinné pokoje nebo apartmá. Do nižšího standardu vybavení můžeme zařadit např. penzion Diana, penzion St. Moritz, penzion Černý dvůr a penzion Svobodová. Z výzkumu lze říci, že většina penzionů je vybavena zařízením středního standardu. Můžeme jmenovat např. penzion Bobešova bouda, M – Penzion Jezerka, penzion Rychta, Penzion 103, Sport penzion a penzion U Rendlů. Již zmíněný penzion Böhmerwald\*\*\*\* spolu s penzionem BaseCamp lze zařadit do skupiny vyššího standardu. Většina pokojů má vlastní sociální zařízení, ale najdeme zde i pokoje, které mají tato zařízení společná pro celý objekt (Penzion 103, penzion Družba). Součástí většiny UZ je společná kuchyň s jídelnou, popřípadě i kuchyňka na pokoji, kterou najdeme např. v Penzionu 103 a penzionu Záva. Penziony Jezerka a Böhmerwald\*\*\*\* nabízí i možnost stravování formou snídaně, polopenze nebo plné penze. Opět lze říci, že všechny penziony poskytují obdobné služby, aby zajistily klientům nejvyšší komfort. Mezi obvyklé služby poskytované zdarma patří: wi-fi, parkování, společenská místnost, úschova náčiní a venkovní posezení s ohništěm. Penzion Rychta má k dispozici i malé promítací plátno. (ŠumavaNet.cz, 2016b)

Tabulka č. 8 ukazuje cenové srovnání nabídky ubytovacích služeb vybraných penzionů. Jedná se vždy o cenu za jednolůžkový pokoj pro jednu dospělou osobu na noc. Tabulka je rozdělena na hlavní sezónu a mimo sezónu.

Tab. č. 8: Srovnání cenové nabídky za ubytování v penzionu

Název penzionu	Hlavní sezóna		Mimo sezóna	
	Jednolůžkový pokoj		Jednolůžkový pokoj	
<b>Böhmerwald****</b>	899 Kč		800 Kč	
<b>Aura</b>	SS*	500 Kč	BS*	300 Kč
<b>Alfa</b>	470 Kč		430 Kč	
<b>M - Penzion Jezerka</b>	400 Kč		300 Kč	
<b>Penzion 103</b>	400 Kč		260 Kč	
<b>Špičák</b>	380 Kč		330 Kč	
<b>Rychta</b>	330 Kč		330 Kč	
<b>Eliška</b>	320 Kč		250 Kč	
<b>Družba</b>	300 Kč		300 Kč	
<b>Dardov</b>	250 Kč		250 Kč	

\*BS – bez snídaně, SS – se snídaní

Zdroj: ŠumavaNet.cz, 2016b

Podrobné informace o ubytovacím zařízení typu penzion jsou k nalezení v Příloze F.

Dále můžeme jmenovat penziony jako např.: penzion Alfa, penzion Villa Vydra, penzion Habr, penzion Sluneční Dvůr, penzion Aura, penzion Dardov, penzion Havelka, penzion Eliška, penzion Blanka, penzion u Zlomené lyže, penzion Černý dvůr a penzion Špičák. (ŠumavaNet.cz, 2016b)

### 5.3 Ubytovací zařízení – chata

Celková kapacita chat se pohybuje od 12 do 41 lůžek, které jsou dispozičně řešeny jako dvou- až pětilůžkové pokoje nebo apartmány s dvou- až pěti lůžky. Součástí chat je společná kuchyně s jídelnou a společenská místnost. Ze šetření v ubytovacích službách bylo zjištěno, že většina chat patří vybavením nábytku do skupiny nižšího až středního standardu. Nižší standard se objevuje např. v chatě Šumava a horské chatě Hamry. Střední standard pak např. v chatě Marie a Zoofarmě Brčálník. Najdeme zde ale i vyšší standard, který je vidět v chatě Rebel. Společné sociální zařízení se nachází ve většině chat s pokoji, v případě chat s apartmány má každý apartmán sociální zařízení vlastní. Součástí chat Špičák a chaty Hamry je i restaurace, kde mají hosté možnost se stravovat. I v tomto typu UZ se nachází nabídka ostatních služeb. Můžeme jmenovat např. parkování, venkovní posezení s ohništěm a úschovna sportovního náčiní. (ŠumavaNet.cz, 2016b)

Následující tabulka srovnává cenové nabídky zkoumaných chat. Ceny jsou počítány na jednu dospělou osobu za noc a u chaty Marie a chaty Šumavy i za pronájem celé chaty. Opět jsou ceny zobrazeny v hlavní sezóně a mimo sezónu.

Tab. č. 9: Srovnání cenové nabídky za ubytování v chatě

Název chaty	Cena za osobu na noc		Cena za celou chatu	
	hlavní sezóna	mimo sezóna	hlavní sezóna	mimo sezóna
<b>Marie</b>	500 Kč	500 Kč	4 500 Kč	4 500 Kč
<b>Hamry</b>	350 Kč	350 Kč	-	-
<b>Rebel</b>	345 Kč	290 Kč	-	-
<b>Zoofarma Brčálník</b>	280 Kč	280 Kč	-	-
<b>Šumava</b>	250 Kč	200 Kč	5 500 Kč	5 000 Kč

Zdroj: ŠumavaNet.cz, 2016b

Bližší informace o ubytovacím zařízení typu chata, jsou k nalezení v Příloze G.

Mezi další chaty můžeme zařadit např.: Chalupa na Staré pile, chata Pod Svahem, chata Slavoj, chata Rudolfova a chata Kamzík – Špičák. (ŠumavaNet.cz, 2016b)

#### 5.4 Ubytovací zařízení – apartmán, ubytování v soukromí

Mimo ubytování v penzionech a hotelech najdeme v Železně Rudě také ubytování v soukromí a v apartmánech. Tyto dva typy UZ jsou si velmi podobné a poskytují stejné služby. Ubytování U Beranů nese označení „Šumava originální produkt“. Ve většině případů se jedná o dvoulůžkové pokoje nebo apartmány s vlastním sociálním zařízením. Apartmány a ubytování v soukromí lze zařadit do kategorie nižšího až středního standardu. Součástí některých pokojů je kuchyň vybavená pro základní vaření. Celková kapacita jednoho apartmánu se pohybuje od 2 do 6 lůžek. Apartmány jsou tvořeny 1 – 2 pokoji, předsíní, sociálním zařízením a plně vybavenou kuchyní. Opět je zde pro hosty k dispozici wi-fi, parkování, venkovní posezení s grilem a úschova sportovního vybavení. (Apartmány a ubytování v soukromí Železná Ruda, 2016; ŠumavaNet.cz, 2016b)

Následující tabulka zobrazuje cenové srovnání nabídky ubytování v soukromí a apartmánu. Uvedené ceny jsou za jednu dospělou osobu na noc v apartmánu. Opět jsou zde pro srovnání zobrazeny ceny v hlavní sezóně a mimo sezónu.

Tab. č. 10: Srovnání cenové nabídky za ubytování v apartmánu a v soukromí

Název	Hlavní sezóna	Mimo sezóna
<b>Apartmenty Fischer</b>	500 Kč	330 Kč
<b>Apartmenty u Šlechtů</b>	450 Kč	400 Kč
<b>Apartmenty Domino</b>	400 Kč	350 Kč
<b>Ubytování u Sýkorů</b>	260 Kč	250 Kč
<b>Ubytování u Hrstků</b>	350 Kč	300 Kč

Zdroj: Apartmány a ubytování v soukromí Železná Ruda, 2016; ŠumavaNet.cz, 2016b  
 Dále můžeme jmenovat např.: apartmán Sruby, apartmány Brevant, apartmán K Samotám, ubytování Babůrkovna a ubytování König-in. (Apartmány a ubytování v soukromí Železná Ruda, 2016; ŠumavaNet.cz, 2016b)

### 5.5 Ubytovací zařízení – turistická ubytovna, rekreační středisko, kemp

Nachází se zde dvě turistické ubytovny (Alpalouka, Zámeček), tři rekreační střediska (U Krále Šumavy, Tomášův Dvůr, Samoty) a jeden kemp. Zařízení typu ubytovna a střediska jsou si vybavením velmi podobná. Celková kapacita se pohybuje v rozmezí od 20 do 60 lůžek s dispozičním řešením jedno- až šestilůžkové pokoje. Ubytovny a střediska lze svým vybavením zařadit převážně do kategorie nižšího standardu. Součástí těchto objektů je společná kuchyň s jídelnou, společenská místnost a společné sociální zařízení. Cena za ubytování pro dospělé osobu na noc se pohybuje v hlavní sezóně od 210 Kč do 260 Kč, a mimo sezónu od 210 Kč do 230 Kč. Autocamp Železná Ruda nabízí k dispozici 9 čtyřlůžkových chatek, možnost pro stanování a stání karavanu. Součástí areálu je menší restaurace s rychlým občerstvením, společné sociální zařízení, víceúčelové hřiště, dětské hřiště, ohniště a parkoviště. Ceny za ubytování jsou následovné: dospělá osoba 60 Kč, dítě do 6 let zdarma, stan 70 Kč, osobní automobil 80 Kč, obytný automobil 150 Kč, chatka pro 4 osoby 800 Kč. Veškeré ceny jsou uvedeny za jeden den. (Autocamp Železná Ruda: Ubytování, 2016; Rekreační středisko Železná Ruda, 2016; ŠumavaNet.cz, 2016b; ŠumavaNet.cz, 2016i)

