

VYSOKÁ ŠKOLA POLYTECHNICKÁ JIHLAVA

Cestovní ruch

CESTOVNÍ RUCH V LETNÍM STŘEDISKU

Bakalářská práce

Autor práce: Monika Jordánová

Vedoucí práce: doc. Ing. Radoslav Kožiak, PhD.

Jihlava 2025

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Tolstého 16, 586 01 Jihlava

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Autor práce: **Monika Jordánová**
Studijní program: Cestovní ruch
Obor: Cestovní ruch
Garant studijního programu: Ing. Ivica Linderová, PhD.

Název práce: **Cestovní ruch v letním středisku**

Vedoucí práce: doc. Ing. Radoslav Kožiak, PhD.

Cíl práce: Cílem bakalářské práce je zhodnotit současný stav v rámci cestovního ruchu a formulovat návrhy ke zlepšení ve vybraném území. Prostřednictvím použití vhodných vědeckých metod, student vyhodnotí současný stav cestovního ruchu ve vybraném území (z hlediska návštěvnosti, nabídky CR, potenciálu pro rozvoj) a doporučí opatření, návrhy, změny, s cílem zlepšit stav cestovního ruchu v konkrétní destinaci.

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá tématem CR v letním středisku na Slapské přehradě. Cílem této práce je efektivně zhodnotit současný stav v rámci cestovního ruchu. Prostřednictvím vědeckých metod, kterými jsou analýza nabídky, marketingový mix 4P a SWOT analýza, budou navržena doporučení obsahující opatření, návrhy a změny s cílem zlepšení CR tohoto letního střediska. Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. V teoretické části budou popsány pojmy související s CR, dále bude věnován prostor jednotlivým analýzám (analýza nabídky, marketingový mix, SWOT analýza) a teoriím souvisejícím s rozvojem CR (potenciál CR, předpoklady pro rozvoj, poptávka v CR). Praktická část práce je zaměřena na aplikaci poznatků o zkoumaném území v rámci jednotlivých analýz, vyhodnocení výsledků dotazníkového šetření a formulaci doporučení a návrhů v závěrečné části.

Klíčová slova

Analýza; Slapy a okolí; letní sezóna; rekreace; doporučení

Abstract

This bachelor's thesis deals with the topic of tourism in the summer resort at the Slapy reservoir. The aim of this work is to effectively evaluate the current state of tourism. Through scientific methods such as offer analysis, 4P marketing mix and SWOT analysis, recommendations containing measures, proposals and changes will be proposed with the aim of improving the tourism of this summer resort. The work is divided into a theoretical and a practical part. In the theoretical part, concepts related to tourism will be described, space will also be devoted to individual analyses (supply analysis, marketing mix, SWOT analysis) and theories related to tourism development (tourism potential, prerequisites for development, demand in tourism). The practical part of the work is focused on the application of knowledge about the investigated area within individual analyses, the evaluation of the results of the questionnaire survey and the formulation of recommendations and proposals in the final part.

Keywords

Analysis, Slapy and surroundings; summer season; recreation; recommendations

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracoval/a jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem v práci neporušil/a autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů, v platném znění, dále též „AZ“).

Byl/a jsem seznámen/a s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje **AZ**, zejména § 60 (školní dílo).

Podle § 47b zákona o vysokých školách souhlasím se zveřejněním své práce podle Směrnice pro vedení, vypracování a zveřejňování závěrečných prací na VŠPJ, a to bez ohledu na výsledek obhajoby.

Beru na vědomí, že VŠPJ má právo na uzavření licenční smlouvy o užití mé bakalářské práce a prohlašuji, že **s o u h l a s í m** s případným užitím mé bakalářské práce (prodej, zapůjčení apod.).

Jsem si vědom/a toho, že užít své bakalářské práce či poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠPJ, která má právo ode mě požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, vynaložených vysokou školou na vytvoření díla (až do jejich skutečné výše), z výdělku dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence.

V Jihlavě dne 12. prosince 2024

.....

Podpis studenta/ky

Poděkování

Poděkování patří vedoucímu mé BP doc. Ing. Radoslavovi Kožiakovi, PhD. za cenné rady a komentáře a dále mým nejbližším za psychickou podporu.

Obsah

Seznam obrázků.....	7
Seznam tabulek	8
Seznam zkratk.....	9
Úvod	10
1 Teoretická část	11
1.1 Definice pojmů v cestovním ruchu	11
1.2 Nabídka cestovního ruchu	13
1.3 Poptávka v cestovním ruchu.....	19
1.4 Předpoklad pro rozvoj cestovního ruchu.....	22
1.5 Marketingový mix	25
1.6 SWOT analýza	28
2 Praktická část	31
2.1 Charakteristika a historie Slapské přehrady	32
2.2 Vymezení zkoumaného území	33
2.3 Analýza nabídky CR.....	34
2.4 Marketingový mix pláží.....	51
2.5 Analýza návštěvnosti	57
2.6 SWOT analýza	62
2.7 Doporučení a návrhy na zlepšení.....	66
Závěr	69
Seznam použité literatury	70
Příloha A Dotazník	77

Seznam obrázků

Obr. 1: Matice SWOT analýzy.....	29
Obr. 2: Vymezení zkoumaného území	34
Obr. 3: Primární nabídka (Přírodní předpoklady) CR Slapy a okolí 10 km	38
Obr. 4: Primární nabídka (kulturně-historické předpoklady) CR Slapy a okolí 10 km.....	41
Obr. 5: Kategorie ubytovacích zařízení	43
Obr. 6: Sezónnost provozu podle kategorií UZ	44
Obr. 7: Letní sezónnost dle obcí do vzdálenosti 10 km.....	45
Obr. 8: Sezónnost obcí přilehlých Slapské přehradě.....	45
Obr. 9: Ceník pravidelné lodní dopravy	49
Obr. 10: Demografické údaje	58
Obr. 11: Frekvence návštěvnosti.....	59
Obr. 12: Informovanost ohledně Slapské přehrady.....	59
Obr. 13: Důvody návštěvy a aktivity	60
Obr. 14: Ubytování.....	60
Obr. 15: Doprava.....	61
Obr. 16: Spokojenost.....	61

Seznam tabulek

Tab. 1: Vltavská kaskáda	33
Tab. 2: Skutečný produkt pláží	54
Tab. 3: Rozšířený produkt pláží	55
Tab. 4: Cena na plážích.....	56
Tab. 5: Dopravní dostupnost na pláži	57
Tab. 6: SWOT analýza	62

Seznam zkratek

CR	Cestovní ruch
ČGF	Česká golfová federace
ČR	Česká republika
ČSU	Český statistický úřad
DMO	Destinační management
EU	Evropská unie
HDP	Hrubý domácí produkt
MAS	Místní akční skupina
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
NPR	Národní přírodní rezervace
NPR	Národní přírodní rezervace
PP	Přírodní památka
PR	Přírodní rezervace
SCCR	Středočeská centrála cestovního ruchu
UZ	Ubytovací zařízení
VŠPJ	Vysoká škola polytechnická Jihlava

Úvod

Cestovní ruch je jedním z nejvýznamnějších odvětví, která přispívají k hospodářskému rozvoji a zlepšení kvality života v regionálních oblastech. Oblast Slapské přehrad, nacházející se ve Středočeském kraji, je jednou z nejnavštěvovanějších letních destinací v České republice. Díky své strategické poloze, bohaté nabídce přírodních krás, historických památek a kulturních aktivit přitahuje široké spektrum návštěvníků. Přesto však tato oblast čelí výzvám spojeným s udržením atraktivity a rozvojem služeb cestovního ruchu. Tato bakalářská práce se věnuje analýze aktuálního stavu cestovního ruchu během letní sezóny 2024 v oblasti Slapské přehrad a navrhuje opatření pro další rozvoj jejího turistického potenciálu. Přestože téma letního turismu již není v těchto měsících aktuální, práce byla zpracována s důrazem na co nejaktuálnější informace a data. Hlavním cílem práce je komplexně zhodnotit aktuální stav cestovního ruchu v oblasti Slapské přehrad s důrazem na návštěvnost, nabídku služeb a možnosti budoucího rozvoje. Na základě analýzy získaných dat a zjištění bude formulována sada doporučení, která mohou sloužit jako podklad pro efektivní plánování a řízení cestovního ruchu v této oblasti. Práce se věnuje primárně letní sezóně, která je pro oblast Slapské přehrad klíčová, a analyzuje jak primární nabídku cestovního ruchu, zahrnující přírodní a kulturně-historické atraktivity, tak sekundární nabídku, včetně ubytovacích a stravovacích zařízení či dopravní dostupnosti.

Významnou část práce tvoří hodnocení primární nabídky, která zahrnuje nejen přírodní krásy, jako jsou pláže a okolní chráněné přírodní oblasti, ale také kulturně-historické památky, které obohacují zážitkový potenciál destinace. Oblast Slapské přehrad nabízí široké spektrum aktivit, od vodních sportů a cykloturistiky po poznávání místní historie a tradic. Na základě teoretického zázemí a praktických zjištění je cílem práce identifikovat silné a slabé stránky současné nabídky a navrhnout opatření, která by přispěla k jejímu zkvalitnění a diverzifikaci.

Sekundární nabídka je analyzována zejména s ohledem na infrastrukturu, která zahrnuje ubytovací a stravovací zařízení, dopravní dostupnost a podporu turistických služeb. V této oblasti se projevuje rozdílná kvalita a dostupnost služeb, které mohou ovlivňovat celkový dojem návštěvníků a jejich ochotu se do oblasti vracet. Důležitým aspektem práce je také udržitelný rozvoj, který zohledňuje potřebu chránit přírodní a kulturní dědictví oblasti a současně umožnit její rozvoj jako atraktivní turistické destinace.

Práce vychází z kombinace teoretických poznatků a empirických metod. Mezi použité metody patří analýza dostupných dat, terénní výzkum a dotazníkové šetření mezi návštěvníky oblasti. Výsledky těchto šetření poskytnou detailní vhled do preferencí návštěvníků a pomohou identifikovat klíčové faktory, které ovlivňují jejich spokojenost. Výsledkem práce je soubor doporučení, která mohou sloužit jako podklad pro strategické plánování a rozvoj cestovního ruchu na Slapské přehradě.

Navrhovaná opatření by měla podpořit udržitelný rozvoj a zvýšit konkurenceschopnost Slapské přehrad jako atraktivní turistické destinace.

1 Teoretická část

Teoretická část se zaměřuje na vymezení základních pojmů, přístupů a konceptů v CR s využitím rešerše odborné literatury a komparativní analýzy myšlenek různých autorů.

Nejprve se zaměříme na definování základních pojmů, jako je samotný cestovní ruch a jeho klasifikace, destinace a střediska letního cestovního ruchu. Následně se práce zabývá zásadními tématy, jako jsou nabídka, poptávka a motivace účastníků cestovního ruchu, které tvoří základní pilíře celého odvětví CR. Teoretická část rovněž rozebírá předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu, přičemž klade důraz na význam marketingového mixu 4P, jenž představuje zásadní nástroj pro zajištění konkurenceschopnosti destinací. Celý teoretický blok uzavírá SWOT analýza, která pomáhá identifikovat silné a slabé stránky, stejně jako příležitosti a rizika spojená s rozvojem CR. Tím teoretická část nejen shrnuje poznatky pro pochopení problematiky a zároveň připravuje půdu pro praktickou část, kde budou získané poznatky aplikovány.

1.1 Definice pojmů v cestovním ruchu

Definice *cestovního ruchu* (turismu) se vyvíjela postupně, mezníkem výzkumu bylo vědecké zkoumání pánů Hunzikera a Krapfa, kteří definovali cestovní ruch jako: *Souhrnné označení vztahů a jevů vznikajících na základě cesty a pobytu nerezidentů, pokud se pobytem nesleduje usídlení a pokud s ním není spojena žádná výdělečná činnost.*“ Pro statistické sledování turismu a mezinárodního srovnávání cestovního ruchu bylo ale třeba definici pozměnit. Snažení byla úspěšná a sada definic byla v roce 1991 předložena Mezinárodní organizací turismu a v roce 1993 přijala OSN tuto definici: *Cestovní ruch je činnosti osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí, a to na dobu kratší, než je stanovená, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.*“ Místem mimo běžné prostředí rozumíme to, že se účastník cestovního ruchu pohybuje jinde než za běžných podmínek, přechodnou dobou je u mezinárodního cestovního ruchu považovaná doba 1 rok, u domácího cestovního ruchu jde o 6 měsíců. (Beránek a kol., 2013 s. 14-15).

Linderová (2015) se pro podmínky České a Slovenské republiky odkazuje na komplexnější vymezení cestovního ruchu podle Gúčika (2000), který zdůrazňuje důležitost existence volného času: Cestovní ruch představuje souhrn aktivit orientovaných na naplňování požadavků spojených s pohybem a pobytem lidí mimo jejich stálé bydliště, obvykle během volného času. Tyto aktivity jsou zaměřeny na relaxaci, objevování, zlepšení zdraví, zábavu a rekreaci, kulturní a sportovní aktivity, služební cesty, tedy dosažení celkového zážitku.

K ucelení vysvětlení definice je zapotřebí ještě zmínit pojmy jako *domácí cestovní ruch*, týká se turismu vlastního obyvatelstva na svém území a *zahraniční cestovní ruch*, kde příslušníci různých států cestují do země, která není jejich domovinou. Zahraniční cestovní ruch má dvojí charakter, tj. *výjezdový cestovní ruch*, cestování občanů dané země do země zahraniční a cestování cizinců do dané země jako *příjezdový cestovní ruch*. Vývoj definice souvisí i s pojmy, které jsou důležité zejména pro statistické účely, a to jsou jednotliví účastníci cestovního ruchu, tj. *stálý obyvatel (resident)* – v domácím cestovním ruchu žije osoba na daném místě alespoň 6 měsíců, v mezinárodním minimálně 1 rok, *navštěvník (visitor)* – oproti stálému obyvateli tráví na daném místě mimo své bydliště dolní interval zmíněné doby a hlavním účelem není výdělečná činnost, *turista (tourist)* – osoba, která přenocuje alespoň 1 noc na daném místě mimo své

bydliště, *výletník (excursionist)* – osoba cestující na dobu kratší než 24 hodin a bez přenocování. (Beránek a kol., 2013, s. 17-18)

Samotná klasifikace cestovního ruchu má více podob a není jednotná, v literatuře se můžeme setkat jak s *druhem* cestovního ruchu, tak i s *formou*. Tato rozlišení jsou typická pro českou školu. Druh cestovního ruchu se zaměřuje na jevový průběh, kdežto forma cestovního ruchu nás informuje o motivaci návštěvníka. (Šauer, Vystoupil, Holešinská a kol., 2015, str. 131)

Například Kurek (2011, s. 197) definuje motivační kritéria takto: motiv poznávací (kulturní), rekreační, zdravotní, specializovaný, náboženský, byznysový.