Z výzkumu o ubytovacích službách bylo zjištěno, že většina ze zmíněných zařízení nemá jednotné ceny po celý rok. Pevně se ceny dělí na hlavní sezónu (leden – březen) a mimo sezónu (duben – květen, září – prosinec). Cena za ubytování v hlavní



sezóně je u většiny UZ vyšší zhruba o 20 – 35%. Pokud je host ubytován pouze na jednu noc, je k ceně za pobyt zahrnut příplatek za poskytnutí ubytování pouze na jednu noc, který se u jednotlivých objektů liší. Jedná se o navýšení ceny od 30 Kč (penzion Havelka) do 150 Kč (hotel Čertův mlýn). Dalším příplatkem k ceně za ubytování je ubytování jedné osoby např. v dvoulůžkovém pokoji. Zde se příplatky pohybují od 50 Kč za den (hotel Engadin) do 700 Kč za den (penzion Aura). Je důležité také poznamenat, že většina ubytovacích zařízení poskytuje dětem do 3 let ubytování zdarma a také většina zařízení zahrnuje do ceny za pobyt poplatek Městskému úřadu Železná Ruda, který činí 17 Kč za osobu. U objektů, které umožňují přístup domácím mazlíčkům je placen poplatek za jejich pobyt.

## 6 Nabídka stravovacích služeb

Tato kapitola představuje vybrané stravovací služby na území Železnorudska, které mohou být pro účastníky cestovního ruchu zajímavé. Stravovací služby patří opět mezi hlavní služby cestovního ruchu. Součástí všech zmíněných hotelů a některých penzionů je i restaurační část, proto nejsou v této kapitole jmenovány. Celkem jsou stravovací služby těchto UZ nabízeny pro kapacitu od 48 do 160 míst. Železnorudsko nabízí mimo těchto restaurací i samostatné restaurace, jídelny, bufety, kiosky, pizzerie, cukrárny - kavárny a bary.

### 6.1 Zařízení s funkcí stravovací

V této kategorii budou zmíněny restaurace a jídelny. Restaurace nabízí teplé a studené pokrmy, alkoholické a nealkoholické nápoje. Z výzkumu ve stravovacích službách můžeme říci, že celková kapacita samostatných restaurací se pohybuje od 30 do 140 míst. I stravovací zařízení lze rozdělit podle vybavení do kategorie nižšího standardu (Café restaurant Laka) a středního standardu (restaurace Na nádraží). Z hlediska cenové struktury, patří většina restaurací do střední kategorie, ale nachází se zde i kategorie nízkých cen (Café restaurant Laka). Mezi nekuřácké restaurace patří např. restaurace Na Prokopu, restaurace U císaře Rudolfa II. a restaurace Na nádraží. Další služby, které poskytují restaurace pro své hosty je wi-fi, parkoviště, zahrádka a dětský koutek. Většina restaurací nabízí také možnost pořádání společenských akcí, oslav a firemních akcí. Otevírací doba jednotlivých zařízení se liší a je znázorněna v tabulce č. 11.

Jedinou jídelnou na tomto území je Česká jídelna, která nabízí klasická česká jídla za nízké ceny. Provozní doba tohoto stravovacího zařízení je od pondělí do soboty od 10:00 do 16:00 a v neděli od 10:00 do 14:00. (ŠumavaNet.cz, 2016c)

Tab. č. 11: Otevírací doba zařízení s funkcí stravovací

Název restaurace	Otevírací doba	
<b>Na nádraží</b>	PO - NE	10:00 - 22:00
<b>Na Prokopu</b>	ÚT - NE	11:00 - 21:00
<b>U císaře Rudolfa II.</b>	PO - NE	10:00 - 20:30
<b>Laka</b>	PO - NE	11:00 - 22:00

Zdroj: ŠumavaNet.cz, 2016c

Mezi další restaurace můžeme zařadit: restaurace Elizabeth, restaurace Pod Smrkem, restaurace Šumava. (ŠumavaNet.cz, 2016c)

## **6.2 Zařízení s funkcí doplňkového stravovací**

Do této kategorie řadíme bufety, bistra, fast-foody a kiosky. Sortiment uzenářských výrobků, kterým patří označení „Šumava originální produkt“ najdeme ve firmě Řeznictví a uzenářství Šnebergr, která má otevírací dobu od pondělí do pátku od 8:00 do 17:00 a v sobotu od 8:00 do 12:00. Dále se zde nachází Bufet s nabídkou českých jídel, který je zákazníkům k dispozici každý den od 10:00 do 16:00. Další stravovací zařízení spadající do této kategorie je Alanya kebab, který nabízí pro zkvalitnění služeb zákazníkům rozvoz jídla za poplatek 49 Kč. Otevírací doba je každý den od 11:00 do 20:00. Kiosek U Sekyrek a kiosek Nad nádražím je stravovací zařízení s nabídkou rychlých pokrmů, párků v rohlíku, hamburgerů, smažených sýrů, horkých nápojů, alkoholických i nealkoholických nápojů. (ŠumavaNet.cz, 2016c)

## **6.3 Zařízení s funkcí společenskozábavní**

Funkci společenskozábavní zastupují v této oblasti pizzerie, cukrárny - kavárny a bary. Pizzerie jsou zařízením a provozní dobou velmi shodné s restauračními zařízeními. Můžeme tedy jen jmenovat např. Zámeckou pizzerii, pizzerii Giuseppe a Café bar & pizza. (ŠumavaNet.cz, 2016c)

V Železné Rudě se nachází tři cukrárny - kavárny Café Charlotte, Sněhurka a Pohádková cukrárna, které nabízí svým hostům dorty, zákusky, zmrzliny, poháry a různé druhy čajů a káv. Jmenované cukrárny vyrábí vlastní cukrářské výrobky a součástí všech zařízení jsou venkovní zahrádky. Café Charlotte patří mezi vyhlášené cukrárny oceněné několika certifikáty. Ceny jednotlivých produktů jsou o něco vyšší. Certifikát „Šumava originální produkt“ nesou výrobky: Charlottka tvarohová s ovocem, Jahodový Napoleon, Dort s pistáciemi a malinami a Čokoládový dort s jahodami. Otevírací doba je v pondělí, úterý, středu, čtvrtek a v neděli od 10:00 do 22:00, v pátek od 10:00 do 23:00 a v sobotu od 9:30 do 23:00. Cukrárna Sněhurka je pro návštěvníky otevřená každý den od 9:00 do 22:00. Pohádková cukrárna má otevřeno také každý den,

ale od 10:00 do 20:00. Součástí posledních dvou cukráren je dětský koutek. (ŠumavaNet.cz, 2016c)

Jako posledním stravovacím zařízením jsou bary. I zde se nachází poměrně velká koncentrace těchto služeb. Calcio bar patří mezi největší bar s nízkými cenami v Železné Rudě, který společně s Bowling Turner tvoří zábavní centrum. Uvnitř podniku se nachází 50 míst, bowling, kulečnick, air hockey a výherní automaty. Provozní doba tohoto baru je nonstop. Nonstop provoz má i nekuřácký bar Ve dvojkách. Hudební klub Bar Big Apple je otevřený každý den od 19:00 do 05:00. Turnaje v malé kopané pořádá Sportbar, který má k dispozici i malé kasino. Otevírací doba Sporbaru je každý den od 08:00 do 02:00. Jako poslední můžeme jmenovat Music bar Inet, který je otevřený od úterý do soboty od 17:00 do 01:00 a v neděli od 17:00 do 23:00. Součástí většiny barů jsou i doplňkové aktivity, které slouží k zabavení zákazníků. Jedná se o fotbálek, šipky, promítací plátno a jukebox. (ŠumavaNet.cz, 2016c)

## 7 Nabídka kulturních a sportovních akcí na Železnorudsku

Železná Ruda se snaží vytvářet dobré podmínky v oblasti kulturního a sportovního vyžití a možnosti trávení volného času obyvatel města a návštěvníků. Program „Železnorudsko Vás baví!“ poskytuje souhrnný přehled akcí, které se konají v blízkém okolí. Přehledně zobrazuje datum, místo konání, název akce a její stručný popis. K dispozici je v každém výtisku Železnorudského zpravodaje, který je zdarma dostupný v informačním centru Železná Ruda nebo na internetových stránkách města.

### 7.1 Kulturní vyžití

Jelikož Železná Ruda nemá kulturní dům, pro pořádání kulturních a společenských akcí využívá město prostory Základní a Mateřské školy Karla Klostermanna, kde jsou k dispozici dvě školní tělocvičny. Také Městská knihovna Železná Ruda pořádá ve svých prostorách několik akcí do roka. Ve většině případů se knihovna snaží o získání potenciálních a udržení stávajících čtenářů zajímavou tematikou.

Tradiční kulturní akcí konanou vždy první srpnový víkend jsou **Železnorudské slavnosti**, které patří k největším událostem za celý rok. Program akce se snaží organizátoři každý rok obměnit a přiblížit k nějaké významné události. Po celý víkend jsou k dispozici pro návštěvníky pouťové atrakce, občerstvení, jarmark a spousta doprovodných akcí. Můžeme zmínit např.: živou hudbu, vystoupení dětských souborů a folklorního souboru v krojích z Bavorské Rudy. Dalším bodem na programu každoročně bývají ukázky zásahů hasičů a horské služby. Svůj druh zábavy si zde najde každý segment návštěvníků. Celá akce probíhá zdarma. (ŠumavaNet.cz, 2016d)

Další velmi populární akcí jsou **Rysí slavnosti**, které jsou zaměřené především na historii železnice. Slavnosti se konají pravidelně vždy na začátku měsíce července. K programu akce patří každoročně jízda historických vozidel, projížďky kočárem taženým koňmi a ukázka drezín. Zájemci se mohou svézt parní lokomotivou na trase Alžbětín – Špičák. Mezi doprovodné akce patří živá hudba, občerstvení a vystoupení dětských souborů. Důvodem, proč se slavnosti jmenují Rysí, je odvození od zvířete, který symbolizuje Železnou Rudu a tím je právě rys. Vstupné na akci je opět zdarma. (ŠumavaNet.cz, 2016d)

Mezi další pravidelné kulturní akce můžeme zařadit např.: Šumavské hody, Pohádkové pivo, Rozsvícení vánočního stromku a Rybářský bál. (ŠumavaNet.cz, 2016d)

## **7.2 Sportovní vyžití**

Celé území Železnorudska je více zaměřené na pořádání sportovních aktivit. V zimním období prožívá celá oblast hlavní sezónu, proto se zde nachází větší koncentrace zimních akcí. Celkově mají turisté na výběr z množství nabídek sportovních soutěží a závodů.

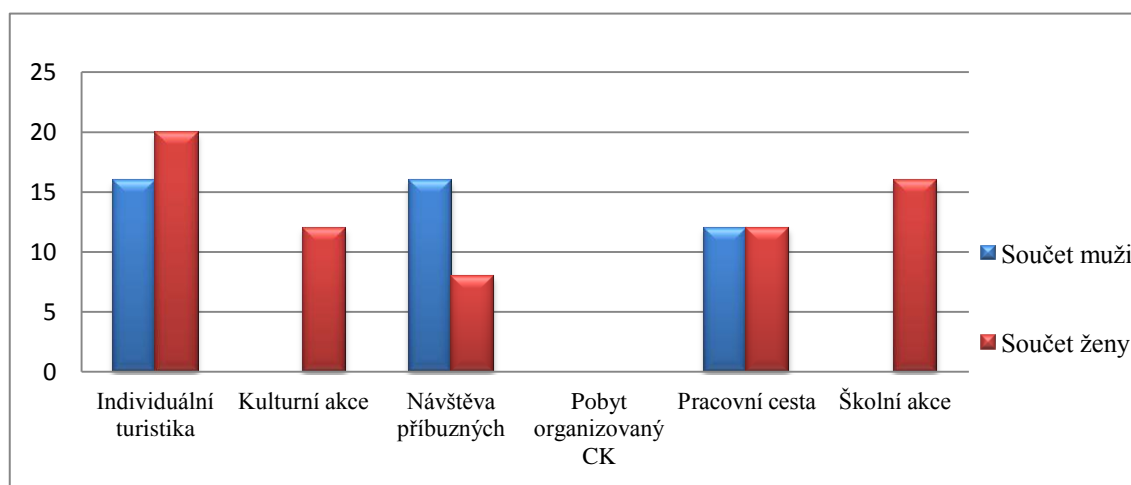
Areálem pro zimní sporty jsou zdejší lyžařská střediska, která jsou zmíněna v kapitole 4.2. Velká pozornost je věnována dětem a jejich sportování, proto jsou zde pořádány akce a soutěže, určené právě tomuto segmentu. Mezi letošní dětské sportovní akce můžeme zařadit např.: Světlušky, Šumavský pohárek, Špičácký pětiboj a Eskymácká olympiáda. Velké množství závodů je určené i pro dospělé. Mezi letošní pořádané závody patří: Pancíř night verticalrace, 15 km Šumavou, Tradiční přechod Královského hvozdu, Zlatá lyže Šumavy a Belvederský sprint 2016. (ŠumavaNet.cz, 2016d)

## 8 Analýza spokojenosti návštěvníků Železnorudska

Prováděná anketa (viz Příloha H) o nabízených službách na Železnorudsku měla za cíl zjistit, jak jsou návštěvníci Železnorudska spokojeni s kvalitou poskytovaných služeb na tomto území. Průzkum byl prováděn v únoru, kdy probíhá na Železnorudsku hlavní zimní sezóna. Anketa byla rozdána převážně v ubytovacích zařízeních typu hotel a penzion, ve dvou případech, bylo cílem výzkumu stravovací zařízení s funkcí společenskozábavní, tedy v cukrárnách. Celkem bylo osloveno 180 respondentů, přičemž na konci měsíce února bylo nasbíráno 112 vzorků, které jsou součástí analýzy. Anketa se skládá z osmi otázek, které tvoří otevřené a uzavřené otázky i otázky s možností více odpovědí.

Úvodní otázka sloužila k rozdělení respondentů na ženy a muže a zjištění věku dotazovaných. Ankety se zúčastnilo 68 % žen a 44 % mužů. Respondenti byli rozděleni do tří skupin, kdy první věkovou skupinu od 15 do 30 let tvořilo 39 % dotazovaných. 43 % respondentů tvořilo druhou věkovou skupinu od 31 do 46 let. Poslední třetí věkovou skupinu od 47 do 62 let tvořilo 18 % dotazovaných.

Obr. č. 3: Účel návštěvy Železnorudska

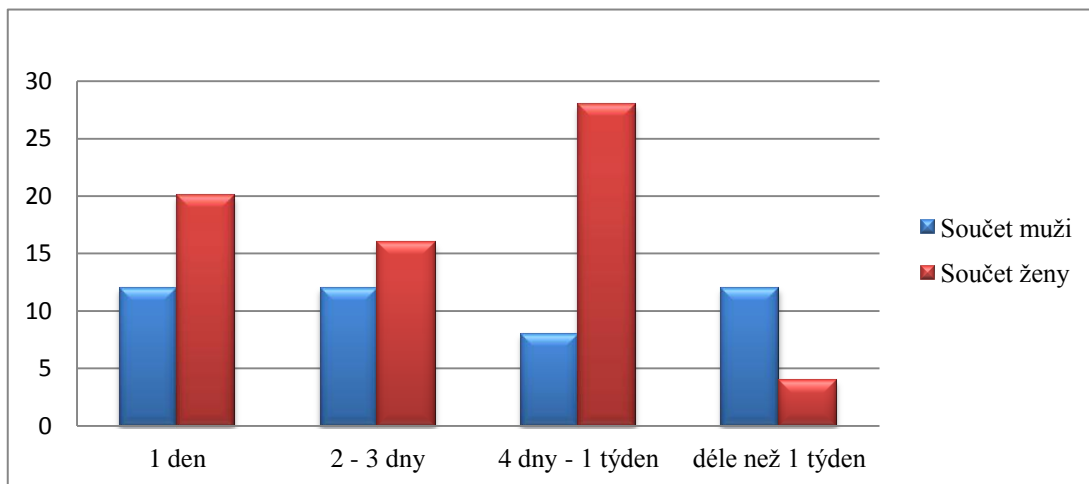


Zdroj: vlastní výzkum, Plzeň, 2016

První otázka měla za cíl zjistit, za jakým účelem dotazovaní Železnorudsko navštívili. Nejčastější odpovědí u žen byla individuální turistika 29 %, školní akce 23 % a se stejným počtem 18 % pracovní cesta a kulturní akce. Nejméně žen 12 % jezdí na Železnorudsko za návštěvou příbuzných. U mužů patřily mezi nejčastější odpovědi

návštěva příbuzných 37 %, individuální turistika 36 % a pracovní cesta 27 %. V obou případech se návštěvy nezúčastnil nikdo prostřednictvím cestovní kanceláře.

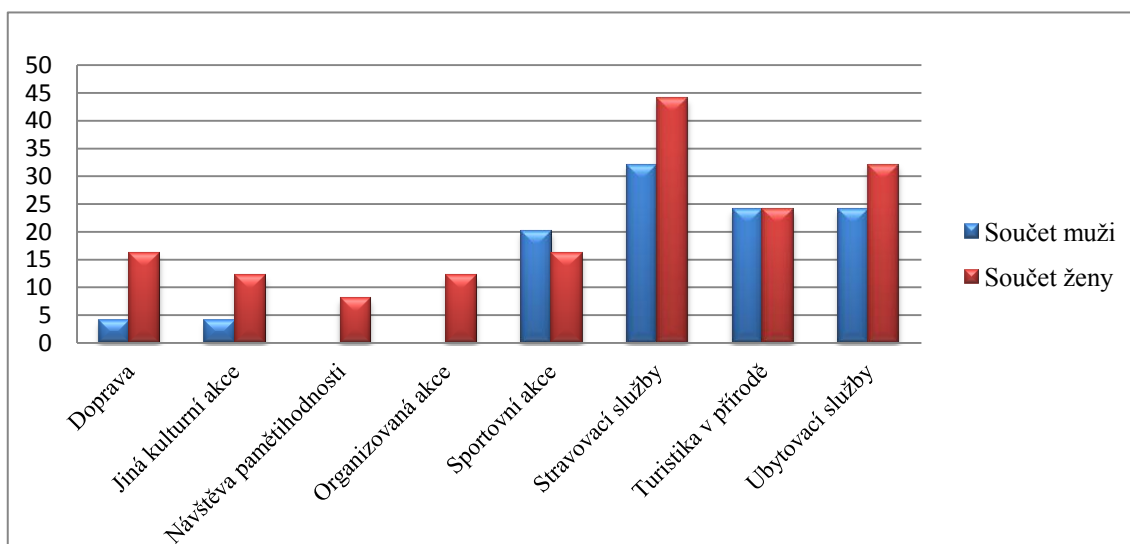
Obr. č. 4: Délka návštěvy Železnorudska



Zdroj: vlastní výzkum, Plzeň, 2016

Druhá otázka se týkala délky pobytu návštěvníků na Železnorudsku. 41 % žen se účastnilo pobytu na 4 dny – 1 týden, 29 % pouze na 1 den, 24 % na 2 – 3 dny a pouze 6 % získal pobyt na déle než 1 týden. 28 % mužů se účastnilo pobytu na 1 den, 27 % na 2 – 3 dny a déle než 1 týden, nejméně získal pobyt na 4 dny – 1 týden a to 18 %.