Gúčík (2010, s. 60-61) používá pro zjednodušení termín *typy* cestovního ruchu, které jsou typické pro slovenskou školu, které zahrnují jak formy, tak druh cestovního ruchu a je možné je třídit z těchto hledisek: geografické, podle motivace, převažujícího místa pobytu, věku návštěvníků, ze sociologického hlediska, délky účasti, počtu návštěvníků, způsobu organizace, ročního období, trvalé udržitelnosti, použitého dopravního prostředku.

V souvislosti s tématem bakalářské práce ještě zmíním pojem *destinace*, která v cestovním ruchu představuje konkrétní místo či oblast, která láká jednotlivce i skupiny k cestování. Tato lokalita nabízí rozmanité atrakce, včetně geografických, kulturních, historických a přírodních památek, které přitahují návštěvníky. Klíčovou charakteristikou destinace je schopnost poskytovat turistům zážitky a služby odpovídající jejich očekáváním a zájmům. (Palatková, 2011, s. 35).

Stejně i Wahla (2011, s. 36) vnímá destinaci jako konkrétní místo nebo územní celek, jenž má specifické vlastnosti, které odlišují dané místo od okolí. Pro samotné účastníky nebo i podnikatské subjekty by daná destinace měla být vnímána pozitivně.

Gúčík (2001) dělí destinace podle různých funkcí, na jejichž základě můžeme destinace dále dělit a to jsou: městská střediska, lázeňská místa, rekreační střediska, rekreační obce a chatové osady (tabulka 1)

(Šauer, Vystoupil, Holešinská a kol. (2015) destinace dělí podle aktivit, které se konají v dané destinace na následující typy: lázeňského typu, destinace turistiky v přírodně hodnotových oblastech, destinace u vodních ploch, destinace poznávacího cestovního ruchu ve vesnických oblastech, destinace městského typu, historického typu, horského typu a poutního typu, destinace individuální rekreace a komplexy uměle vytvořených atraktivit a služeb cestovního ruchu.

Pojem *letní středisko* cestovního ruchu je vnímáno jako komplexní destinace zaměřená na poskytování široké škály služeb a aktivit pro návštěvníky během letního období. Taková střediska se nacházejí v atraktivních přírodních lokalitách, jako jsou jezera, hory, pobřeží a další přírodní oblasti, které lákají turisty svou krásou a možnostmi pro rekreaci a relaxaci. Střediska se zaměřují na uspokojování potřeb turistů a poskytují ubytování, stravování, sportovní a zábavní aktivity, wellness služby a další doplňkové služby. Letní střediska cestovního ruchu jsou specifická svou sezónní povahou. V letních měsících jsou cílem návštěvníků, kteří hledají aktivní odpočinek, sportovní vyžití a kulturní zážitky. Střediska jsou důležitou součástí turistického průmyslu a výrazně přispívají k regionálnímu rozvoji a ekonomickému růstu destinací. (Palatková, 2011, s. 50-64).

Pro střediska letní rekreace mají význam zejména vodní plochy, které jsou uměle vybudované a slouží zejména pro příměstskou rekreaci, v České republice se jedná o 276 vodních ploch, z čehož 15 vodních nádrží a rybníků je součástí nadregionálního významu. Kolem těchto vodních ploch je soustředěno 17 % kapacit ubytovacích zařízení, ve zmíněných oblastech 15 vodních nádrží a rybníků je soustředěna nadpoloviční většina této ubytovací kapacity. (Šauer, Vystoupil, Holešinská a kol., 2015, str. 136)

Dalšími důležitými pojmy, které souvisí se systémem cestovního ruchu jsou: subjekt, objekt a předmět cestovního ruchu. *Subjektem* rozumíme účastníka cestovního ruchu, tvořícího poptávku, který má různé psychologické nebo fyziologické potřeby, kterou by měla strana provozovatele služeb znát a dobře vyhodnotit. Z ekonomického hlediska je nositelem poptávky. (Beránek, 2013, s. 19)

Gúčík (2001, s. 8) definuje subjekt cestovního ruchu z ekonomického pohledu jako kohokoliv, kdo uspokojuje své potřeby v průběhu cestování spotřebou produktu cestovního ruchu.

Objekt cestovního ruchu je to, co přitahuje zájem turistů a návštěvníků a je hlavním důvodem jejich cestování do konkrétní destinace. Zahrnuje přírodní, kulturní, historické, společenské či umělé prvky, tak i podniky poskytující služby, které tvoří atraktivitu destinace a motivují lidi k tomu, aby ji navštívili. Z ekonomického hlediska je poskytovatel nabídky. (Beránek, 2013, s. 19)

Gúčík (2004) definuje objektem cestovního ruchu vše, co může účastníka cestovního ruchu donutit k tomu, aby se přemístil z místa bydliště např. příroda, kultura.

Předmět cestovního ruchu je jinými slovy produkt cestovního ruchu, může se jednat o službu nebo výrobek, nebo kombinace obojího, který má uspokojit potřeby a přání návštěvníků. (Beránek, 2013, s. 19)

1.2 Nabídka cestovního ruchu

Nabídka může být interpretována hned z několika pohledů. Ekonomická teorie chápe nabídku jako celkový objem všech zamýšlených prodejů, tedy zboží a služeb, které výrobci nabízejí na trhu. Tato definice odpovídá pojmu agregátní nabídka, tedy souhrn všech nabídek od všech producentů. Individuální nabídka se pak týká jednoho konkrétního výrobce, zatímco dílčí nabídka označuje nabídku určitého výrobku od různých výrobců, kteří na trhu soutěží. (Palatková a Zichová, 2014, s. 59)

Další z definic, kterou uvádí Gúčík (2010, s. 167–168) je komplexní a v jeho pojetí tvoří nabídku množina prvků, kterou vytváří spojení statků a služeb cestovního ruchu. Tyto prvky představují nabídku cestovního ruchu destinace, podniků cestovního ruchu nebo příslušných institucí. Povaha a rozsah této nabídky je určována charakterem *primární nabídky*, z níž vyplývá nabídka *sekundární*. Primární nabídka zahrnuje přírodní, kulturně-historické zdroje dané destinace, organizované akce, které svou atraktivitou dodávají cestovnímu ruchu specifickou podobu. Sekundární nabídka pak pokrývá veškeré typy zařízení a jejich poskytované služby, které jsou nezbytné pro účastníky cestovního ruchu. Jejich rozsah a uspořádání se odvíjí od primární nabídky.

Pachrová a kol. (2016, s. 65) hovoří i o *terciální* nabídce, do které spadají různé aktivity managementu destinací, jako například vzdělávací, environmentální, informační. Tyto akce, mohou být pravidelné, ale i nepravidelné.

Palatková a Zichová (2014, s. 60-61) prezentují nabídku stejně jako Gúčík (2010) souhrnem prvků, které se dělí na atraktivity cílových míst, do které spadají, a to *primární nabídka*: přírodní atraktivity (předpoklady), kulturně-historické atraktivity, organizované a společenské atraktivity, *sekundární nabídka*: suprastruktura a infrastruktura

1.2.1 Primární nabídka

Zdali bude destinace pro turisty atraktivní anebo ne, závisí zejména na primární nabídce, pokud daná oblast nedisponuje určitým stupněm atraktivity primární nabídky, tak cestovní ruch není možné rozvíjet anebo jen velmi těžko.

Mariot (1971) ve svém pojetí prostorového modelu označuje složky primární nabídky tzv. *lokalizačními předpoklady*. Hesková a kol. (2016) udávají, že primární nabídka by měla uspokojovat lidské potřeby jako jsou poznávání, objevování, relaxace, účastníkům cestovního ruchu.

Zelenka a Pásková (2012, s. 63) zároveň uvádějí, že je někdy obtížné rozlišit primární nabídku od sekundární, neboť primární nabídka by měla být hlavním motivem návštěvy, ale v některých případech můžou být např. stravovací služby hlavním motivem (zážitkové ubytování), tedy primární nabídkou.

1. Přírodní předpoklady cestovního ruchu

Zelenka a Pásková (2012 s. 466) zahrnují stejně jako Mariot (1971) přírodní potenciál nebo také předpoklady cestovního ruchu mezi lokalizační předpoklady. Jedná se o soubor, který obsahuje *reliéf krajiny*, *přírodní zdroje* (obnovitelné nebo neobnovitelné), *přírodní útvary* (pohoří, skalní komplexy, vulkány, jeskynní systémy, propasti aj.), *vodstvo* (vodní plochy jako jsou moře a oceány, jezera, rybníky, přehrady, mokřady aj, vodní toky jako jsou řeky a jejich větve, potoky, bystřiny aj.), dále *klima*, *faunu a flóru*. K přírodnímu potenciálu se řadí i fytogeografické předpoklady, což jsou podmínky ovlivňující rozšíření rostlinných druhů v různých geografických oblastech. Aktivity spojené s cestovním ruchem jsou závislé zejména na těchto přírodních předpokladech. Jednotlivé části přírodních předpokladů podrobně popíšu v následujících odstavcích.

Gúčík (2000) má trochu jiné dělení, kde přírodní podmínky obsahují *geomorfologické poměry* (typ reliéfu, jeskyně, chráněná území), *klimatické podmínky* (srážky, povětrnostní a sluneční podmínky), *hydrologické podmínky* (povrchové a podzemní vodstvo), *biogeografické podmínky* (rostlinstvo a živočišstvo).

Celkový přírodní potenciál může být hodnocen i podle potenciálních rekreačních ploch, což je ale velmi hrubý ukazatel, který by měl být doplněn další analýzou soustřeďující se např. na ochranu prostředí aj. (Šauer, Vystoupil, Holešinská a kol., 2015, s. 77)

a) Reliéf krajiny a vodstvo (Geomorfologické a Hydrologické podmínky)

Termín označující tvar a členitost zemského povrchu, zahrnuje všechny povrchové tvary, které jsou výsledkem působení přírodních procesů, jako jsou například eroze, sedimentace, vulkanická

činnost nebo tektonické pohyby. Reliéf určuje, jak je krajina vyvýšená, svažité nebo rovinatá, a jaké jsou hlavní geografické útvary v oblasti. Z pohledu cestovního ruchu hraje reliéf jednu z klíčových rolí, kde zastává úlohu pro vhodné funkční využití destinace a pro rekreaci. Povrch krajiny můžeme hodnotit ze dvou naprosto rozdílných perspektiv, a to z hlediska morfologického rozdělení krajiny jako celku, tedy velkých tvarů reliéfu, a detailního rozdělení krajiny, tedy malých tvarů reliéfu. Pro různé rekreační činnosti je navíc podstatná členitost terénu (horizontální i vertikální). Vodstvo ovlivňuje vzhled, charakter a strukturu krajiny, působí tak jako krajinotvorný prvek. Pro letní cestovní ruch a rekreaci zastává jednu z nejdůležitějších rolí. (Šauer, Vystoupil, Holešinská a kol., 2015, s. 76)

b) Rostlinstvo a živočišstvo (Biogeografické podmínky)

Pro cestovní ruch a rekreaci je rostlinstvo a živočišstvo nezastupitelné, jelikož spoluvytváří celkový ráz krajiny a představuje důležitý prvek přírodního prostředí. Lesy, především v mírném pásmu, jsou klíčovými přírodními rekreačními složkami, které podporují rozvoj turistiky a letních aktivit, s důrazem na příměstskou víkendovou rekreaci. Fauna je rovněž klíčová pro cestovní ruch, zejména pak v souvislosti s lovem a rybolovem. Významné jsou také zoologické zahrady, které představují důležitou atrakci a doplňkovou infrastrukturu cestovního ruchu. (Šauer, Vystoupil, Holešinská a kol., 2015, s. 76)

c) Klima (Klimatické podmínky)

Nejen reliéf krajiny, ale i klimatické podmínky jsou zásadní pro cestovní ruch a rekreaci. Vliv klimatu na využití oblasti pro rekreační účely lze hodnotit ze dvou hlavních perspektiv: vliv horizontální a vertikální zonálnosti klimatu a vliv klimatických činitelů v konkrétní oblasti či lokalitě, tedy působení mikroklimatických, případně mezoklimatických podmínek (např. teplota, sněhová pokrývka, sluneční záření). Lokalizaci turistických středisek tak ovlivňují klimatické podmínky na třech prostorových úrovních – horizontální klimatická zonalita, vertikální klimatická zonalita a mikroklimatické podmínky (pořadí jejich vlivu se v každé úrovni liší). (Šauer, Vystoupil, Holešinská a kol., 2015, s. 77)

2. Kulturně-historické předpoklady cestovního ruchu

Na rozdíl od přírodních předpokladů, kulturně-historické předpoklady byly vytvořeny člověkem a jeho zásahem do krajiny, oproti liniovému rozmístění přírodních atraktivit, pozorujeme i bodový charakter výstavby. Z pohledu motivace účastníka cestovního ruchu rozlišujeme kulturně-historické předpoklady cestovního ruchu na funkci poznávací a funkci společenskou. Další možností z hlediska časové neměnnosti rozlišujeme stálé atraktivity a nestálé atraktivity. (Šauer, Vystoupil, Holešinská a kol., 2015, s. 80)

Stránský (1976) rozděluje společenské atraktivity na: kulturně-historické památky, kulturní zařízení a kulturní akce. Jednou z nejdůležitějších složek pro cestovní ruch jsou kulturně-historické památky, které bývají pro návštěvníky hlavním impulsem pro návštěvu dané destinace za účelem poznávání a objevování architektury, kultury a historie, např. Kíral'ová, A., (2003) mezi tyto předpoklady zahrnuje jedinečné zajímavosti, kterými jsou hrady a zámky, zábavní parky, národně-historické památky, sakrální památky, muzea, skanzeny, rezervace lidové architektury.

Šauer, Vystoupil, Holešinská a kol. (2015, s. 80) dále rozděluje kulturně-historické památky na architektonické památky (světské a církevní památky), přírodní památky (zahrady, parky, arboreta, rozhledny) a soubory materiálních a duchovních projevů člověka (jazyk, tradice,

umění, hudba, řemesla, volnočasové aktivity, kulturní zařízení dělí na tři kategorie: 1. muzea, galerie a památky, 2. divadla, 3. hvězdárny a planetária. Posledním členěním jsou společenské akce a to kulturní (filmové a hudební festivaly), sportovní (mistrovství, olympijské hry) aj.

Gúčík (2000) dělí kulturně historické předpoklady na: architektonické (hrady, zámky, sakrální památky), umělecko-výtvarná díla (pomníky, sochy, zbraně), folklór (hmotný-obydlí, tradiční umělecká výroba, duchovní-zvyky, tradice), archeologická naleziště ve volné přírodě a muzeální sbírky, místa světových dějin a rodiště, kulturně osvětová zařízení (galerie, skanzeny, divadla).

3. Organizované akce

Toto rozlišení spadá do rozdělení podle Gúčíka (2000), který mezi tyto akce řadí kulturní akce (hudební nebo lidové festivaly), sportovní akce (národní a mezinárodní význam, národní soutěže, mistrovství světa).

1.2.2 Sekundární nabídka

Aby primární nabídka pro cestovní ruch mohla být naplno využívána, tak je třeba zaopatřit i sekundární nabídku. Palatková a Zichová (2014) nazývají sekundární nabídku jako vybavenost destinace a soustředí se na uspokojení sekundárních potřeb návštěvníků. Zatímco atraktivita slouží jako lákadlo, které návštěvníky do oblasti přivádí, vybavenost a služby se zaměřují na uspokojení sekundárních potřeb turistů spojených s jejich pobytem mimo běžné prostředí. Proto se tento prvek nabídky často označuje jako sekundární. Tyto prvky zajišťují podmínky, díky nimž mohou návštěvníci atraktivitu plnohodnotně využívat. Přestože vybavenost destinace sice nefunguje jako ukazatel rozvoje cestovního ruchu, tak ale zásadně přispívá k jeho podpoře. Rozsah a skladba této vybavenosti by měly být v souladu s charakterem a rozsahem primárních aktivit. Sekundární složka nabídky se do určité míry může přizpůsobit poptávce, a to při respektování únosnosti prostředí. Vybavenost destinace se obvykle rozděluje do dvou hlavních skupin: *suprastruktury a infrastruktury*.

Gúčík (2000) používá k dělení sekundární nabídky mimo suprastruktury a infrastruktury ještě **všeobecnou infrastrukturu**, kam řadí místní infrastrukturu (obchodní domy), dopravní infrastrukturu (autoservis, parkoviště), zdravotní infrastrukturu (lékárny a nemocnice), infrastrukturu záchranných složek, ostatní infrastrukturu (poště banka, pojišťovna), sportovně-rekreační zařízení, dopravní infrastrukturu (MHD, letecká a autobusová doprava)

Podobně jako Gúčík (2000) rozděluje Kajzar (2017) sekundární nabídku na základní infrastrukturu danou vybaveností (suprastruktura), doprovodnou-doplňkovou infrastrukturu nabízející služby.

1. Suprastruktura

Součástí suprastruktury jsou ubytovací služby, stravovací služby, sportovně-rekreační, kulturně-společenské, bankovní, směnárenské, pojišťovací, informační, zdravotnické, kadeřnické kosmetické služby aj. Nejvýznamnějším prvkem jsou ubytovací služby a můžeme je dělit na komerčně využívané a nekomerční. Komerčně využívané jsou takové, které mají za cíl finanční obohacení a jsou to např. hotely, penziony, kempy, chaty a chalupy. Certifikace ohledně kvality ubytovacích zařízení nejsou celosvětově sjednoceny. Nekomerční ubytování jsou taková, která slouží pro vlastní potřebu. Dalším významným prvkem jsou služby stravovací, mezi které patří např. restaurace, bary, kavárny, vinárny. (Palatková a Zichová, 2014, s. 61-62)

Gúčík (2000) do suprastruktury řadí pouze ubytovací a pohostinské zařízení.

a) Ubytovací zařízení

Ubytovací zařízení jsou objekty, prostory nebo plochy poskytující veřejnosti přenocování a patří mezi základní infrastrukturu cestovního ruchu. Tato zařízení bývají často spojena se stravovacími službami, ať už v plném, nebo omezeném rozsahu, a mohou také nabízet další doplňkové služby. Lze je rozdělit podle sezónnosti, typu, kapacity a podle zaměření na veřejné nebo soukromé účely. Dále se dělí na komerční zařízení a ta, která neslouží veřejnosti. Různá zařízení se mohou lišit velikostí, vybavením, kvalitou služeb nebo cílovou klientelou. (Zelenka a Pásková, 2012, s. 588-589).

Hromadná ubytovací zařízení jsou definována jako ta, která mají alespoň pět pokojů nebo deset lůžek a jsou primárně určena pro potřeby cestovního ruchu. Zařízení, která nesplňují tuto minimální kapacitu, spadají do kategorie individuálních ubytovacích zařízení, často označovaných jako ubytování v soukromí. (ČSÚ, 2005)

Ubytovací zařízení pro cestovní ruch se běžně klasifikují jako hromadná a individuální. Hromadná ubytovací zařízení poskytují přenocování v pokojích nebo jiných jednotkách a mají minimální kapacitu pro větší počet hostů. (Zelenka a Pásková, 2012, s. 212)

Příklady hromadných ubytovacích zařízení zahrnují hotely, motely, botely, penziony, turistické ubytovny, chatové osady, kempy a další zařízení, která poskytují ubytování veřejnosti, například rekreační zařízení podniků, vzdělávací střediska, historické objekty a lázeňská zařízení. Některá zařízení, jako domovy mládeže, koleje nebo podnikové ubytovny, vyčleňují část své kapacity pro cestovní ruch (Zelenka a Pásková, 2012, s. 207).

Ubytovací zařízení dle Hotelstars Union (2022) pro Českou republiku definuje takto:

1. *Hotel* je ubytovací zařízení, které má alespoň 10 pokojů a poskytuje hostům přechodné ubytování a služby s ním spojené, především stravování. Hotely se řadí do pěti tříd.
2. *Hotel garni* má omezené stravovací služby, nejméně snídaně, a dělí se do čtyř tříd.
3. *Motel* je typ ubytovacího zařízení s minimálně 10 pokoji, který poskytuje přechodné ubytování a služby především pro motoristy. Nachází se u silnic a umožňuje hostům parkování. Může mít recepci a restauraci oddělenou od ubytovací části a splňuje požadavky na kategorii Hotel 1*–4*.
4. *Penzion* je ubytovací zařízení s 5 až 20 pokoji, poskytující omezené společenské a doplňkové služby. Stravování zahrnuje minimálně místnost pro stravování, která může být využita k odpočinku hostů, bez restaurace. Penziony se dělí do čtyř tříd.
5. *Apartmánový hotel / komplex* je typ hotelu, který hostům nabízí ubytování ve studiích nebo apartmánech. Musí mít alespoň 10 těchto jednotek a poskytuje služby podle standardů příslušné třídy hotelu, od 1* do 4*, s možností úrovně Superior. Apartmánové komplexy jsou komerční zařízení pro ubytování turistů, s omezenou nabídkou služeb, zařazené rovněž do tříd 1*–4*.
6. *Specifická hotelová zařízení*:
 - a) *Lázeňský hotel* se nachází v lázeňské oblasti dle zákona č. 164/2001 Sb. a poskytuje lázeňskou péči podle zákona č. 48/1997 Sb. Lázeňský hotel garni splňuje podobné požadavky jako hotel garni.

- d) *Resort / Golf Resort* je uzavřený komplex, který splňuje standardy hotelu 1*–5* a nabízí společenské, kulturní a sportovní vyžití. Golf Resort musí mít navíc alespoň devítijamkové normované hřiště dle ČGF.
- 4. *Dependance* je vedlejší budova ubytovacího zařízení, která nemá vlastní recepci a je spojena s hlavním objektem, který zajišťuje kompletní služby pro hosty. Dependance nesmí být vzdálenější než 500 m od hlavní budovy a nemůže mít vyšší kategorii než hlavní budova.
- 5. *Ostatní ubytovací zařízení* zahrnují:
 - a) Kemp (tábořiště)
 - b) Chatová osada
 - c) Turistická ubytovna

Klasifikace ubytovacích zařízení podle třídy:

1. *Tourist
2. ** Economy
3. *** Standard
4. **** First Class
5. ***** Luxury

Ubytovacím zařízením typu hotel garni, penzion, motel, hotel a depandance mohou být přiděleny maximálně čtyři hvězdičky. Pokud splňují více než povinná kritéria a dostatečný počet nepovinných kritérií, mohou získat označení "Superior"

Klasifikace dalších kategorií:

1. Ubytování v soukromí spravuje Svaz podnikatelů ČR ve venkovské turistice a agroturistice.
2. Kempy a chatové osady jsou v kompetenci Živnostenského společenstva ČR.
3. Turistické ubytovny spravuje Klub českých turistů.

b) Pohostinská zařízení

Zelenka a Pásková (2012) definují pohostinská zařízení jako podniky nebo provozovny, které poskytují služby v oblasti stravování, občerstvení a dalších doprovodných služeb pro účastníky cestovního ruchu. Tyto zařízení zahrnují restaurace, kavárny, bary, fast foody, vinárny a podobné podniky, které jsou navštěvovány za účelem jídla, pití nebo společenského vyžití a často doplňují nabídku cestovního ruchu v dané destinaci. Cílem pohostinských zařízení v rámci cestovního ruchu je zajistit komfort a uspokojení potřeb stravování návštěvníků, což přispívá k atraktivitě destinace a k její celkové ekonomické podpoře.

MMR (n.d) uvádí, že hostinské provozovny jsou rozděleny do různých kategorií na základě převládající činnosti, pro tuto skupinu zařízení je hlavním zaměřením prodej jídel s možností nabídky nápojů a různé formy zábavy a podle statistické metodiky EU se hostinské provozovny restauračního typu rozdělují do následujících kategorií:

1. Restaurace (motocest, pohostinství, motocesty)
2. Samoobslužné jídelny (kafeterie, bufet)
3. Rychlé občerstvení (bistro, kiosek)
4. Jídelní vozy

Všechny hostinské provozovny s výjimkou kategorií občerstvení, kiosek, mají pro hosty WC, oddělené pro ženy a pro muže.

V této kategorii Bary se primárně prodávají nápoje, často v kombinaci s různými zábavními aktivitami. Dále mohou být v nabídce studené pokrmy nebo teplé pokrmy, obvykle minutky. Do této skupiny spadají:

1. Bary (gril bar, pizzerie, snack bar, aperitiv bar, lobby bar)
2. Noční kluby (noční bar, varieté, dancing)
3. Pivnice
4. Vinárny
5. Kavárny a espresso bary

2. *Infrastruktura*

Infrastruktura je souhrn zařízení a systémů nezbytných pro fungování běžného života. Vytváří podmínky pro poskytování služeb, produktů a podporuje různé aktivity v dané oblasti. Vyčleníme si takové, které souvisí právě s turismem. Infrastruktura se dělí na *dopravní infrastrukturu* zahrnující silniční a železniční síť, veřejnou dopravu, letecké koridory, přilehlé parkovací plochy a odpočívadla, *veřejnou infrastrukturu* zahrnující vodovody, osvětlení, kanalizace, telekomunikace aj., *zařízení sportovně rekreačního charakteru* zahrnující zařízení pro pěší nebo cykloturistiku (Palatková a Zichová, 2014, s. 62)

Gúčík (2000) zahrnuje do infrastruktury zařízení, která jsou následující: cestovní kanceláře, turistická informační centra, herny, směnárny, celnice

Galvasová a kol. (2008) definují infrastrukturu jako doprovodné-doplňkové služby, které rozšiřují základní turistickou vybavenost a služby. Přestože se jedná o doplňky, jejich existence mnohdy zásadně ovlivňuje formy a aktivity cestovního ruchu v konkrétní destinaci. Tyto prvky jsou nezbytné pro naplnění turistických cílů návštěvníků a vyznačují se rozmanitostí. Označení „doprovodné“ nijak nesnižuje jejich roli při formování podoby turismu. Často jsou rozhodujícím faktorem pro určení konkrétních forem destinačního cestovního ruchu, zejména pokud základní nabídka sama nestačí k uspokojení návštěvníků, což je v současné fázi vývoje společnosti téměř vždy. Mezi tato zařízení a služby patří *dopravní infrastruktura* (letecká, vodní, silniční, pěší a cyklistická doprava), *technická infrastruktura* (například datové a informační služby), *občanská vybavenost* (včetně sportovních a kulturních zařízení, obchodů, zdravotnických zařízení) a *organizace* zajišťující služby cestovního ruchu, především cestovní kanceláře a turistická informační centra.

1.3 Poptávka v cestovním ruchu

Stejně jako u mnoha dalších pojmů neexistuje ani pro poptávku jednotná definice. Poptávka může být vnímána z hlediska: *ekonomického, psychologického nebo geografického*. (Šauer, Vystoupil, Holešinská a kol., 2015 str. 34).

Ekonomický pohled na poptávku vysvětluje Palatková a Zichová (2014, s. 38), kde charakterizují poptávku jako množství služeb a zboží, které spotřebitelé chtějí nakoupit za určitou cenu a mluví o ní jako o agregátní poptávce, naproti tomu o poptávce jednoho jedince hovoří jako o individuální poptávce. Spotřebitel chce dosáhnout toho, aby maximalizoval svůj užitek. Podobně

poptávku z ekonomického hlediska vysvětluje i Dwyer, L., Forsyth, P. a Dwyer, W. (2010), kteří definují poptávku jako ochotu spotřebitele ohledně nákupu určitého množství služeb nebo produktu za konkrétní ceny.

Pohled na poptávku z *psychologického* hlediska vysvětluje např. Cooper a kol. (2008) a definují ji jako touhu po cestování a sledují u toho, jak se chovají účastníci cestovního ruchu v průběhu cestování.

Definice z *geografického* pohledu se popisuje poptávka, jakým způsobem se prostorově distribuuje poptávka včetně následné identifikace prvků distribuující poptávku. (Šauer, Vystoupil, Holešinská a kol., 2015, s. 34).

Dle Coopera a kol. (2008) rozdělujeme poptávku na *efektivní, potlačenou a nulovou*.

Efektivní poptávka znamená, že v danou chvíli cestuje, chystá se, případně odjíždí z destinace současný počet účastníků cestovního ruchu. *Potlačenou poptávkou* se rozumí, že potenciální účastník cestovního ruchu by rád cestoval, ale v danou chvíli to není možné. Potlačená poptávka se dělí na dva typy a to: potenciální a odložená poptávka. Pokud daná osoba chce vycestovat, ale jsou překážky na její straně, mluvíme o špatné ekonomické situaci, zdravotních problémech, tak se jedná o potenciální poptávku. O *odložené poptávce* hovoříme tehdy, když jsou překážky na straně poskytovatele služeb, např. plně naplněný hotel, přírodní katastrofy. Poslední typ, *nulová poptávka* je charakterizována skupinou osob, kteří nechtějí nebo nemají zájem cestovat a peníze utratí raději za jiné statky, které jsou pro ně atraktivnější. (Šauer, Vystoupil, Holešinská a kol., 2015, s. 34).