Obr. č. 5: Využívané služby při pobytu návštěvníků na Železnorudsku



Zdroj: vlastní výzkum, Plzeň, 2016

Třetí otázka byla na téma, jaké služby návštěvníci při pobytu využili. V této otázce mohli respondenti zatrhnout více odpovědí. Nejčastěji respondenti při pobytu využívali



stravovací služby, ženy 27 % a muži 29 %. Dále pak ubytovací služby, ženy 19 % a muži 21 %. Poté turistika v přírodě, ženy 15 % a muži 21 %. Ženy dále využívaly dopravu a sportovní akce 10 %. Nejméně pak navštěvovaly pamětihodnosti 5 % a účastnily se organizovaných akcí nebo jiných kulturních akcí 7 %. Muži dále využívali sportovní akce 18 %, jiné kulturní akce a návštěvu pamětihodnosti 4 % a nejméně pak dopravu 3 %.

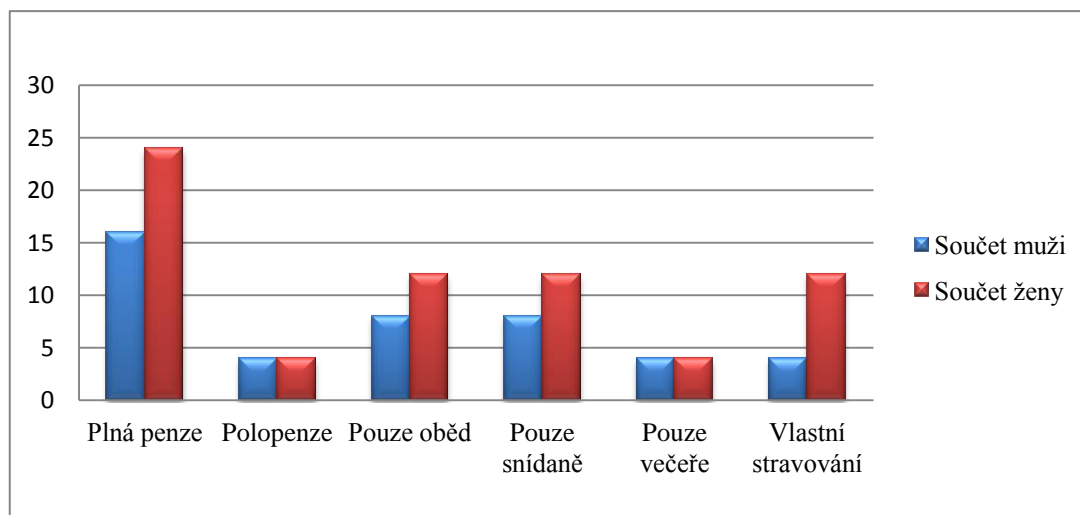
Tab. č. 12: Hodnocení kvality ubytovacích služeb

	1 - výborně	2 - chvalitebně	3 - dobře	4 - dostačující	5 - nedostačující
<b>Ženy</b>	24	16	16	4	8
<b>Muži</b>	12	8	16	4	4

Zdroj: vlastní výzkum, Plzeň, 2016

Čtvrtá otázka se týkala hodnocení kvality ubytovacích služeb. 35 % žen hodnotí kvalitu ubytovacích služeb výborně, 23 % chvalitebně, 24 % dobře, 6 % dostačující a 12 % nedostačující. Muži hodnotí kvalitu těchto služeb 27 % výborně, 18 % chvalitebně, 37 % dobře, 9 % dostačující a 9 % nedostačující.

Obr. č. 7: Využívaný typ stravovací služby



Zdroj: vlastní výzkum, Plzeň, 2016

Pátá otázka měla za cíl zjistit, jaký typ stravovací služby dotazovaní využili. Nejvíce dotazovaných se stravovalo formou plné penze, ženy 35 % a muži 37 %. Dále následoval pouze oběd u žen i mužů 18 %. Ženy dále volily vlastní stravování 18 %, pouze snídaně 17 % a nejméně forma polopenze a pouze večeře 6 %. Muži dále volili pouze snídani 18 % a shodně 9 % polopenze, pouze večeře a vlastní stravování.

Tab. č. 13: Hodnocení kvality stravovacích služeb

	<b>1 - výborně</b>	<b>2 - chvalitebně</b>	<b>3 - dobře</b>	<b>4 - dostačující</b>	<b>5 - nedostačující</b>
<b>Ženy</b>	36	20	8	0	4
<b>Muži</b>	8	24	8	0	4

Zdroj: vlastní výzkum, Plzeň, 2016

Šestá otázka se týkala hodnocení kvality stravovacích služeb. Ženy hodnotily kvalitu stravovacích služeb 53 % výborně, 29 % chvalitebně, 12 % dobře, 0 % dostačující a 6 % nedostačující. Muži pak na tuto otázku odpovídali 18 % výborně, 55 % chvalitebně, 18 % dobře, 0 % dostačující a 9 % nedostačující.

Předposlední otázka měla zjistit, zda respondenti plánují další návštěvu Železnorudska. Pokud ano, z jakého důvodu a v jakém měsíci. Z výsledků lze říci, že opětovnou návštěvu plánuje více mužů (73 %) než žen (71 %). U odpovědí žen a mužů byl nejčastější důvod další návštěvy Železnorudska turistika, sport, rekreace, návštěva příbuzných, školní akce, pracovní cesty nebo výstavy. Z výzkumu odpovědí respondentů na měsíc další návštěvy lze říci, že 70 % žen i mužů navštíví oblast na jaře a v létě a zbylých 30 % dotazovaných na podzim a v zimě.

Poslední osmá otázka ankety měla za cíl zjistit, co návštěvníkům Železnorudska chybělo v nabídce služeb. V anketě uvedlo 40 % žen a 45 % mužů, že jim nejvíce chybí v nabídce služeb krytý plavecký bazén. Další služba, která zde chybí 13 % žen je relax centrum. 19 % mužů uvedlo, že v této oblasti chybí fitness centrum. Další často zmiňovanou chybějící službou u 16 % žen a 36 % mužů bylo větší kulturní vyžití, které by si dotazovaní představovali vybudováním kina nebo divadla. 28 % žen v dotazníku na tuto otázku uvedlo, že jim chybí dětské hřiště nebo prostory, kam by mohli chodit rodiny s dětmi. Pouze 3 % žen by si přála lepší sjezdovky pro malé děti.

## 9 Návrhy na zlepšení spokojenosti návštěvníků

Návrhy na zlepšení spokojenosti návštěvníků vycházejí z reakcí respondentů, kteří odpovídali na anketní otázku „Co Vám při návštěvě Železnorudska chybělo v nabídce služeb.“ Na tuto otázku odpověděla jen část respondentů (68 % žen a 44 % mužů).

Největší nedostatky ve službách se podle 40 % žen a 45 % mužů týkají absence bazénu. S tím souvisí i další služby jako relax centrum, které chybí 13 % žen a fitness centrum, které chybí 19 % mužů. Třetí nejčastější odpovědí na tuto anketní otázku byla malá možnost kulturního vyžití, na které se shodlo 16 % žen a 36 % mužů.

Z ankety vyplynulo, že by si nejvíce návštěvníci přáli krytý bazén pro veřejnost. Některé hotely nabízejí možnost koupání pro hotelové hosty i pro veřejnost, takže možnost koupání v krytém bazénu tady pro návštěvníky existuje. Do února roku 2016 existoval v Bavorské Rudě (Bayerisch Eisenstein) krytý plavecký bazén, který byl již několik let zavřený. Jelikož neměl takové zisky, aby se mohl na trhu udržet, došlo k jeho demolici. Po zvážení těchto faktů si myslím, že je vybudování krytého bazénu velmi finančně a časově náročné. Z tohoto hlediska si myslím, že by bylo účinnější vybudovat venkovní koupaliště. Po šetření bylo zjištěno, že zde existuje koupaliště zvané Kačák, ale už název vypovídá, že jeho kvalita a úroveň není pro návštěvníky přitažlivá. Jeho revitalizace, tedy opravení by mohlo tento problém vyřešit. Území Železnorudska je pro návštěvníky atraktivní díky zdejší přírodě, proto bych navrhovala zachovat tento ráz a vybudovat přírodního koupaliště, které by svojí strukturou zapadalo do tohoto konceptu. Tato koupaliště jsou v současné době i velmi oblíbená.