1.3.1 Ovlivňující faktory poptávku

Rozdělení a interpretace faktorů ovlivňujících poptávku po cestovním ruchu existuje v podání různých autorů odlišně. Palatková a Zichová (2014, s. 41-42) vidí jako východisko poptávky potřeby, ať už vrozené nebo získané a mohou být ovlivněny osobnostními faktory. Vědomé potřeby mohou být vyvolány prostřednictvím tzv. komunikačního mixu. Jedinci jsou však omezeni při výběru různými faktory, které jsou následně rozdělovány na *motivační a limitující faktory*, kde mohou plynout ze strany nabídky tak poptávky. *Motivační* faktory podporují potenciálního účastníka cestovního ruchu k účasti na cestování, kdežto *limitující* faktory rozhodují o tom, jestli a v jaké míře se daná osoba cestovního ruchu účastní.

Freyer (2011, s. 68) definuje mezi faktory poptávky sedm klíčových oblastí, patří sem: *motivace jedinců, společnost, volného času, životní prostředí, hospodářství, nabídka a stát*.

1. Vliv motivace jedinců

V cestovním ruchu je motivace klíčovým faktorem, který ovlivňuje rozhodnutí jedinců cestovat. Podle teorií push a pull (Crompton, 1979; Uysal a Jurowski, 1994) jsou motivace rozděleny na dvě hlavní skupiny: push faktory, které zahrnují vnitřní potřebu uniknout z běžného prostředí a hledat relaxaci nebo prestiž, a pull faktory, jež představují přitažlivé aspekty destinace, jako kulturní atrakce a přírodní krásy.

Iso-Ahola (1982) rozlišuje dvě dimenze cestovních motivací – hledání vnitřní odměny a únik z každodenního prostředí. Tyto motivace mohou být dále rozděleny na personální (např. objevování sebe sama) a interpersonální složky (např. navazování nových kontaktů). Tento

model nabízí komplexní pohled na to, proč lidé cestují, a zahrnuje osobní i sociální důvody pro účast na cestovním ruchu.

Gúčík (2010) zmiňuje pět hlavních motivů typických pro turisty z ekonomicky vyspělých zemí, mezi které patří objevování nových míst, spontánní činnosti, odpočinek od stresu, aktivní zapojení a kontakt s přírodou.

2. Vliv společnosti

Demografické a sociální faktory, jako věk, rodinný stav, vzdělání nebo volný čas, mají zásadní vliv na poptávku v cestovním ruchu. Různé fáze životního cyklu rodiny vymezují možnosti a preference cestování. Model životního cyklu popisuje devět etap, od mládí po stáří, kdy každý životní úsek představuje rozdílné příležitosti k cestování. Mladí lidé a novomanželé mají větší svobodu a často i vyšší příjem, zatímco rodiny s malými dětmi musí častěji přizpůsobovat destinace a aktivity potřebám dětí. (Šauer, Vystoupil, Holešinská a kol., 2015, s. 41-42)

Gúčík (2010) uvádí, že společenské hodnoty a životní styl, které se s úrovní vzdělání spojují, vedou k zájmu o prožitky a poznání, čímž podněcují růst poptávky po kulturně zaměřeném turismu.

3. Vliv volného času

Pro podmínku cestovního ruchu jako volnočasové aktivity je určitý objem volného času, což je klíčová podmínka pro jeho růst a rozvoj. Volný čas se chápe jako období po vykonání pracovních povinností, základních potřeb a péče o domácnost. Přibližně 25 % bdělého času člověka (bez spánku) zahrnuje každodenní volný čas (asi 6 %), víkendový čas pro odpočinek (12 %) a dovolenou (asi 7 %). (Gúčík, 2010)

Legislativa ve většině zemí upravuje minimální objem volného času. V České republice mají občané každoročně přibližně 126 volných dnů díky víkendům a státním svátkům, ke kterým se přidává minimálně 20 dnů dovolené. Tím se Česká republika řadí k evropskému průměru, a dokonce ke světovému nadprůměru. Nejvíce placených volných dnů mají občané zemí, jako jsou Rakousko a Malta (38 dnů), Francie, Švédsko a Španělsko (36 dnů), nejméně USA (není zákonem stanovená minimální placená dovolená, i když v praxi tomu bývá tak, že firmy nabízí 10-15 dní dovolené u dlouhodobějších zaměstnanců). (Šauer, Vystoupil, Holešinská a kol., 2015, s. 43)

4. Vlivy životního prostředí

Životní prostředí, zejména klimatické a topografické podmínky, ovlivňuje poptávku v cestovním ruchu. Obyvatelé chladnějších oblastí často preferují teplé destinace, zatímco lidé u moře mají menší zájem o pláže. Místní podmínky formují nejen životní styl, ale i cestovatelské preference, což potvrzuje vliv prostředí na chování turistů. (Freyer, 2011)

Urbanizace zvyšuje potřebu rekreace mimo městské prostředí. Vysoké tempo městského života vede k častějšímu vyhledávání přírody, přičemž městští obyvatelé se zapojují do krátkodobých výjezdů do přírody častěji než venkované. Tento trend, označovaný jako emeritní migrace, odráží snahu uniknout z ekologických problémů městského života. (Vystoupil a Šauer, 2011)

Pracovní podmínky rovněž ovlivňují styl dovolené. Lidé s fyzicky náročnou prací mají tendenci vyhledávat odpočinkové dovolené, zatímco ti s kancelářskými zaměstnáními preferují aktivní rekreaci. Tento vztah mezi pracovním stylem a volnočasovými aktivitami ukazuje, jak pracovní návyky formují poptávku po určitém typu dovolené. (Gúčík, 2010)

5. Ekonomické vlivy

Ekonomické faktory hrají významnou roli v účasti obyvatel na cestovním ruchu, přičemž tyto faktory jsou úzce spjaté s úrovní hospodářského rozvoje země. Mezi hlavní ukazatele patří HDP, příjmy obyvatelstva, ceny zboží a služeb, úspory, nezaměstnanost a inflace. Důležitým faktorem je rovněž vlastnictví předmětů dlouhodobé spotřeby, které ovlivňuje možnosti cestování. (Gúčík, 2000).

Růst HDP zvyšuje příjmy domácností, což pozitivně ovlivňuje poptávku po cestování. Vyšší příjmy umožňují větší výdaje na volnočasové aktivity, přičemž se tyto výdaje liší podle sociálních skupin. Důležitým faktorem je také počet ekonomicky činných členů v domácnosti a jejich příjmy, které určují rozpočet pro cestování. Vlastnictví automobilu či rekreačního objektu podporuje krátkodobé výlety, zatímco úspory a půjčky mohou ovlivnit účast na cestovním ruchu, buď ji omezit, nebo podpořit. (Gúčík, 2010).

6. Politické vlivy

Cestovní ruch může být negativně ovlivněn faktory, jako jsou terorismus, ekonomická nestabilita, války a občanské konflikty. V obdobích válečných konfliktů nebo po teroristických útocích dochází k dočasnému poklesu zájmu o cestování, přičemž dlouhodobé války mohou vést k úplnému úpadku cestovního ruchu. Tyto faktory ovlivňují celkové příjmy z cestovního ruchu, ale po čase se situace obvykle stabilizuje. (Linderová, 2015).

Dalším faktorem, který může bránit rozvoji cestovního ruchu, jsou vízové povinnosti, jež zahrnují omezení jako dlouhé čekací doby nebo odmítnutí víza. Naopak bezvízový styk mezi některými státy usnadňuje cestování. Cestovní ruch je rovněž ovlivněn legislativními opatřeními, včetně daňové politiky a měnových regulací, které mají vliv na spotřební chování turistů (Šauer, Vystoupil, Holešinská a kol., 2015).

7. Vlivy nabídky

Objem a skladba poptávky jsou přirozeně ovlivněny i samotnou nabídkou. Subjekty poskytující služby v oblasti cestovního ruchu a další aktéři se věnují řadě činností zaměřených na oslovení potenciálních zákazníků. Patří sem například marketingové kampaně, inovace produktů či zlepšování kvality poskytovaných služeb. (Šauer, Vystoupil, Holešinská a kol., 2015, s. 49)

Mezi jednotlivé vlivy nabídky na poptávku patří: charakter produktu, složený z primární a sekundární nabídky cestovního ruchu), prvky marketingového mixu (cena, propagace, distribuce), kde zejména cena může hrát velkou roli týkající se poptávky a zákazníci mohou být velice citliví v případě zvýšení ceny určitého produktu a reakce může být ve formě snížené poptávky zákazníky. (Palatková a Zichová, 2014, s. 43-44)

1.4 Předpoklad pro rozvoj cestovního ruchu

Potenciál pro rozvoj cestovního ruchu úzce souvisí s nabídkou cestovního ruchu, protože potenciál destinace určuje, co může být součástí její nabídky a jak tato nabídka může být dále rozvíjena, aby přilákala více turistů a zlepšila konkurenceschopnost. Nabídka v cestovním ruchu představuje všechny produkty a služby, které turisté mohou v dané destinaci využít, a potenciál pro rozvoj odhaluje, jaké další možnosti destinace má pro rozšíření této nabídky.

Existuje hned několik přístupů ohledně vymezení předpokladů. Mezi základní vymezení patří členění dle Mariota (1983), který jej rozděluje na *lokalizační, realizační a selektivní předpoklady*.

Podle Sniščáka (2001) lze rozdělit kritéria vhodnosti území do několika kategorií, které zahrnují jak *přírodní faktory* (jako reliéf, klima, čistota ovzduší, flóra a fauna, vodní zdroje), tak i *infrastrukturu a sociální podmínky* (dopravní dostupnost, turistické zázemí, kulturní a historické zajímavosti, demografie, místní podpora rozvoje, hygiena a politické klima). Tato kritéria pokrývají jak poptávkové, tak nabídkové charakteristiky cestovního ruchu a zdůrazňují vztah mezi udržitelným rozvojem a rozvojem cestovního ruchu.

Podle Čertíka (2001) můžeme kritéria potenciálu pro rozvoj dělit na devět kategorií a to: přírodní, kulturně-historické, sociálně-ekonomické, materiálně-technické, politické, ekologické, personální, administrativní, demografické.

V následujících odstavcích si blíže rozebereme jednotlivé předpoklady, rozdělené podle Mariota.

1. Lokalizační předpoklady

Mezi lokalizační prvky patří takové, které tvoří podmínky pro tvorbu samotného produktu a jsou to předpoklady **přírodní** (klima, krajinný reliéf, vodstvo, fauna, flora), **kulturně-historické** předpoklady (kulturně-historické památky, kulturní zařízení-muzea, galerie, hvězdárny aj., společenské akce-kongresové, sportovní, kulturní). (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 34-35).

Hrala (2002) vysvětluje, že lokalizační podmínky, ač druhotného významu pro celkový rozvoj cestovního ruchu, hrají zásadní roli při konkrétním umístění jeho aktivit. Tyto podmínky ovlivňují funkční využití dané oblasti, zejména s ohledem na přírodní možnosti a společenské podmínky, včetně kvality a charakteru atraktivit. Představují fyzický a objektivní základ pro uspokojení poptávky, čímž vytvářejí strukturu pro územní rozložení aktivit cestovního ruchu.

2. Selektivní předpoklady

Tyto prvky cestovního ruchu představují faktory, které ovlivňují poptávku po cestovním ruchu a selektivně působí na výběr konkrétních turistických destinací. Tyto předpoklady pomáhají určit, proč si turisté vybírají určité lokality před jinými. Dělíme je do dvou hlavních skupin, a to jsou **objektivní faktory a subjektivní faktory**. Mezi objektivní faktory patří ekonomické faktory (cenová dostupnost, finanční příjem obyvatel), sociálně-demografické faktory (věková struktura obyvatel, vzdělání a kulturní zázemí), politické a právní faktory (vízová politika, bezpečnostní situace), infrastruktura (dostupnost dopravy, kvalita ubytovacích zařízení), propagace (marketing a reklama, vnímání destinace). (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 37-39).

Hrala (2002) zdůrazňuje, že selektivní (nebo také stimulační) faktory mají primární význam zejména v rozvoji cestovního ruchu, přestože jejich působení má geografický rozměr. Tyto faktory umožňují plné využití cestovního potenciálu v konkrétních destinacích a dále dodává, že zásadní politické faktory, které stimulují rozvoj cestovního ruchu, zahrnují mírovou globální situaci bez válečných konfliktů, stabilní vnitropolitickou situaci a povahu politického systému. Významnou roli také hraje proces moderní urbanizace, který zvyšuje význam měst v životě společnosti.

3. Realizační předpoklady

Tyto prvky představují klíčové faktory, které umožňují praktické uskutečnění cestovního ruchu. Zatímco přírodní a selektivní předpoklady vytvářejí podmínky a přitahují turisty, realizační předpoklady zajišťují, aby turisté mohli skutečně cestovat a užívat si destinaci. Mezi hlavní realizační předpoklady patří: dopravní infrastruktura (dostupnost dopravy, veřejná doprava), ubytovací zařízení (kapacita a kvalita ubytování, diverzifikace služeb), stravovací služby (různorodost stravovacích možností), turistické služby (turistické informační kanceláře, organizace zájezdů a aktivit), technická infrastruktura (zásobování vodou a elektřinou, komunikační technologie), zdravotní a bezpečnostní zajištění (zdravotní služby, bezpečnostní opatření), podpora cestovního ruchu (investice do rozvoje, legislativní rámec). (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 35-36).

Hrala (2002) navíc zmiňuje, že realizační předpoklady představují finální fázi při samotné realizaci různých forem cestovního ruchu.

1.4.1 Potenciál cestovního ruchu

Můžeme ho chápat jako souhrn prvků a předpokladů pro cestovní ruch na daném místě, který ovlivňuje i ostatní faktory např. dostupnost dopravy (Linderová, 2015).

Zelenka a Pásková (2012) jej hodnotí jako souhrn všech předpokladů cestovního ruchu, který je bodově hodnocen na základě bodové škály, od které je odečten záporný vliv nepříznivých faktorů např. špatná kvalita vzduchu, vysoká míra kriminality, znečištěné pláže.

Bína (2002) uvádí, že potenciál cestovního ruchu představuje komplexní hodnocení souboru podmínek dané lokality, z něhož lze odvodit předpoklady pro její budoucí rozvoj. Mezi klíčové faktory patří přírodní prostředí, kulturně-historické hodnoty a vliv lidské činnosti. V tomto kontextu je podle něj důležité zohlednit skutečnost, že některé prvky krajiny nejsou měřitelné, jako například jedinečná atmosféra konkrétních oblastí, kterou nelze kvantifikovat. Autor dále rozlišuje dvě hlavní skupiny faktorů pro rozvoj turistiky: **lokalizační a realizační**. Lokalizační charakteristiky určují, jak dobře lze na daném území umístit a provozovat turistické atrakce. Tyto předpoklady jsou především vyjádřeny přírodními krásami nebo hodnotami kulturního dědictví. Pokud území disponuje oběma těmito atributy, je považováno za oblast s optimálními předpoklady pro růst cestovního ruchu. Realizační faktory zajišťují naplňování potřeb a požadavků návštěvníků. Tyto podmínky se dělí na *dopravní a materiálně-technické*. Dopravní faktory se zaměřují na dostupnost místa, tedy jak snadno a rychle je možné oblast navštívit. Materiálně-technické předpoklady pak souvisejí s vybaveností dané lokality, jako jsou kapacity ubytovacích, stravovacích nebo sportovních zařízení. Tyto možnosti určují maximální počet hostů, které může region efektivně přijmout a obsloužit. Realizační podmínky mají oproti lokalizačním faktorům nižší výpovědní hodnotu, protože jsou více závislé na konkrétních provozních a vybavovacích aspektech destinace.

Z pohledu ekonomického představují předpoklady cestovního ruchu využití infrastruktury, z geografického hlediska se jedná o schopnost vytyčení podmínek pro rozvoj. (Gúčík, 2004)

1.5 Marketingový mix

„Marketingový mix je soubor taktických marketingových nástrojů, které firma používá k úpravě nabídky podle cílových trhů. Marketingový mix zahrnuje vše, co firma může udělat, aby ovlivnila poptávku po svém produktu.“ (Kotler, 2007, s. 70)

Definice říká, že aby firma mohla úspěšně fungovat, musí uvážlivými kroky ovlivňovat poptávku po produktu, a to souborem faktorů, které mají dosáhnout marketingových cílů.

Prvky označujeme zkratkou *4P*, jedná se o anglickou zkratku, kterou použil E. J. McCarthy z Minnesota University v USA, která obsahuje tyto pojmy: *product, price, promotion, place*, v českém překladu jako *produkt, cena, komunikace a distribuce*. Analýzu *4P* označujeme jako základní marketingový mix, a to z pohledu firmy. K ucelenému teoretickému základu by mimo základní *4P*, které mnohdy nestačí, nemělo chybět ještě rozdělení z pohledu zákazníka, a to tzv. *4C*, opět se jedná o zkratku z angličtiny: *customer value, coast to the customer, convenience, communication*, v českém překladu jako *hodnota z hlediska zákazníka, pohodlí, komunikace*. (Jakubíková, 2012, s. 186-187)

1.5.1 Produkt

„Za produkt se považuje to, co lze na trhu nabízet k pozornosti, k získání, k používání nebo ke spotřebě, co má schopnost uspokojit přání nebo potřebu druhých lidí.“ (Jakubíková, 2012, s. 188)

Marketingové aktivity využívají jako základní stavební jednotku produkt, který může být hmotný i nehmotný a v cestovním ruchu může zastávat roli služeb. Služba je charakteristická vlastnostmi, pro které jsou typické neskladovatelnost, nehmotnost, neoddělitelnost, nestálost. Produkt se dělí na jednotlivé úrovně, které se mohou u různých autorů lišit. Rozdělení, které se nejčastěji používá, dělíme dle autorů Kotlera a Armstronga na tři úrovně jako: *jádro produktu, produkt skutečný a produkt rozšířený*. (Jakubíková, 2012, s. 194-196)

V cestovním ruchu můžeme produkt vnímat jako nabídku destinace, ale obecně je to vše, co v danou chvíli a na daném místě uspokojuje požadavky účastníka cestovního ruchu. (Šauer, Vystoupil, Holešinská a kol., 2015, s. 425)

1. Vnitřní, první vrstva

Vnitřní vrstvou označovanou jako jádro nebo také formálním a základním produktem rozumíme to, co zákazník nakupuje. Pro zákazníka to může být jen představa toho, co si myslí, že si nakoupí. Jádro produktu se snaží cílit na potřeby zákazníka tím, že je jakousi představou pro naplnění potřeb, tužeb, ale i očekávání zákazníka a z toho důvodu jej vnímá spíše pocitově. (Jakubíková, 2012, s. 194)

Šauer, Vystoupil, Holešinská a kol., (2015, s. 425) označují primární a sekundární nabídku jako jádro produktu, která rozhoduje o motivaci účastníka cestovního ruchu, kterou destinaci si vybrat.

V cestovním ruchu představuje základní přínos nebo hodnotu, kterou turisté získávají z návštěvy destinace, zaměřuje se na základní důvod, proč turisté cestují do určité destinace, to zahrnuje základní přínosy, tzn. primární důvody návštěvy, jako je relaxace, dobrodružství, kulturní obohacení, emoční přínosy, tzn. pocity a zážitky spojené s návštěvou jako je radost, únik

z každodenního života, vzrušení, funkční přínosy, tzn. praktické aspekty např. dostupnost, pohodlí a bezpečnost. (Kotler a kol., 2017)

2. Druhá, střední vrstva

Je označovaná jako skutečný nebo také reálný produkt. Zákazník tuto úroveň vnímá jako skupinu vlastností určité charakteristiky, které odlišují produkt od jiných značek, opírá se především o konkurenci, např. styl, provedení, značka, obal aj. (Jakubíková, 2012, s. 195)

Šauer, Vystoupil, Holešinská a kol. (2015, s. 425) přirovnávají obal produktu k image destinace a jedná se o kvalitu poskytovaných služeb, brandování destinace nebo i výroba a distribuce suvenýrů.

V kontextu cestovního ruchu zahrnuje konkrétní atributy, které zákazníci hodnotí a zažívají během návštěvy, vychází z teorie hmatatelných a nehmotných prvků, které tvoří nabídku destinace. Z hmatatelných prvků jsou to např. fyzické atributy destinace, jako jsou přírodní a kulturní památky, infrastruktura, ubytovací zařízení a stravovací služby. Z nehmotných prvků lze zmínit služby a zážitky poskytované turistům, jako je kvalita služeb, přístupnost informací, bezpečnost a celková atmosféra destinace. (Kotler a Armstrong, 2004)

3. Třetí, poslední vrstva

Tuto vrstvu nazýváme rozšířeným produktem a vnímáme stejně jako u druhé vrstvy konkurenci. Spotřebitel zde nákupem využívá dodatečné služby jako např. poradenství, platby na splátky, možnost storna zájezdu, odbornou instruktáž aj. Tato vrstva se zaměřuje na řešení stávajících i potenciálních problémů zákazníka, včetně těch, na které ještě nepřišel. (Jakubíková, 2012, s. 195).

Šauer, Vystoupil, Holešinská a kol., (2015, s. 425) sem zahrnují služby, které jsou turistům zprostředkovávány po návštěvě např. informace o nových produktech prostřednictvím e-mailu.

V cestovním ruchu představuje hmotné i nehmotné prvky, které přesahují základní služby a poskytují dodatečnou hodnotu a diferenciaci destinace. V kontextu cestovního ruchu zahrnuje rozšířený produkt doplňkové služby, např. speciální služby a vybavení, které poskytuje dodatečné pohodlí a komfort, unikátní zážitky např. speciální události, aktivity a programy, které nabízejí jedinečné a nezapomenutelné zážitky pro turisty anebo dodatečné vybavení např. různé možnosti doplňkového vybavení a zařízení, které zvyšují komfort a zábavu návštěvníků (Kotler a kol., 2017).

1.5.2 Cena

„Cena je jakousi hodnotou, které jsou zákazníci ochotní se vzdát za získání požadovaného produktu. Placení je možné penězi, zbožím, nebo čímkoliv, co je druhou stranou ceněno.“ (Solomon, Marshall a Stuart, 2006, s. 319)

Tvorba ceny a vytváření cenové politiky tvoří jeden z nejdůležitějších bodů marketingu, a jako jediná ze složek marketingového mixu produkuje příjmy. Tvorba ceny vychází z několika na sebe navazujících kroků. Nejprve bychom si měli stanovit cíle pro cenovou tvorbu. Aby cena mohla být konkurenceschopná, tak správná volba strategie pro tvorbu ceny je dalším důležitým krokem a následné vytvoření taktiky pro cenovou tvorbu. (Solomon, Marshall a Stuart, 1996, s. 572)

Cena představuje hodnotu, kterou zákazník poskytuje za produkt, a může mít různé formy, od peněz po zboží, služby či dokonce přízeň. Je to klíčová složka marketingového mixu, která přináší příjmy, je flexibilní a méně závislá na vnějším prostředí. Cena ovlivňuje zisk a vnímání kvality produktu, zároveň funguje jako prostředník mezi prodávajícím a kupujícím. Při stanovení cen v oblasti služeb je třeba zohlednit marketingové a organizační cíle, charakter služeb, objem prodeje, náklady a konkurenci. K nejběžnějším metodám tvorby ceny patří nákladová, konkurenceschopná a hodnotová metoda, které se liší přístupem k určení ceny, ať už podle pokrytí nákladů, konkurence nebo hodnoty vnímané zákazníkem. (Jakubíková, 2012, s. 229-240)

1.5.3 Distribuce

Distribuce v cestovním ruchu hraje klíčovou roli v přiblížení produktů a služeb zákazníkovi. Tento proces pomáhá překonávat potenciální rozpory mezi poskytovatelem služeb (producentem) a zákazníkem tím, že se zaměřuje na správné umístění služeb v čase, místě a množství. Cílem je zajistit, aby turisté měli snadný přístup k informacím, rezervacím a samotným turistickým atrakcím. Distribuční kanály zahrnují všechny subjekty, které zajišťují převod produktů a služeb od poskytovatelů ke konečným zákazníkům, čímž umožňují bezproblémový přístup k nabízeným zážitkům a službám. Samotná distribuce může být méně pružná než jiné nástroje marketingového mixu, avšak její efektivnost má zásadní vliv na úspěch destinace. (Kotler a kol., 2017).

V oblasti služeb má distribuce specifické charakteristiky kvůli zvláštnostem, jako jsou nehmotnost, neoddělitelnost od poskytovatele a proměnlivost. Často se místo dodání služby k zákazníkovi musí zákazník dostavit na místo jejího poskytování, například cestující musí dojít na terminál, aby mohl použít hromadnou dopravu, nebo navštívit muzeum, aby si prohlédl exponáty. Hotelové pokoje nelze zasílat ani skladovat. V některých případech poskytovatel služeb přijde k zákazníkovi, jako například u cateringových služeb. Distribuci rozlišujeme podle toho, zda má *přímou* distribuční cestu od výrobce nebo poskytovatele služeb k zákazníkovi, nebo *nepřímou*, kde mezi výrobcem nebo poskytovatelem služeb k zákazníkovi figuruje mezičlánek. Přímá distribuční cesta je rychlejší, ale vyžaduje vyšší nároky na obchodní dovednosti poskytovatele. Jak již bylo zmíněno do nepřímé distribuční cesty patří tzv. *mezičlánky*, které dále rozdělujeme na prostředníky, kteří nakupují a vlastní zboží, dále pak na zprostředkovatele, kteří pouze zprostředkovávají obchod za provizi. V cestovním ruchu je prostředníkem touroperátor a cestovní kancelář, tyto subjekty nakupují od dodavatelů dopravní služby, ubytování, stravu, které zkompletují do balíčku produktů, tzv. zájezd. (Jakubíková, 2012, s. 219-221).

1.5.4 Propagace

Nazývá se také komunikační mix a obsahuje komunikační sdělení mající za úkol předání informací, které zvýší povědomí o konkrétní události. Tyto formy sdělení spadají do následujících kategorií: reklama, podpora prodeje, public relations (PR), prodejní personál, přímý marketing. (Kotler a kol., 2017)

1. Reklama

Je považována za nejúčinnější formu propagace ohledně sdělení existence daného produktu nebo služby, má za úkol oslovit široké spektrum potenciálních zákazníků k vyzkoušení jednorázové nebo opakované koupi, podílí se na budování značky, věrnosti zákazníků,

rozšiřování produktu mezi obyvatelstvo, snižuje celkové náklady tak, že čím více lidí si je ochotno produkt nebo službu zakoupit, tím může vést k většímu objemu prodeje, což často znamená nižší náklady na jednotku. Samotná reklama je ale spojena s vysokými náklady. Mezi hlavní zdroje reklamy patří: televizní a rozhlasové spoty, vnější reklama (billboardy, vitríny, reklama na dopravních prostředcích), reklama na internetu: online reklamy na sociálních médiích a vyhledávačích, webové stránky, nabídky zasílané e-mailem. V cestovním ruchu je klíčové vytváření atraktivního obsahu, který zdůrazňuje unikátnost a zážitky, které destinace nabízí. (Jakubíková, 2012, s. 253)

2. *Public relations (PR)*

PR aktivity se zaměřují na budování pozitivního obrazu destinace prostřednictvím vztahů s médii a veřejností. To může zahrnovat organizování tiskových konferencí, zasílání tiskových zpráv a pořádání exkurzí pro novináře, které pomáhají zvyšovat povědomí a pozitivní vnímání destinace. Organizování kulturních a sportovních akcí může také přitáhnout pozornost médií a veřejnosti (Kotler a kol., 2017)

3. *Podpora prodeje*

Podpora prodeje zahrnuje aktivity, které motivují turisty k návštěvě destinací jako jsou např. speciální akce a slevy, rodinné balíčky, last-minute, soutěže, vzorky a ukázky služeb, spolupráce s influencery a blogery.