Nedostatky ve formě chybějícího relax centra, fitness centra a kulturního vyžití by se daly vyřešit vybudováním kulturně-sportovního centra. Toto centrum by se mohlo zřídit v některém ze zavřených hotelů v centru města Železná Ruda. Vybudováním menších prostorů pro relax centrum a fitness centrum a sálem pro konání kulturních akcí by se tento nedostatek, který shledávají návštěvníci Železnorudska, vyřešil. Jelikož město nedisponuje žádným kulturním domem, získalo by tímto centrem i vlastní prostory pro konání různých akcí a nemuselo by využívat prostory místní základní školy. Město Železná Ruda se snaží pro své návštěvníky i obyvatele vytvářet zajímavé akce, které by přilákaly jejich pozornost. Pro zvýšení počtu kulturních akcí a zlepšení spokojenosti návštěvníků i obyvatel by mohlo pomoci např. založení ochotnického divadla, které v mnoha městech i obcích velmi dobře funguje a je finančně nenáročné. Ke zřízení

kulturně-sportovního centra by stačila rekonstrukce vybraného objektu, která by nebyla pro rozpočet města tak náročná. Toto centrum by jistě přispělo k celkové atraktivitě území a spokojenosti návštěvníků a obyvatel. Dále by přispělo i k celkovému vzhledu centra města, jelikož zavřené hotely jen chátrají a nevypadají vzhledově atraktivně, což může nepříznivě působit na návštěvníky.

V obou zmíněných případech se jedná o rekonstrukci stávajících objektů, která by nemusela být pro finanční rozpočet města Železná Ruda tak náročná jako vybudování nových areálů, kde by byly náklady několikrát vyšší. Oba návrhy jistě pomohou ke zlepšení spokojenosti jak návštěvníků, tak obyvatel a k celkové atraktivitě regionu.

## **Závěr**

Cílem práce byla analýza nabídky ubytovacích, stravovacích a dalších služeb cestovního ruchu na Železnorudsku. Dále vyhodnocení ankety, která se týkala nabízených služeb na Železnorudsku, a která měla za cíl zjistit, jaké služby návštěvníci při pobytu nejvíce využívají, jak jsou spokojeni s jejich kvalitou a jaké služby jim chybí v nabídce služeb. Na základě výsledků z ankety byly navrženy návrhy, které by mohly pomoci ke zlepšení spokojenosti návštěvníků na tomto území.

Z analýzy služeb cestovního ruchu bylo zjištěno, že Železná Ruda a jeho blízké okolí je velmi vyhledávaným místem pro turisty. Nabízí mnoho přírodních zajímavostí, které přispívají k atraktivitě celého turistického regionu. Na Železnorudsku se nachází řada podniků, které poskytují různé formy ubytovacích služeb, a které svou nabídku rozšiřují i o služby stravovací. V tomto směru poskytuje Železnorudsko pro turisty dostatečně pestrou nabídku služeb cestovního ruchu. Velmi pozitivní záležitost pro turisty je Informační a turistické centrum města Železná Ruda, kde najdou návštěvníci přehledně zpracované a aktualizované veškeré informace o regionu, počasí, dopravních spojích, provozních dobách, nejbližších akcích, provozu vleků a ubytovacích službách.

Při analýze služeb cestovního ruchu na Železnorudsku byly zjištěny jisté nedostatky, zejména v oblasti ubytovacích služeb. Ve většině případů se jednalo o neaktualizovaný ceník za služby. Tyto nedostatky byly zjištěny např. v penzionu Alfa, penzionu Dardov a hotelu Belveder. Toto zjištění může nepříznivě působit na potenciální zákazníky, a proto je nutné uvést aktualizované ceníky služeb. Dalším negativem bylo v některých zařízeních nevhodné zpracování webových stránek, které mohou působit na zákazníka zastarale a nepřehledně, což může odradit klienty od ubytování se v těchto zařízeních. Tento problém se objevuje např. v hotelu Enzian\*\*\*, hotelu Kolibřík a v chatách Hanička a Blaženka.

Z výsledků anket bylo zjištěno, že většina návštěvníků je spokojena s kvalitou ubytovacích a stravovacích služeb, které také patří k nejvíce využívaným službám cestovního ruchu. Velkým nedostatkem pro většinu dotazovaných je absence veřejného krytého bazénu. Pro zlepšení spokojenosti návštěvníků byly navrženy dva návrhy. První návrh se týká vybudování přírodního venkovního koupaliště. Druhým návrhem je vybudování kulturně-sportovního centra a založení ochotnického spolku.

## Seznam tabulek

Tab. č. 1: Marketingový mix podle vybraných autorů .....	13
Tab. č. 2: Muzeum Šumavy – informace pro návštěvníky .....	29
Tab. č. 3: Muzeum historických motocyklů – informace pro návštěvníky .....	29
Tab. č. 4: Souhrn naučných stezek – informace pro návštěvníky.....	30
Tab. č. 5: Letní provoz sedačkové lanovky Špičák – informace pro návštěvníky .....	31
Tab. č. 6: Lanová dráha Pancíř – informace pro návštěvníky .....	31
Tab. č. 7: Srovnání cenové nabídky za ubytování v hotelu .....	35
Tab. č. 8: Srovnání cenové nabídky za ubytování v penzionu .....	37
Tab. č. 9: Srovnání cenové nabídky za ubytování v chatě.....	38
Tab. č. 10: Srovnání cenové nabídky za ubytování v apartmánu a v soukromí .....	39
Tab. č. 11: Otevírací doba zařízení s funkcí stravovací.....	41
Tab. č. 12: Hodnocení kvality ubytovacích služeb .....	48
Tab. č. 13: Hodnocení kvality stravovacích služeb .....	49

## Seznam obrázků

Obr. č. 1: Životní cyklus destinace .....	14
Obr. č. 2: Znak města Železná Ruda.....	23
Obr. č. 3: CHKO a NP Šumava .....	25
Obr. č. 4: Účel návštěvy Železnorudska .....	46
Obr. č. 5: Délka návštěvy Železnorudska .....	47
Obr. č. 6: Využívané služby při pobytu návštěvníků na Železnorudsku .....	47
Obr. č. 7: Využívaný typ stravovací služby .....	48

## Seznam použitých zkratk

AMG	Asociace muzeí a galerií
BS	bez stravy
CA	cestovní agentura
CK	cestovní kancelář
ČSOP	Český svaz ochránců přírody
EURO 26	průkazy pro studenty do 26
CHKO	chráněná krajinná oblast
NP	národní park
NPP	národní přírodní památka
NPR	národní přírodní rezervace
NPU	národní památkový ústav
PP	plná penze
PP	přírodní památka
PR	přírodní rezervace
SS	se snídaní
TIC	turistické informační centrum
UNESCO	Organizace OSN pro výchovu, vědu a kulturu (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)
UZ	ubytovací zařízení
WiFi	bezdrátové připojení k internetu
ZTP	průkazy pro osoby zvlášť těžce postižené
ZTP/P	průkazy pro osoby zvlášť těžce postižené s průvodcem



## Seznam použité literatury

### Knižní zdroje

BOUDOVÁ, Dana, Pavel, HUBENÝ, Vít, ŠTĚPÁNEK a Vít, VILÍMEK. *Šumava – Železnorudsko: turistický průvodce*. 1. vydání. Praha: Kartografie, 2003. ISBN 80-7011-736-2

DAVID, Petr a Vladimír, SOUKUP. *Šumava*. 1. vydání. Praha: S & D, 2003. ISBN 80-86050-74-2.

DROBNÁ, Daniela a Eva, MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost*. Praha: Fortuna, 2004. ISBN 80-7168-901-7.

FORET, Miroslav a Věra, FORETOVÁ. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2001. 178 s. ISBN 80-247-0207-X.

GOELDNER, Charles R. a J. R. Brent, RITCHIE. *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. 1. vydání. Brno: BizBooks, 2014. ISBN 978-80-251-2595-3.

HESKOVÁ, Marie a kolektiv. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2. upravené vydání. Praha: Fortuna, 2011. 216 s. ISBN 978-80-7373-107-6.

HOLEŠINSKÁ, Andrea. *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu*. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, 2012. 151 s. ISBN 978-80-210-5847-7.

HORNER, Susan a John SWARBROOKE. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2. aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing, 2012. 313 s. ISBN 978-80-247-4209-0.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, Jiří, JEŽEK a Miroslav, PAVLÁK. *Cestovní ruch*. ZČU Plzeň. ISBN 80-7082-185-X.

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

KOTLER, Philip a Kevin Lane, KELLER. *Marketing management*. 14. vydání. Praha: Grada Publishing, 2013. 814 s. ISBN 978-80-247-4150-5.

NEJDL, Karel. *Management destinace cestovního ruchu*. 1. vydání. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011. 204 s. ISBN 978-80-7357-673-8.

OBŮRKOVÁ, Eva. *Kam na Šumavě*. 1. vydání. Brno Computer Press, a. s., 2007. ISBN 978-80-251-1802-3.