4. *Přímý marketing*

Jde o propojení podpory prodeje, reklamy a výzkumu trhu. Výhodou přímého marketingu je vyvolání reakce zákazníků v podobě nákupu produktu nebo služby a to tak, že firmy používající přímý marketing mají informace o zákaznících a jejich potřebách, mezi nástroje přímého marketingu patří: direct mail neboli přímé oslovení zákazníků, zásilky, katalogy. (Jakubíková, 2012, s. 266)

1.6 SWOT analýza

Jedná se o marketingovou situační analýzu, která má za úkol prozkoumat stav dané oblasti ve třech úrovních, a to dosavadní vývoj, současnost, předpoklad do budoucna. SWOT analýza je snadným nástrojem pro určení strategické pozice firmy nebo destinace s ohledem na interní a externí podmínky. Poskytuje informace o *silných stránkách (Strength)* a *slabých stránkách (Weakness)*, stejně jako o potenciálních *příležitostech (Opportunities)* a *hrozbách (Threats)*. Cílem organizace nebo destinace by mělo být minimalizování slabých stránek, posilování silných stránek, využívání okolních příležitostí a předvídání a ochrana před možnými hrozbami. Tím lze dosáhnout konkurenční výhody. Pro to je však nutné mít dostatek kvalitních informací z organizace nebo destinace a jejího okolí. Silné a slabé stránky se vztahují k interním aspektům organizace nebo destinace, zahrnující hodnocení zdrojů a jejich využití, plnění cílů. Příležitosti a hrozby vyplývají z externího prostředí, které obklopuje organizaci nebo destinaci a ovlivňuje ji prostřednictvím různých faktorů. (Kozel R. a kolektiv, 2006, s. 39)

1.6.1 Vnitřní a vnější prostředí

Vnitřní vlivy pocházejí z území samotného, vnější vlivy působí z jeho okolí. Je důležité přesně definovat, co máme na mysli – vnitřní vlivy jsou silné a slabé stránky území, zatímco vnější vlivy představují příležitosti a rizika zvenčí. Tento rozdíl není vždy jasně vymezen, což je patrné například v některých SWOT analýzách. Pro ilustraci: „povodně“ jsou rizikem, pokud vznikají mimo území, zatímco „nepřipravenost na povodně“ je slabou stránkou. Podobně „tranzitní doprava“ je vnějším rizikem, pokud jde o její nárůst, ale může být i slabou stránkou, pokud způsobuje přetížení centra obce. Také „vandalismus“ může být vnitřní (slabá stránka) nebo vnější (riziko, pokud ho způsobují turisté nebo návštěvníci). (Půček, 2020)

1.6.2 Silné a slabé stránky

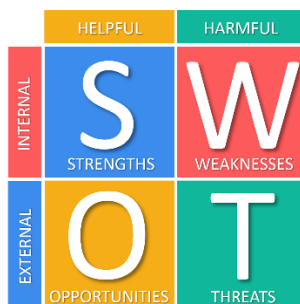
Jedná se o první dvě zkratky SW hodnotící se prostřednictvím interních analýz a hodnotících mechanismů. Při zkoumání těchto aspektů může jako základ pro vyjádření konkrétního stavu sloužit klasifikace hodnotících kritérií buď dle marketingového mixu, nebo podrobněji podle jejich jednotlivých charakteristik. Silnou stránkou se rozumí ty interní faktory společnosti (zdroje, schopnosti, dovednosti), jež posilují její postavení na trhu. Tyto faktory lze využít pro definování konkurenční výhody. Mezi slabé stránky se zapisují ty aspekty, ve kterých firma nevyniká, nebo oblasti, kde konkurenti dosahují lepších výsledků. (Jakubíková, 2012, s. 98-99)

1.6.3 Příležitosti a hrozby

Jedná se o zkratky OT, hodnotící se prostřednictvím externího prostředí, do sloupce příležitostí se zapisují události, které mohou zvýšit zájem zákazníků a učinit tak firmu nebo destinaci úspěšnější. Ve sloupci hrozeb se zapisují události, které mohou způsobit nespokojenost zákazníků. (Jakubíková, 2012, s. 99)

1.6.4 Postup

Postup při vytváření SWOT analýzy vychází ze sběru dat, které jsou seřazeny do tabulky a rozděleny na silné a slabé stránky v řádcích, a příležitosti a hrozby ve sloupcích viz. obr. 1 Pokud existuje mezi jednotlivými faktory vztah, můžeme použít znaménka plus nebo mínus, pokud vztah mezi jednotlivými vlastnostmi neexistuje, tak použijeme nulu. Pro SWOT analýzu je důležité se soustředit na kombinaci S-O a W-O. S-O nám ukazuje využití silných stránek, které by měly vést k úspěchu, W-O naopak. (Jakubíková, 2012, s. 98)



Obr. 1: Matice SWOT analýzy

Zdroj: Business-to-you.com (2024)

SWOT analýzu lze aplikovat na území, téma nebo projekt, který dobře známe. Jejím cílem je popsat nebo hodnotit daný jev v konkrétním okamžiku. Důležité je vždy uvádět, kdy a kým byla analýza vytvořena. Obvykle je před SWOT analýzou nutné získat relevantní informace (např. rešerše, datové analýzy) a ověřit jejich pravdivost, protože nesprávná data mohou vést k chybným závěrům. SWOT analýzu může provádět jednotlivec nebo tým. Pokud máme správné údaje a dostatečné znalosti, její vytvoření není složité. Pro správné sestavení je třeba mít k dispozici:

1. Relevantní a ověřené informace, nikoliv neověřené nebo zkreslené údaje
2. Dobrý přehled o místních podmínkách a okolnostech
3. Znalost souvislostí a kontextu situace

Pokud jsou vstupní údaje chybné nebo neznáme místní podmínky, může analýza procesně splnit svůj účel, ale obsahově bude nesprávná a vést k chybným závěrům.

SWOT analýza může být provedena jako rychlá nebo komplexní. Rychlá analýza je určená pro rychlá rozhodnutí (např. při rozhodování o nových turistických atrakcích), kde je kvalita analýzy přímo závislá na kvalitě vstupních dat a schopnosti tvůrce je správně vyhodnotit. Tato analýza má svou hodnotu, ale nesmí být přeceňována. Komplexní analýza je náročnější, vyžaduje více času, ale je přesnější, protože se klade důraz na ověření informací a znalost místních podmínek. Pokud to okolnosti umožňují, je lepší upřednostnit komplexní přístup. (Půček, 2020)

1.6.5 Strategické řízení

SWOT analýza se často používá při strategickém řízení jako souhrnná analýza, která slouží jako základ pro tvorbu vize, cílů a opatření a návrhů na zlepšení. Na jejím základě lze přijímat rozhodnutí o strategii. Existuje několik přístupů, jak využít výsledky SWOT analýzy pro řízení:

1. *Strategie „maximalizace užitku“ (komplexní přístup):* Tato strategie se zaměřuje na využití silných stránek a příležitostí k jejich posílení, zároveň se minimalizují rizika a eliminují slabé stránky. Tento přístup může být náročný kvůli omezeným zdrojům.
2. *Strategie „silné stránky + příležitosti“ (maxi-maxi):* Staví se na silných stránkách a využívají se příležitosti k jejich posílení.
3. *Strategie „slabé stránky + příležitosti“ (mini-maxi):* Zaměřuje se na využití příležitostí ke zlepšení nebo odstranění slabých stránek.
4. *Strategie „silné stránky + hrozby“ (maxi-mini):* Tato strategie využívá silné stránky k minimalizaci hrozeb a rizik, čímž chrání silné stránky před negativním vlivem.
5. *Strategie „slabé stránky + hrozby“ (mini-mini):* Zaměřuje se na minimalizaci slabých stránek a řízení rizik, aby se předešlo jejich dalšímu zhoršení.

(Půček, 2020)

2 Praktická část

Praktická část této práce se zaměřuje na analýzu cestovního ruchu v oblasti Slapské přehrady, významného letního rekreačního střediska, která každoročně přitahuje návštěvníky nejen z řad místních obyvatel, ale i turistů z celé České republiky. Cílem této části je komplexně zhodnotit současnou nabídku cestovního ruchu a identifikovat možnosti pro její další rozvoj.

První část analýzy se zaměří na zhodnocení nabídky cestovního ruchu přímo u vodní nádrže Slapy a blízkého okolí v okruhu 10 km vzdušnou čarou. Tento přístup umožní lépe pochopit, jaké služby a zařízení jsou v oblasti dostupné, jaké typy turistických aktivit se nabízejí a do jaké míry jsou jednotlivé oblasti zaměřené na letní rekreaci u vody.

Dále bude provedena podrobná analýza konkrétní nabídky na vybraných plážích v okolí Slapské přehrady, a to s využitím nástrojů marketingového mixu. Tato metoda umožní identifikovat klíčové atributy produktů a služeb, které jsou pro návštěvníky dostupné, a posoudit, jakým způsobem jsou tyto služby propagovány a za jakých podmínek nabízeny.

Součástí praktické části je také průzkum návštěvnosti v oblasti pomocí dotazníkového šetření. Tato část umožní získat přímou zpětnou vazbu od návštěvníků přehrady, což přispěje k hlubšímu pochopení jejich preferencí, spokojenosti s nabídkou služeb a motivace k návštěvě. Výsledky průzkumu budou analyzovány s cílem poskytnout relevantní údaje, které mohou být využity při plánování budoucího rozvoje cestovního ruchu v oblasti Slapské přehrady.

Závěrečná část analýzy bude věnována SWOT analýze, která umožní odhalit silné a slabé stránky současné nabídky cestovního ruchu, stejně jako příležitosti a hrozby, které by mohly ovlivnit další rozvoj oblasti. Tento krok je klíčový pro formulaci doporučení k rozvoji turistické nabídky, která by mohla přispět k lepší atraktivitě Slapské přehrady jako rekreační destinace.

1. Hlavní cíl:

Komplexně zhodnotit současnou nabídku cestovního ruchu v oblasti Slapské přehrady a identifikovat možnosti pro její další rozvoj.

2. Vedlejší cíle:

Analyzovat nabídku cestovního ruchu nejen na Slapské přehradě, ale i v přilehlých oblastech cca 10 km kolem Slapské přehrady a její zaměření na letní rekreaci u vody. Tento cíl se soustředí na zmapování turistických možností v širším okolí přehrady a posouzení, jak dobře tato nabídka odpovídá potřebám letních rekreantů.

Prozkoumat marketingový mix na vybraných plážích kolem Slapské přehrady a jeho vliv na atraktivitu těchto míst pro návštěvníky. Tento cíl zahrnuje analýzu propagace, produktů a služeb na plážích a vyhodnocení, jakým způsobem jsou tyto aspekty navrženy pro přitahování turistů.

Provedení SWOT analýzy k identifikaci silných a slabých stránek současné nabídky a příležitostí pro rozvoj CR v oblasti Slapské přehrady. Tento cíl se zaměřuje na strategické zhodnocení stávajícího stavu cestovního ruchu a hledání možností pro jeho zlepšení. Provedení dotazníkového průzkumu mezi návštěvníky Slapské přehrady pomůže k analýze jejich spokojenosti, preferencí a motivace k návštěvě. Tento cíl se soustředí na získání přímé zpětné vazby od turistů, což pomůže při formulaci doporučení pro zlepšení nabídky a přitáhnutí více návštěvníků.

2.1 Charakteristika a historie Slapské přehrady

Vodní dílo Slapy nese samostatnou podkapitolu a v rámci tématu letního cestovního ruchu má zásadní vliv na budování infrastruktury kolem přehrady. Dle rozdělení podle Gúčika (2000) se řadí k primární nabídce cestovního ruchu v sekci Technická díla.

Samotná hráz, se nachází na řece Vltavě 40 km jižně od Prahy ve Středočeském kraji, konstrukce hráze je betonová, koruna je dlouhá 260 m, tyčí se 67,5 m nad základy a vede po ní silnice II. třídy. Korunový přepad je tvořen čtyřmi hrazenými segmenty, přičemž spodní výpusti jsou umístěny na koncích hráze. Elektrárna s třemi Kaplanovými turbínami je integrována do paty hrázového tělesa a je navržena jako přeléváná. Plánované plavební zařízení nebylo zrealizováno kvůli finančním omezením a časové tísní během stavby, což vedlo k provádění řady studií. V současnosti se malá plavidla do hmotnosti 3,5 tuny převážejí přes vodní dílo pomocí speciálních vlečných zařízení tažených traktorem. Hlavním cílem přehrady je využití průtoku a spádu řeky ke generaci elektrické energie, podpora průtoků na dolní Vltavsko-Labské vodní cestě a zajištění zásob pitné a průmyslové vody. Dále slouží k částečné ochraně území pod vodním dílem, zejména Prahy, před povodněmi, podporuje rybářské hospodářství a poskytuje možnosti pro sportovní aktivity a rekreační vyžití. Vodní nádrž, dlouhá 43 km, s rozlohou vodní plochy 1162,6 ha a objemem 269,30 mil. m³, se stala oblíbeným rekreačním místem pro obyvatele Prahy a okolí, díky čemuž je možné navštívit zajímavá místa podél nádrže nejen po souši, ale také prostřednictvím lodní dopravy. (Povodí Vltavy, 2013)

Místo Slapské přehrady zde původně byly tzv. Svatojánské proudy, což bylo označení pro peřeje Vltavy mezi Štěchovicemi a Slapy. Vodní dílo Slapy je součástí Vltavské kaskády, kde představuje její třetí stupeň. (Povodí Vltavy, 2013).

Vltavskou kaskádou rozumíme úpravu Vltavy tak, aby byla řeka splavná. První návrh pochází za dob středověku Karla IV., který měl představu o propojení Vltavy s Dunajem, což mělo z Prahy učinit obchodní centrum v Evropě. První projekt vznikl ale až v roce 1894, který navrhla firma Lanna-Vering, jednalo se o 33 jezů vysokých od 2 až 4 m splavných pro lodě s nosností 600 až 700 tun. Po roce 1901 a vydání Vodocestného zákona vznikly další studie, které zohledňovaly i využití vodní energie. Inženýr Rudouš v roce 1911 předložil návrh na vysoké přehrady u Slap a Orlíka, které se staly základem pro poválečné úpravy. Po první světové válce se střetly dva hlavní zájmy: plavba a energetika. V roce 1922 navrhli inženýři Hromas a Štěpán deset stupňů mezi Prahou a Českými Budějovicemi, včetně přehrady o výšce 70 metrů. Tento projekt vyvolal spor, který trval deset let. Nakonec se začala realizovat stavba zdymadla u Vraného nad Vltavou. V roce 1938 byla zahájena výstavba přehrady u Štěchovic, dokončená v roce 1945. Po druhé světové válce odborníci usoudili, že je nutné vybudovat velké přehrady akumulující vodu. Tak vznikly přehrady Slapy a Orlík na střední Vltavě a Lipno na horní Vltavě. Původní plán na výšku slapského stupně byl upraven na 37,4 m, s akumulačním objemem 60 milionů m³. Vodní dílo Slapy, dokončené v roce 1955, muselo být situováno ve Svatojánských proudech. Plavební komory byly navrženy pro lodě s výtlačkem 300 t. Vhodné místo pro vysokou přehradu se našlo 11 km výše, kde vznikla vodní díla Kamýk a Orlík. Orlická přehrada, dokončená v roce 1962, završila výstavbu středovltavských děl. (Povodí Vltavy, 2013).

Přehrada Slapy, vybudovaná jako první z velkých přehrad Vltavské kaskády, nabízí významné možnosti pro rekreační využití. Vzhledem k vyšší rekreační návštěvnosti oproti přehradě Orlík je na Slapech preferováno menší kolísání hladiny, což umožňuje lepší podmínky pro vodní sporty a

další volnočasové aktivity. Tato regulace ve spolupráci s vodním dílem Orlík zajišťuje vhodné podmínky pro turismus, který je na přehradě Slapy výrazně rozvinutý, čímž přehrada přispívá k popularitě Vltavské kaskády jako destinace pro rekreaci a odpočinek. (ČVUT, 2022)

Přehled vodních děl podle toku Vltavy tzv. Vltavská kaskáda v tabulce č. 1.

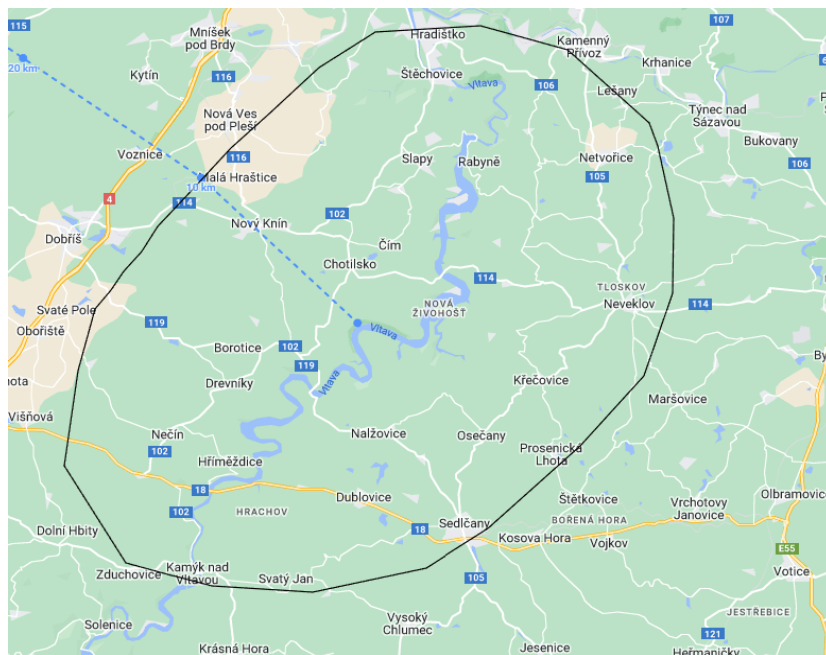
Tab. 1: Vltavská kaskáda

VD	říční km	vznik	stavba roky
Lipno I	329,54	1952-1959	7
Lipno II	319,12		
Hněvkovice	210,39	1986-1992	6
Kořensko	200,41	1986-1991	5
Orlík	144,7	1954-1961	7
Kamýk	134,73	1957-1961	4
Slapy	91,694	1949-1955	6
Štěchovice	84,44	1937-1945	8
Vrané	71,325	1930-1936	6

Zdroj: vlastní zpracování, (Povodí Vltavy, 2013)

2.2 Vymezení zkoumaného území

Zkoumané území, viz obr. 2, zahrnuje oblast Slapské přehrady a okolních obcí, které jsou ovlivněny turistickým ruchem přehrady. Hlavní osa tohoto území sleduje tok Vltavy od obce Hradištko na severu po oblast jižně od Hřiměždí ke Kamýku nad Vltavou. Geograficky se jedná o oblasti zahrnující obce a katastrální území Hradištko, Štěchovice, Lešany, Rabyně, Netvořice, Křečovice, Neveklov, Radič, Dublovice, Svatý Jan, Příčovy, Sedlčany na východě, na západní straně zasahuje oblast k Malé Hraštici, Novému Knínu, Slapy, Borotice, Čím, Chotilsko, Nečín, Nalžovice, Hřiměždice. Klíčové jsou nejen obce, ale i šest nejznámějších pláží, kde je velký potenciál cestovního ruchu v letních měsících, a to Rabyně, Měřín, Nová Živohošť, Ždáň, Stará Živohošť, Županovice. Okolí Slapské přehrady je zalesněné, proto je přístup do vody značně omezený ale vzhledem k sezónnosti, je vybrané území pláží dostačující. Samotná Slapská přehrada, kterou protéká řeka Vltava, hraničí severně s vodní nádrží Štěchovice a jižně s hrází vodního díla Kamýk. Samotná nádrž leží při těchto obcích, pravý břeh obklopují ze severu: Rabyně, Nebřich – část obce Neveklov, Blažim – část obce Neveklov, Křečovice, Hrazany – část obce Radič, Křepeň, Nalžovice, levý břeh ze severní strany: Slapy, Buš, Čím, Chotilsko, Borotice, Županovice.



Obr. 2: Vymezení zkoumaného území

Zdroj: Googlemaps.com (2024)

2.3 Analýza nabídky CR

Analýza nabídky CR v oblasti Slapské přehrady a jejího blízkého okolí se zaměří na hodnocení a kategorizaci služeb a atraktivit, které přispívají k turistickému potenciálu této oblasti. Slapská přehrada představuje významnou destinaci pro domácí i zahraniční turisty, především díky své přírodní scenérii, možnostem rekreačního využití a dostupnosti různých služeb. V rámci analýzy bude provedeno rozdělení nabídky do tří hlavních kategorií podle Gúčika: *primární, sekundární, organizované akce*

2.3.1 Primární nabídka

V rámci hodnocení primární nabídky cestovního ruchu na Slapské přehradě bude také zohledněna role okolních obcí a jejich vliv na atraktivitu celé oblasti. Přilehlé obce přinášejí důležitý příspěvek k turistickému potenciálu tím, že rozšiřují spektrum přírodních, kulturně – historických atraktivit, které návštěvníci mohou objevovat mimo hlavní rekreační zónu přehrady. Opírám se o teoretickou část podle Gúčika (2000), která je rozdělena na přírodní a kulturně-historické předpoklady CR.

1. Přírodní podmínky na obr. 3

a) Geomorfologické poměry

Oblast Slapské přehrady spadá do geomorfologického celku Středočeská pahorkatina, který je součástí Českomoravské subprovincie. Tento celek se nachází ve středních Čechách a jeho charakteristickým rysem je kopcovitý reliéf s oblými vrcholky a hlubokými údolími. Konkrétní částí, do které spadá Slapská přehrada, je Benešovská pahorkatina, jež je charakteristická členitým terénem, který tvoří malebnou krajinu s turistickým a rekreačním potenciálem.

- *NPR Drbákov-Albertovy skály*

Tato rezervace se nachází na pravém břehu Slapské přehrady, v obci Nalžovice. Území rezervace je geologicky pestré, s výskytem vyvřelých hornin, jako jsou bazalty, andezity a ryolity, a dále granodiority a křemenné porfyry. V některých puklinách hornin se ukládá uhličitán vápenatý. Kvartérní sedimenty se zde omezují na svahové suti, které jsou odolné proti zvětrávání a obsahují minimum jemnějších částic. Půdní pokryv je řídký na strmých svazích a skalách, zatímco na mírnějších svazích se nacházejí kamenité, často hlinité půdy. Lesy v jižní části území jsou bez zásahů, s obnovou smíšených porostů na místech, kde byl dříve vysazen smrk, a doubravy se podle potřeby prosvětlují. Rezervaci vede okružní stezka z 50. let, jejíž pohyb mimo vyznačené trasy je z důvodu ochrany přírody zakázán. (Ochranaprirody.cz, 2024)

- *PR Kobylí dráha*

V okruhu 10 km od Slapské přehrady se nachází PR Kobylí dráha, která se nachází v obci Hradištko u pravého břehu vodní nádrže Štěchovice. Území je tvořeno převážně kaňonovitým svahem lemovaným kameny. (Drusob.nature.cz, 2024)

- *PP Teletínský lom*

Jedná se o maloplošné chráněné území se zatopeným, opuštěným lomem, nacházející se východně od obce Teletín. Území je významné pro svůj geologický jev magmatických brekcií na rozhraní středočeského plutonu a jílovského pásma. Mezi hlavní horniny zde patří biotitická žula, amfiboliticko-biotitický granodiorit a biotiticko-amfibolitický křemenný diorit, který tvoří nejstarší a nejtmaší horninu lokality. Na tuto horninu později pronikla mladší, fluidální hornina, která narušila diorit a vytvořila tak barevné obrazce, odhalené těžbou. V lomu se nacházejí také žíly aplitu a pegmatitu. Dřívější těžba kameniva byla využita na stavbu Štěchovického zdymadla a také poskytovala kámen pro Slapskou přehradu. (Cenia.cz, 2024)

- *PR Vymyšlenská pěšina*

Nachází se na levém břehu vodní nádrže Slapy, mezi obcemi Smilovice a Kobylníky, vyznačuje se skalnatým srázem o rozloze 67,19 ha. Toto území zahrnuje významný říční fenomén střední Vltavy, kde skalnatý terén tvoří proterozoické vyvřeliny jílovského pásma, s přechody od andezitových metabazitů ve střední části až po ryodacitové a dacitové tufy na jihu a tonalitová tělesa na východě. Povrch oblasti zahrnuje různé půdní typy od hnědozemí po skalnaté rankery. Historicky patřilo území Rytířskému řádu Křižovníků s červenou hvězdou, a pojí se s ním i legenda o zlatém koni, který údajně lákal návštěvníky svou nádherou. V roce 1999 byla podél této oblasti zřízena Naučná stezka Vymyšlenská pěšina, která zpřístupňuje cenné přírodní a historické aspekty této krajiny. Oblast je ohrožena rekreačními aktivitami a potenciální těžbou zlata v sousedním Mokrsku. (Ipac.svkl.cz, 2024)

- *PP Rybník Starý u Líchov*

Tato PP se nachází v obci Dublovice, okrese Příbram a je významný pro výskyt biotopu obojživelníka kuňky ohnivě. Rybník je aktuálně zanedbaný a celá plocha je zarostlá orobincem a rákosem. (Středočeský kraj, 2017)

- *PP Smetanova vyhlídka*

Smetanova vyhlídka u Třebšína, postavená roku 1974 na počest Bedřicha Smetany, dnes není přístupná, protože leží na soukromém pozemku. Smetana zde čerpal inspiraci k symfonii Má vlast (Vltava), obdivujíc Svatojánské proudy, které zanikly při stavbě Štěchovické přehrady. Na protějším břehu se nachází trampská osada Ztracenka, založená v roce 1918 jako první svého druhu v Česku. (Kudyznudy.cz, 2024)

- *Vyhlídka Máj*

Vyhlídka Máj je situována nedaleko obce Teletín a nachází se nad bývalými Svatojánskými proudy. Poskytuje jeden z nejpůsobivějších výhledů na Vltavu, která zde protéká hlubokým skalnatým kaňonem a vytváří podkovovitý zákrut, jenž působí jako fascinující přírodní úkaz. Vyhlídka Máj leží na vysokém skalním masivu přímo nad lokalitou, kde dříve existovaly Svatojánské proudy. Tyto proudy, nacházející se na úseku mezi Štěchovicemi a Slapy, byly proslulé svou nebezpečností kvůli prudkým peřejím, které komplikovaly voroplavbu. Oblast byla v roce 1943 zatopena v důsledku vybudování Štěchovické přehrady, což zároveň znamenalo konec dopravy dřeva po řece. Návštěvníkům je doporučeno, aby dbali zvýšené opatrnosti, protože nejsou zaopatřena bezpečnostní opatření, jako zábradlí nebo umělá plošina. (Kudyznudy.cz, 2024)

- *Rabyňská vyhlídka*

Vyhlídka se nachází u pravého břehu Slapské přehrady, odkud je vidět krásné panorama oblouku Vltavy s poloostrovem Ždán a autokempem Skalice.

- *Měřínský vodopád*

Tento vodopád je vysoký 10 m se sklonem 50° a nachází se těsně před ústím do Slapské přehrady. Vodopád je vhodné navštívit po dnech s většími srážkami, protože jím moc vody během letních, teplých dnů neprotéká. Z obce Měřín a je horší přístupnost, proto je lepší k vodopádu dojet lodkou.

- *Pláže*

Samotným plážím se budu věnovat podrobněji v podkapitole marketingového mixu, pro účely sekundární nabídky zmíním tyto pláže: pláž Nová Živohošť, Stará Živohošť, Ždán, Měřín, Nová Rabyň, Županovice. (Slapy.cz, 2007)

b) Klimatické podmínky

Oblast Slapské přehrady stejně jako celá Česká republika se nachází v mírném teplotním pásmu, a dle Quitoovy klasifikace se nachází v mírně teplé oblasti, konkrétně MW11, kde se počet teplých dnů pohybuje v rozmezí 40-50 a průměrná červencová teplota 17-18 °C. Pro toto pásmo je charakteristická rovnoměrná distribuce srážek po celý rok, pokud jej posuzujeme z globálního hlediska. (Cartography.upol.cz, 2011)

Léto bývá v této oblasti označováno za dlouhé, teplé a suché, např. srážkový úhrn v období od června do srpna v roce 2023 dosahoval přibližně 214 mm a územní teploty v tomto období byly průměrně 19,2 °C. (CHMI, 2021)

Přítomnost Vltavy a okolních kopců přispívá ke krajinářské hodnotě oblasti, což činí tuto lokalitu oblíbeným cílem pro návštěvníky.