PALATKOVÁ, Monika a Jitka, ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 2. aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing, 2014. 262 s. ISBN 978-80-247-3643-3.

REBSTÖCK, Radovan. *Železnorudsko: průvodce na cestu (3)*. 1. Vydání Sušice: Sazba Gabriel, 1999. ISBN 80-85301-64-4.

RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. 3. rozšířené vydání. Ostrava: Key Publishing, 2009. ISBN 978-80-7418-028-6.

SVOBODOVÁ, Alena a Vladimír DLOUHÝ. *Kam na víkend*. 1. vydání. Brno Computer Press, a. s., 2007. ISBN 978-80-251-1789-7.

VAŠTIKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb efektivně a moderně*. 2. aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing, 2014. 268 s. ISBN 978-80-247-5037-8.

### **Internetové zdroje**

APARTMÁNY - ŽELEZNÁ RUDA. *České hory* [online]. 2016 [cit. 11.2.2016]. Dostupné z www: <http://www.ceskehory.cz/apartmany/zelezna-ruda.htm>

AUTOCAMP: UBYTOVÁNÍ. *Autocamp Železná Ruda* [online]. 2016 [cit. 11.2.2016]. Dostupné z www: <http://www.autocamp-zeleznaruda.cz/ubytovani>

ČESKÉ HORY.CZ. *Chaty Špičák* [online]. 2016 [cit. 2.2.2016]. Dostupné z www: <http://www.ceskehory.cz/ubytovani/chaty-spicak.html>

HORSKÁ CHATA HAMRY. *Chata Hamry* [online]. 2016 [cit. 2.2.2016]. Dostupné z www: <http://www.chata-hamry.cz/index.php?str=ubytovani>

KUDY Z NUDY.CZ *Rozhledna na vrcholu Pancíř*. [online]. 2016 [cit. 18.1.2016]. Dostupné z www: <http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Rozhledna-na-vrcholu-Pancir.aspx>

LYŽAŘSKÝ AREÁL SAMOTY. *Železná Ruda* [online]. 2016 [cit. 18.1.2016]. Dostupné z www: <http://www.zeleznaruda.info/lyzovani-samoty.php>

MAPY.CZ. *Železná Ruda* [online]. 2015 [cit. 26.12.2015]. Dostupné z www: <https://mapy.cz/turisticka?x=13.2297908&y=49.1638766&z=11&source=muni&id=1354>

MUZEUM ŠUMAVY SUŠICE. *Muzeum Železná Ruda* [online]. 2016 [cit. 18.1.2016]. Dostupné z www: [http://muzeum.sumava.net/?page\\_id=63](http://muzeum.sumava.net/?page_id=63)

NÁRODNÍ PARK ŠUMAVA 2016a. *Naučné stezky v CHKO*. [online]. 2008 - 2016 [cit. 18.1.2016]. Dostupné z www: <http://www.npsumava.cz/cz/1443/1017/clanek/ns-brcalnik/>

NÁRODNÍ PARK ŠUMAVA 2016b. *NP Šumava* [online]. 2008 - 2016 [cit. 26.1.2016]. Dostupné z www: <http://www.npsumava.cz/cz/>

PENZION 103 ŽELEZNÁ RUDA. *Penzion 103* [online]. 2016 [cit. 2.2.2016]. Dostupné z www: <http://www.penzion103.cz/>

PENZION BÖHMERWALD\*\*\*\*. *Penzion - Böhmerwald* [online]. 2016 [cit. 2.2.2016]. Dostupné z www: <http://www.pension-bohmerwald.cz/ubytovani.html>

PENZION RYCHTA. *Penzion Rychta* [online]. 2016 [cit. 2.2.2016]. Dostupné z www: <http://pensionrychta.cz/ubytovani/dalsi-vybaveni/>

SKI AREÁL NAD NÁDRAŽÍM. *Středisko v zimě*. [online]. 2016 [cit. 18.1.2016]. Dostupné z www: <http://www.skinadrazi.cz/cs/areal/stredisko-v-zime/>

SKI AREÁL ŠPIČÁK 2016a. *Špičák ski & bike: Léto - sport* [online]. 2016 [cit. 18.1.2016]. Dostupné z www: <http://sumava.spicak.cz/cz/sekce/rozhledna-spicak-166>

SKI AREÁL ŠPIČÁK 2016b. *Špičák ski & bike: Léto - Bikepark* [online]. 2016 [cit. 18.1.2016]. Dostupné z www: <http://sumava.spicak.cz/cz/sekce/bikepark-spicak-77/>

SKI AREÁL ŠPIČÁK 2016c. *Špičák ski & bike: Zima - lyžování Špičák* [online]. 2016 [cit. 18.1.2016]. Dostupné z www: <http://lyzovani.spicak.cz/cz/sekce/lyzovani-snowboarding-28/>

ŠPERL, JOSEF. *Šumava – CHKO a NP Šumava* [online]. 2007 – 2016 [cit. 26.1.2016]. Dostupné z www: <http://www.sumavaregion.cz/>

ŠUMAVANET.CZ. *Informační server* [online]. 2016 [cit. 18.1.2016]. Dostupné z www: <http://www.sumavanet.cz/sumava>

ŠUMAVANET.CZ 2016a. *Železná Ruda: Historie, současnost* [online]. 2016 [cit. 18.1.2016]. Dostupné z www: <http://www.zelezna-ruda.cz/zeleznaruda/historie.asp>

ŠUMAVANET.CZ 2016b. *Železná Ruda: Ubytování* [online]. 2016 [cit. 11.2.2016]. Dostupné z www: <http://www.zelezna-ruda.cz/zeleznaruda/ubytovani.asp>

ŠUMAVANET.CZ 2016c. *Železná Ruda: Pohostinství* [online]. 2016 [cit. 11.2.2016]. Dostupné z www: <http://www.zelezna-ruda.cz/zeleznaruda/fr.asp?tab=snet&id=5027&pt=TUUB>

ŠUMAVANET.CZ 2016d. *Železná Ruda: Kultura, zábava* [online]. 2016 [cit. 17.2.2016]. Dostupné z www: <http://www.zelezna-ruda.cz/zeleznaruda/kultura.asp>

ŠUMAVANET.CZ 2016e. *Železná Ruda: Infocentrum* [online]. 2016 [cit. 23.2.2016]. Dostupné z www: <http://www.sumavanet.cz/itcruda/cz/zeleznaruda/kultura.asp>

ŠUMAVANET.CZ 2016f. *Hotel Belveder* [online]. 2016 [cit. 27.1.2016]. Dostupné z www: <http://www.hotelbelveder.cz/belveder/>

ŠUMAVANET.CZ 2016g. *Hotel Engadin* [online]. 2016 [cit. 27.1.2016]. Dostupné z www: <http://engadin.cz/engadin/>

ŠUMAVANET.CZ 2016h. *Hotel Karl\*\*\** [online]. 2016 [cit. 1.2.2016]. Dostupné z www: <http://www.karl.cz/karl/ubytovani.asp>

ŠUMAVANET.CZ 2016ch. *Ski Pancíř - Ceník* [online]. 2016 [cit. 18.1.2016]. Dostupné z www: <http://www.skipancir.cz/lanovkapancir/cenik.asp>

ŠUMAVANET. CZ 2016i. *Tatran-Alpalouka*. [online]. 2016 [cit. 11.2.2016]. Dostupné z www: <http://www.tatran-alpalouka.cz/tatran/chata.asp>

TURISTICKÁ UBYTOVNA ZÁMEČEK. *Ubytovna - Zámeček* [online]. 2016 [cit. 11.2.2016]. Dostupné z www: <http://www.ubytovna-zamecek.cz/>

ZOOFARMA BRČÁLNÍK. *Zoofarma Brčálník – ubytování* [online]. 2016 [cit. 2.2.2016]. Dostupné z www: <http://www.zoofarma-brcalnik.cz/ubytovani/>

## **Seznam příloh**

Příloha A – Vymezení území Železnorudska

Příloha B – Kostel Panny Marie Pomocné z hvězdy

Příloha C – Kaple svatého Antonína a svaté Barbory

Příloha D – Rozhledna Špičák

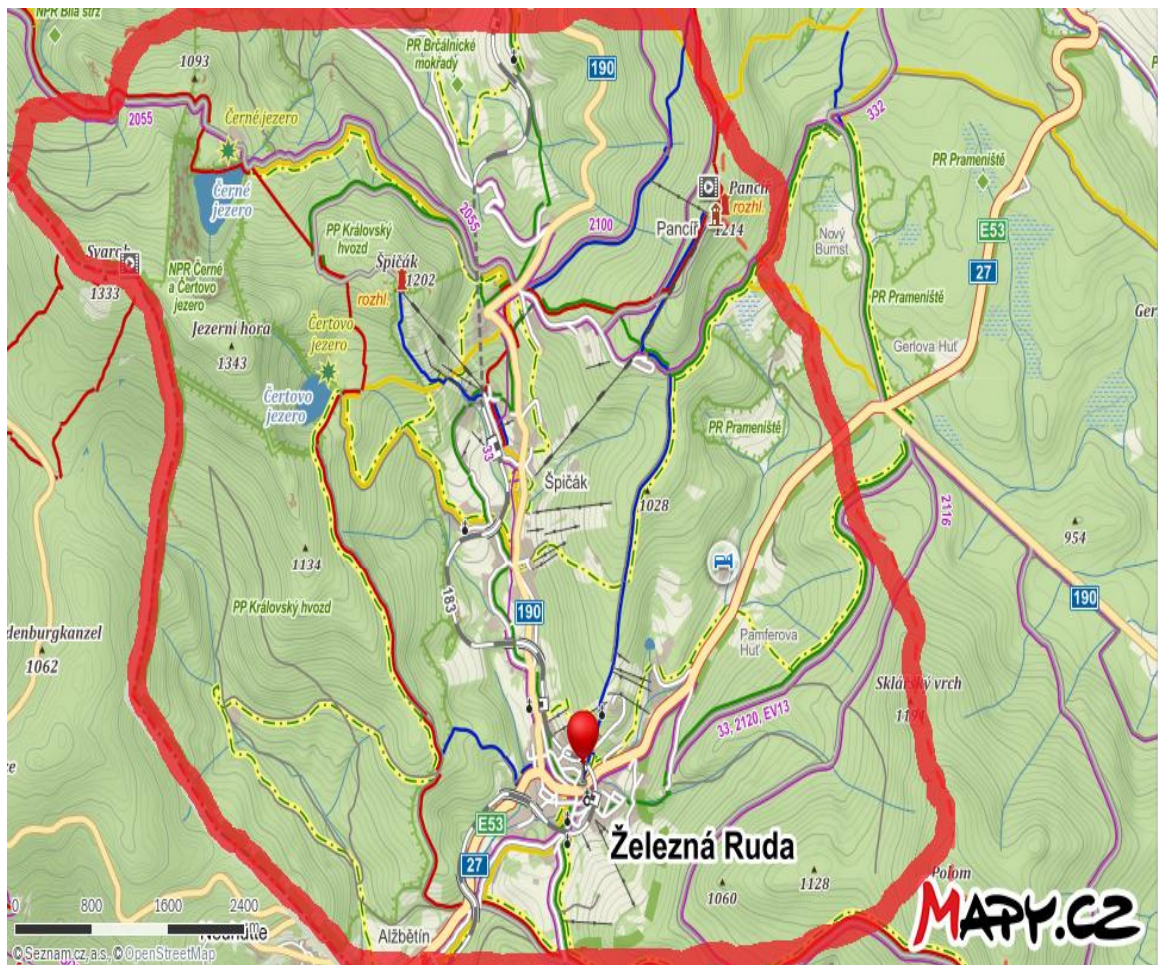
Příloha E – Podrobné informace o vybraných ubytovacích zařízeních - hotel

Příloha F – Podrobné informace o vybraných ubytovacích zařízeních – penzion

Příloha G – Podrobné informace o vybraných ubytovacích zařízeních - chata

Příloha H – Anketa o nabízených službách na Železnorudsku

## Příloha A – Vymezení území Železnorudska



Zdroj: vlastní zpracování, Mapy.cz, 2015

## Příloha B – Kostel Panny Marie Pomocné z hvězdy



Zdroj: ŠumavaNet.cz, 2016a

### **Příloha C** – Kaple svatého Antonína a svaté Barbory



Zdroj: ŠumavaNet.cz, 2016a

### **Příloha D** – Rozhledna Špičák



Zdroj: Ski areál Špičák, 2016a

### **Příloha E** – Podrobné informace o vybraných ubytovacích zařízeních - hotel

Jako první hotel můžeme zmínit horský hotel Belveder, který disponuje celkovou kapacitou 112 míst. Klienti si mohou vybrat dvou-, tří- nebo čtyřlůžkový pokoj anebo apartmány pro čtyři osoby. Hotel nově vybudoval i jeden bezbariérový pokoj s vlastním WC a sprchovým koutem. Zajímavostí hotelu Belveder je, že se uvnitř nachází malý pivovar, kde se vaří 5 druhů piv podle staré receptury. V blízkosti hotelu se pak nachází lyžařský areál Belveder a tři sjezdovky končí přímo u hotelu. (ŠumavaNet.cz, 2016f)

Tab. č. 1: Ceník ubytování hotel Belveder

Pobyt		bez stravování	snídaně	polopenze	plná penze
Dospělý	den	420 Kč	480 Kč	570 Kč	650 Kč
	týden	2 940 Kč	3 360 Kč	3 990 Kč	4 550 Kč
Dítě od 3 let	den	420 Kč	450 Kč	500 Kč	570 Kč
	týden	2 940 Kč	3 150 Kč	3 500 Kč	3 990 Kč

Zdroj: ŠumavaNet.cz, 2016f

V hotelu Engadin je k dispozici 110 lůžek ve dvou-, tří- a čtyřlůžkových pokojích. Engadin rozděluje pokoje do 3 kategorií: standard, apartmá a turistik. Pro zkvalitnění služeb zákazníkům pořádá ve spolupráci s cestovní kanceláří Šumava tour každý týden jednodenní výlet po Šumavě, Bavorském lese a také do Alp. Součástí ceny za ubytování je stravování formou plné penze, ale je zde možnost i pouze snídaně nebo polopenze. (ŠumavaNet.cz, 2016g)

Tab. č. 2: Ceník ubytování hotel Engadin

<b>Zima (03.01. - 31.03.2016)</b>	<b>Dospělý</b>	<b>Děti do 12 let</b>
Pokoj turistik s PP*	530 Kč	430 Kč
Pokoj standard s PP	630 Kč	530 Kč
Apartment s PP	680 Kč	560 Kč
<b>Jaro (01.04. - 30.05.2016)</b>		
Pokoj turistik s PP	380 Kč	320 Kč
Pokoj standard s PP	480 Kč	420 Kč
Apartment s PP	530 Kč	470 Kč
<b>Léto (31.05. - 26.09.2016)</b>		
Pokoj turistik s PP*	510 Kč	420 Kč
Pokoj standard s PP	610 Kč	520 Kč
Apartment s PP	660 Kč	550 Kč

\*PP – plná penze

Zdroj: ŠumavaNet.cz, 2016g

Na Špičáckém sedle se nachází hotel Karl\*\*\*, který je od roku 2011 rozšířen o taneční prostory, díky kterým je vyhledáván pro různé pohybové soustředění. Hotel nabízí ubytování ve 14 moderních pokojích, které se skládají z apartmá se dvěma ložnicemi, apartmá s jednou ložnicí a dvoulůžkové pokoje. Apartmá se dvěma ložnicemi je tvořeno šesti lůžky, obývacím pokojem, koupelnou se sprchovým koutem a vanou, předsíní a balkonem. Apartmá s jednou ložnicí obsahuje jednu ložnici, vybavením je shodné jako



předchozí apartmá. Dvoulůžkový pokoj je vybaven ložnicí, koupelnou se sprchou, WC a chladničkou. Ubytování hosté mají k dispozici za poplatek snídaně a večeře. (ŠumavaNet.cz, 2016h)

Tab. č. 3: Ceník ubytování hotel Karl\*\*\*

<b>Termín 15.03. - 01.11.2015*</b>	<b>Dospělý</b>	<b>Děti do 12 let</b>
Lůžko BS**	440 Kč	250 Kč
Jednolůžkový pokoj BS	640 Kč	250 Kč
<b>Termín 06.01. - 15.03.2016*</b>		
Lůžko BS	580 Kč	350 Kč
Jednolůžkový pokoj BS	880 Kč	350 Kč

\*ubytování pouze na 1 noc = 100% přírážka

\*\*BS – bez stravy

Zdroj: ŠumavaNet.cz, 2016h

#### **Příloha F** – Podrobné informace o vybraných ubytovacích zařízeních – penzion

Rodinný penzion Böhmerwald\*\*\*\* disponuje vybavením vyššího standardu a pro z kvalitnění služeb zákazníkům i nově vybudovaným výtahem, který umožňuje bezbariérový přístup. Celková kapacita penzionu je 55 lůžek ve 27 pokojích, které jsou rozdělené na jedno-, dvou-, třílůžkové pokoje a rodinné pokoje se dvěma oddělenými pokoji. Uvnitř penzionu je k dispozici pro hotelové hosty restaurace, konferenční místnost, kulečnick, fitness, sauna a masáže. (Penzion Böhmerwald\*\*\*\*, 2016)

Tab. č. 4: Ceník ubytování penzion Böhmerwald\*\*\*\*

<b>Termín</b>	<b>Cena za osobu a noc</b>			
	<b>Rodinný apartmán (2+1)</b>	<b>Rodinný apartmán (2+2)</b>	<b>Dvoulůžkový pokoj</b>	<b>Jednolůžkový pokoj</b>
29.01.-12.03. 24.03.-28.03. 01.07.-07.07. 30.09.-02.10.	1 698 Kč	1 698 Kč	1 000 Kč	899 Kč
13.03.-23.03. 29.03.-30.06. 31.08.-29.09. 03.10.-16.12.	1 439 Kč	1 439 Kč	950 Kč	800 Kč
08.07.-30.08	1 518 Kč	1 518 Kč	1 000	850 Kč

Zdroj: Penzion Böhmerwald\*\*\*\*, 2016

Další penzion nese název Penzion 103. Nabízí ubytování v devíti pokojích a to dvou-, tří- a čtyřlůžkové pokoje. Uvnitř penzionu se nachází společná kuchyň s jídelnou.

Součástí objektu je sklípek a venkovní posezení. Pokoje s číslem 1, 2 a 9 jsou vybaveny modernějším nábytkem a každý má své sociální zařízení. Pokoj číslo 9 má navíc kuchyňku. Tyto pokoje stojí pro jednu osobu na noc 450 Kč, v termínu od 01. 02. - 29. 02. stojí noc 350 Kč. Pokoje s číslem 3, 4, 5, 6, 7 a 8 mají společné sociální zařízení na patře. Cena těchto pokojů pro jednu osobu na noc je 400 Kč a v již zmíněném termínu za 260 Kč. (Penzion 103, 2016)

V obci Hojsova Stráž se nachází Penzion Rychta. Jedná se o penzion postavený v horském stylu se šesti pokoji, které jsou dispozičně řešeny jako dvou-, tří- a čtyřlůžkové pokoje s vlastním sociálním zařízením. Celková kapacita penzionu je 21 lůžek. V přízemí penzionu se nachází společná kuchyně s jídelnou a společenská místnost. K dispozici pro hosty je malé promítací plátno, dětské hřiště a náčiní pro sportovní hry. Cena pobytu za osobu na jednu noc je 330 Kč. (Penzion Rychta, 2016)

#### **Příloha G** – Podrobné informace o vybraných ubytovacích zařízeních - chata

Chaty Špičák se nachází přímo v areálu Ski & bike Špičák. Jedná se o chatu Blaženku, chatu Haničku a tělocvičnu, která slouží i jako ubytovací zařízení. Chaty Blaženka a Hanička jsou jednoduše zařízené, nabízí dvou- až třílůžkové pokoje se sociálním zařízením. Součástí chat jsou i restaurace, které pro své hosty nabízí stravování formou snídaně, polopenze nebo plné penze. Tělocvična disponuje 20 lůžky, nachází se zde cvičební plocha pro různé sporty. (České hory.cz, 2016)

Tab. č. 5: Ceník ubytování chaty Špičák

Termín	Cena za osobu na noc		
	Hanička	Blaženka	Tělocvična
25.12.-01.01.	400 Kč	320 Kč	290 Kč
02.01.-22.03.	350 Kč	260 Kč	230 Kč
01.12.-24.12.	290 Kč	220 Kč	190 Kč

Zdroj: České hory.cz, 2016

Další chatu najdeme v obci Hamry, která nese název horská chata Hamry. Chata nabízí pro návštěvníky hned několik typů ubytování, které dohromady poskytují až 27 lůžek. K dispozici jsou dvou- až čtyřlůžkové pokoje a jeden apartmán. Všechny pokoje mají vlastní sociální zařízení. Apartmán je velmi prostorný a skládá se z obývacího pokoje, vybavené kuchyně, koupelny, malého, středního a velkého pokoje. Součástí chaty je restaurace. Toto zařízení má venkovní zázemí, které nabízí dětské hřiště, uzavřenou

zahradu, letní terasu, ohniště, gril a několik her, které jsou k dispozici zdarma k zapůjčení. (Chata Hamry, 2016)

Tab. č. 6: Ceník ubytování chata Hamry

<b>Ubytování</b>	<b>Dospělý</b>	<b>Děti do 12 let</b>
<b>Pokoje</b>	350 Kč	320 Kč
<b>Apartmán</b>	<b>2 osoby/noc</b>	<b>další osoba</b>
	1 500 Kč	200 Kč

Zdroj: Chata Hamry, 2016

Za návštěvu jistě stojí i Zoofarma Brčálník, která se převážně zabývá zemědělskou činností a to chovem skotu, ovcí a prasat. Pro zákazníky je připraveno ubytování ve dvou až čtyřlůžkových pokojích, každý se sociálním zařízením. Nachází se zde i společná kuchyň s jídelnou a herna. Dospělá osoba a děti od 12 let zaplatí za jednu noc 280 Kč, děti do 12 let 140 Kč za noc. (Zoofarma Brčálník, 2016)

**Příloha H – Anketa o nabízených službách na Železnorudsku**

**ANKETA O NABÍZENÝCH SLUŽBÁCH NA ŽELEZNORUDSKU**

*Dobrý den vážení respondenti. Chtěla bych Vás tímto požádat o vyplnění krátké ankety, na téma Nabízené služby na Železnorudsku. Anketa má za cíl zjistit, jaké služby návštěvníci nejvíce při pobytu využívají a jak jsou spokojeni s kvalitou ubytovacích a stravovacích služeb. Výsledky ankety budou použity do bakalářské práce na téma Analýza nabídky služeb cestovního ruchu na Železnorudsku. Děkuji za Váš čas, Lucie Mišková, Fakulta ekonomická ZČU.*

Pohlaví:       Žena                       Muž                      Věk:

.....

1) Za jakým účelem jste Železnorudsko navštívil(a)?

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> pracovní cesta           | <input type="checkbox"/> návštěva příbuzných/známých |
| <input type="checkbox"/> kulturní akce            | <input type="checkbox"/> individuální turistika      |
| <input type="checkbox"/> školní akce<br>kanceláři | <input type="checkbox"/> pobyt organizovaný cestovní |

2) Na jak dlouho jste Železnorudsko navštívil(a)?

- |                                    |   |
|------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 1 den     | <input type="checkbox"/> 4 dny – 1 týden  |
| <input type="checkbox"/> 2 – 3 dny | <input type="checkbox"/> déle než 1 týden |

3) Kterou z nabídky služeb jste při pobytu na Železnorudsku využil(a)?

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> doprava (autobus, vlak) | <input type="checkbox"/> sportovní akce     |
| <input type="checkbox"/> návštěva pamětihodnosti | <input type="checkbox"/> ubytovací služby   |
| <input type="checkbox"/> turistika v přírodě     | <input type="checkbox"/> stravovací služby  |
| <input type="checkbox"/> organizovaná akce       | <input type="checkbox"/> jiná kulturní akce |

4) Jak hodnotíte kvalitu ubytovacích služeb? (1 = výborné, 5 = nedostačující)

- |                            |                            |                            |                            |                            |
|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|

5) Jaký typ stravovací služby jste využil(a)?

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> polopenze     | <input type="checkbox"/> pouze oběd         |
| <input type="checkbox"/> plná penze    | <input type="checkbox"/> pouze večeře       |
| <input type="checkbox"/> pouze snídaně | <input type="checkbox"/> vlastní stravování |

6) Jak hodnotíte kvalitu stravovacích služeb? (1 = výborné, 5 = nedostačující)

- |                            |                            |                            |                            |                            |
|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|

7) Plánujete další návštěvu Železnorudska? Pokud ano, z jakého důvodu a v jakém měsíci?

- |                                   |
|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ano..... |
| <input type="checkbox"/> ne       |

8) Co vám při návštěvě Železnorudska chybělo v nabídce služeb?

.....

## **Abstrakt**

MÍŠKOVÁ, Lucie. *Analýza nabídky služeb cestovního ruchu na Železnorudsku*. Plzeň, 2016. 60 s. Bakalářská práce. Západočeská univerzita v Plzni. Fakulta ekonomická

**Klíčová slova:** cestovní ruch, služby cestovního ruchu, ubytování, stravování Železnorudsko

Předložená bakalářská práce se zabývá analýzou nabídky služeb cestovního ruchu na Železnorudsku. V první kapitole jsou vysvětleny termíny související s cestovním ruchem. Praktická část se věnuje charakteristice přírodních a kulturně-historických atraktivit Železnorudska a analýze ubytovacích, stravovacích a dalších služeb cestovního ruchu. Z analýzy vyplývá, že území Železnorudska disponuje dostatkem těchto služeb. Provedená analýza je zakončena výsledky ankety, která měla za cíl zjistit, jak jsou návštěvníci spokojeni s nabídkou služeb a co jim v této nabídce chybí. Většina dotazovaných je spokojena s nabídkou a kvalitou poskytovaných služeb. Z výsledků vycházejí návrhy na zlepšení spokojenosti návštěvníků, čímž je vybudování kulturně-sportovního centra a opravení venkovního koupaliště. Tyto návrhy by mohly být aplikovány, jelikož jsou finančně dostupné a zvýší atraktivitu destinace.

## **Abstract**

MÍŠKOVÁ, Lucie. *Analysis of supply of tourism services in Železná Ruda region*. Pilsen, 2016. 60 s. Bachelor thesis. University of West Bohemia in Pilsen. Faculty of Economics

**Keywords:** tourism, tourism services, accommodation, meal, Železná Ruda region

This bachelor thesis is focused on the analysis of tourism services offer in the area of Železnorudsko. The first chapter explains terms related to tourism industry. Practical part of the thesis is devoted to characteristics of natural and culturally-historical places of interest in area of Železnorudsko and analysis of accommodating, catering and other tourism related services. The output of analysis is that area of Železnorudsko offers a sufficient quantity of these services. And the end of the conducted analysis the results of survey are reflected. The task of this survey was to determine how the visitors of area of Železnorudsko are content with offer of services and what they were missing within the offer. Most respondents were satisfied with the offer of services as well as their quality. But also some recommendations that would increase the satisfaction of visitors came from results of survey. Among these were mentioned a construction of cultural and sports center and reconstruction of public swimming pool. I find these recommendations applicable because of the fact, that they have not many requirements on financially source and will also increase an attractiveness of this destination.