- c) *Biogeografické podmínky*
 - *Rostlinstvo a živočišstvo*

Slapská přehrada je domovem rozmanitého spektra vodních a okolních živočichů, kteří tvoří bohatý ekosystém. Mezi nejčastěji se vyskytující ryby patří kapr obecný, lín obecný, štika obecná, sumec velký, okoun říční, cejn velký, candát obecný, ježdík obecný, úhoř říční. Vodní plochy obývá také zřídka i tolstolobik bílý, dokonce byla na přehradě spatřena i užovka podpalmatá. Na dně přehrady lze narazit na škeble rybničné. (Vondrášek, 2001)

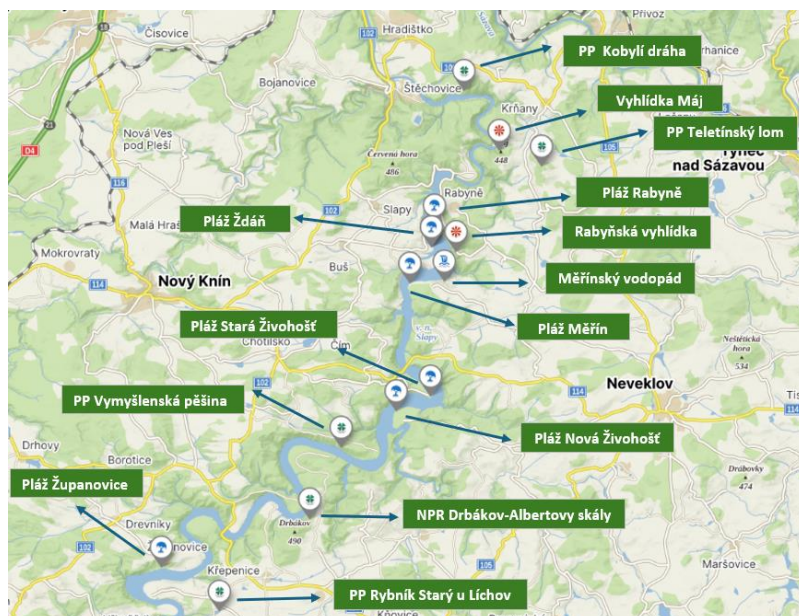
Na pravém břehu Vltavy v NPR Drbákov – Albertovy skály se zachovala přírodní společenstva skal a sutí s výskytem ohroženého tisu červeného. Severní a západní svahy zahrnují různorodé lesy – zejména suťové porosty s tisem, nízké doubravy, dubohabrové a habrové bučiny a také reliktní bory. Najdeme zde i kyselé a bazické skalní stepi. Mezi významné rostliny patří teplomilné druhy, jako jsou bělozářky, chrpa Triumfettiho a koniklec luční načernalý. Faunu zde reprezentují hlavně bezobratlí, například střevlíci a vzácný druh dřepčíka. Na otevřených skalách se vyskytují saranče modrokřídlá a cikáda chlumní. Významný je výskyt motýla okáče bělopásného, který je vázaný na slunné, řídké borové a dubové lesy – proto je tato rezervace pro něj důležitou lokalitou. Mezi další vzácné motýly patří modrásek rozchodníkový, ostruháček kapiníkový a okáč kluběnkový. Z obojživelníků zde žije mlok skvrnitý a ropucha obecná, z plazů je významná kriticky ohrožená ještěrka zelená, dále užovka hladká a ještěrka obecná. Z ptáků zde kromě běžných lesních druhů hnízdí také včelojed lesní, výr velký a puštit obecný. (Ochranaprirody.cz, 2024)

PR Kobylí dráha představuje suťové doubravy, suťové habrové lesy a části skalních stepí, kde se vyskytuje mnoho ohrožených a chráněných druhů rostlin a živočichů. (Drusob.nature.cz, 2024)

Dnes už Teletínský, zatopený lom slouží jako útočiště pro obojživelníky, například skokana hnědého a čolka obecného, i pro plazy, například užovku hladkou. (Cenia.cz, 2015)

V PR Vymyšlenské pěšině dominují kyselé doubravy s příměsí smrku a akátu, zatímco na sutích roste habrová javořina. Mezi charakteristické rostliny patří například kostřava sivá, tařice skalní, srdívka jednokvětá a vřes obecný. Území slouží také jako hnízdiště pro ptáky a poskytuje útočiště pro ještěrku zelenou a drobné bezobratlé, včetně reliktního plže *Vertigo alpestris*. (Ipac.svkkl.cz, 2024)

V PP rybník Starý u Líchov je významný pro přítomnost kuňky ohnivé (Středočeský kraj, 2017)



Obr. 3: Primární nabídka (Přírodní předpoklady) CR Slapy a okolí 10 km

Zdroj: vlastní zpracování, (Mapy.cz, 2024)

2. Kulturně-historické předpoklady na obr. 4

a) Architektonické památky a světské

- *Historické centrum Nového Knína*

Město se nachází západně od Slapské přehrady, v okrese Příbram, má bohatou historii sahající od mladého paleolitu přes období keltských oppid až po středověkou éru zlaté horečky. Jeho význam začal růst ve 12. století, kdy se stalo centrem těžby zlata a později královským horním městem s výsadami potvrzenými Karlem IV. a dalšími panovníky. Dnes návštěvníky láká malebný historický ráz s dochovanými památkami, muzeum hornictví v budově bývalé Mincovny a naučné stezky, které odhalují dávnou těžební historii v okolní krajině. Nový Knín je ideální destinací pro milovníky historie, přírody a autentické atmosféry středověkého města v srdci České republiky. (Město Nový Knín, 2024)

- *Rozhledna Veselý vrch*

Nachází se u Mokrska (489 m) a je 42 m vysoká ocelová věž z roku 1999, sloužící jako základnová stanice radiotelefonní sítě. Vyhlidková plošina ve výšce 25 metrů je dostupná po 137 průhledných schodech. Při otevření 3. července 1999 zde vystoupil Václav Upír Krejčí a cyklista Josef Dressler, který zdolal schody na kole. Za ideálních podmínek jsou odsud vidět i Alpy. Výhled na povltavskou krajinu s modrými zákrutami Slapského jezera je jedinečný. V hlavní sezóně červen-srpen otevřena od úterý do neděle od 10-18:00, vstupné 30 Kč/osobu, dítě do 6 let zdarma. (Chotilsko.cz, 2024)

- *Drtinova rozhledna*

Drtinova rozhledna, obnovená v roce 2015 na vrchu Besedná (496 m), nabízí vyhlídkovou plošinu ve výšce 20 metrů. Dílo architekta Jiřího Ondřícha připomíná původní stavbu z roku 1926, zejména díky specifické střeše. Za jasného počasí poskytuje výhled na střední Čechy, Prahu, Benešovsko, Neveklovsko, Sedlčansko a Brdy. (Ic Chotilsko, 2024)

- *Rozhledna Drahoušek*

Betonová věž z roku 2003 je vysoká 48 metrů, s krytou vyhlídkou ve výšce 32 metrů, odkud je vidět na Brdy, Sedlčany a pražský Žižkov. V hlavní sezóně červenec-srpen otevřena denně od 10-17:00, vstupné pro dospělé 20 Kč, děti za 15 Kč. (Rozhlednovymrajem.cz)

b) *Sakrální památky*

- *Kostel sv. Petra a Pavla ve Slapech*

Tento kostel situovaný ve Slapech byl vybudovaný v letech 1704–1716 pod vedením architekta Jana Blažeje Santiniho-Aichela, je významnou barokní stavbou s centrálním půdorysem. Kostelní areál na členitém návrší zahrnuje osmiboký kostel, márníci, hřbitov a ohradní zeď s pilířovou bránou. Márnice, původně určená k demolici, byla v 70. letech 20. století zachráněna renovací. Historie areálu sahá minimálně do 14. století, kdy zde pravděpodobně stála gotická stavba. Kostel prošel významnými rekonstrukcemi, například v letech 1911–1912 díky hraběti Bedřichu Westphalenovi. Areál, jehož jižní část tvoří terasa s opěrnou zdí a litinovým křížem, je urbanisticky hodnotným dílem a ukázkou Santiniho charakteristického stylu. (Památkový katalog, 2015)

- *Kostel sv. Mikuláše v Novém Kníně*

Kostel, původně románská tribunová stavba z 12. století, prošel bohatou historií přestaveb a obnov. Původní románské zdivo se dochovalo v lodi, zatímco kněžiště bylo ve 14. století nahrazeno gotickým chórem. Kostel byl několikrát poničen, například husity v roce 1424 nebo požárem v roce 1524, a obnova trvala až do roku 1537. Raně barokní přestavba v roce 1652 následovala po devastaci švédskými vojsky a v roce 1718 byla přistavěna věž a prodloužena loď. Rozsáhlé barokní úpravy v letech 1773–1774 daly kostelu jeho současný vzhled. Ve 20. století prošel kostel důkladnou obnovou, včetně odkrytí románských prvků a rekonstrukce barokní střechy věže v roce 1937. Poslední významná oprava proběhla v roce 1996. Jednolodní stavba je orientována k východu, má užší presbytář, sakristii na severní straně a věž se vstupní předsíní na západě. Kostel se nachází v severní části náměstí Jiřího z Poděbrad na uměle navržené terase zpevněné kamennou zdí. (Památkový katalog, 2015)

- *Slapský zámek*

Zámek se nachází, jak už název napovídá, na Slapech. Na místě dnešního zámku stál od 13. století statek cisterciáků, který po husitských válkách krátce drželi Kolovratové, ale klášter jej koncem 15. století vykoupil zpět. V 16. století byl dvůr obnoven po požáru a vznikl zde vrchnostenský dům. V roce 1825 získal statek Fridrich Korb z Weidensheimu, který jej přestavěl na klasicistní zámek, později přeměněný rodinou Bondyů na pseudobarokní zámek. Za války ho obsadili nacisté, po roce 1948 sloužil Ministerstvu vnitra. Dnes je v soukromém vlastnictví a využívá se k natáčení filmů a společenským akcím. (Slapynadvtavou.cz, 2011)

- *Zámek Radíč*

Panství Radíč se nachází v obci Sedlčany, poprvé zmíněné roku 1333, se vyvinulo z gotické tvrze na renesanční a následně raně barokní zámek, který získal svou podobu díky rekonstrukci po požáru v 17. století. Součástí areálu je hospodářský dvůr se sýpkou a pivovarem, které jsou cennými příklady barokní architektury ve středních Čechách. Zámek je od roku 2010 zpřístupněn veřejnosti, nabízí ubytování svatby. Prohlídky zámku se konají jen omezeně, v létě to bylo 15.7.

a 27.7., cena vstupného byla 120 Kč pro dospělého, děti do 4 let byly zdarma. (Zámek Radič, 2024)

- *Hrad Vysoký Chlumec*

Hrad Vysoký Chlumec byl postaven ve 14. století na strategickém skalním vrchu, který zajišťoval přirozenou ochranu. Vlastnili jej Lobkowiczové, jejichž majetek významně rozšířila Polyxena z Pernštejna. Hrad utrpěl škody za třicetileté války a postupně chátral. Po roce 1948 byl zestátněn, v 90. letech navrácen původním majitelům a zrekonstruován. Dnes není přístupný veřejnosti. (Vysoký Chlumec, 2018)

- c) *Umělecko-výtvarná díla*

- *Socha sv. Jana Nepomuckého ve Slapech*

Socha sv. Jana Nepomuckého, patrona plavců, byla vztyčena v roce 1722 nedaleko Ferdinandova sloupu (zvaného také Solný sloup) nad Horním Slapem na Vltavě jako připomínka nebezpečí plavby na řece. Pojmenování Svatojánských proudů odkazuje na její ochranný význam v nebezpečném úseku řeky. V roce 1908 byla nahrazena novým dílem od sochaře Čeňka Vosmíka, ale podstavec zůstal zachován. (Památkový katalog, 2015; IPAC.SVKKL.CZ, 1993)

V současné době se socha nachází pod hrází Slapské přehrady, kde ji v roce 1998 spolek Vltavan znovu vysvětil a původní podstavec se nachází v Chotilském muzeu. (Památkový katalog, 2015)

- *Ferdinandův sloup*

Dnes se nachází vedle sochy sv. Jana Nepomuckého u hráze, kde má tento sloup připomínat významné práce na splavnění Vltavy, která v minulosti sloužila jako hlavní dopravní cesta pro přepravu zboží, zejména dřeva a soli. Císař Ferdinand I. v roce 1547 přispěl významnou finanční částkou na vytvoření navigační cesty z Českých Budějovic do Prahy. Největší překážkou byly Svatojánské proudy, jejichž splavnění zahájil strahovský opat Kryšpín Fuk. V roce 1640 nechal odstranit skálu bránící průplavu, což umožnilo pokračování úprav řeky. Na památku těchto prací byl v roce 1643 postaven pamětní sloup s latinským nápisem. Původně stál u horní peřeje Svatojánských proudů, později byl přesunut pod Slapskou přehradu, kde stojí i socha svatého Jana Nepomuckého. Splavňovací práce pokračovaly úpravou koryta, snižováním jezů a budováním plavebních zařízení, včetně první plavební komory ve střední Evropě, kterou roku 1727 postavil inženýr David Sochor u Županovic. (Slapynadvltavou.cz, 2006)

- d) *Kulturně-osvětová zařízení*

- *Muzeum zlata v Novém Kníně*

Toto muzeum sídlí v historické budově Mincovny na náměstí Jiřího z Poděbrad v Novém Kníně. Tato renesanční budova s gotickými základy a barokní přestavbou sloužila od roku 1561 jako sídlo perkmistra, dohlížejího na těžbu zlata. Muzeum představuje historii těžby a zpracování zlata v oblasti Nového Knína od nejstarších dob po 20. století, dějiny města, místní řemesla a průmysl, a také historii mistrovství světa v rýžování zlata. V expozicích jsou k nahlédnutí archeologické nálezy, model středověké úpravny rudy, sbírka hornického nářadí a ukázky místního řemeslného umění. V současnosti muzeum funguje také jako informační centrum pro region BRDY–VLTAVA, kde návštěvníci najdou informace o ubytování, stravování a regionálních zajímavostech. V hlavní sezóně červenec-srpen bylo otevřeno od úterý do neděle včetně svátků od 9-18:00, vstupné bylo 40 Kč/osoba, dětské vstupné bylo 20 Kč. (Muzeum Příbram, 2024)

- Muzeum Špýchar v Prostřední Lhotě

Expozice muzea ve čtyřpatrovém barokním špýcharu z roku 1770, vybudovaném Rytířským řádem křižovníků s červenou hvězdou, přibližuje život venkovanů středního Povltaví od 19. do 20. století. Archeologická část se zaměřuje na historii regionu spojenou s těžbou zlata a představuje výsledky výzkumu keltského oppida Hrazany. Muzeum dokumentuje každodennost rolníků prostřednictvím exponátů jako zemědělské stroje, nářadí či vybavení venkovských domácností. Výstava zdůrazňuje i tradici těžby drahých kovů v okolí Prostřední Lhoty, včetně zlatorudného mlýna u Čelinského potoka. K dalším atrakcím patří expozice věnovaná činnosti Rytířského řádu ve středních Čechách, výstava o historii motocyklových závodů nebo fotodokumentace staré Vltavy a života kolem ní. Sezónní výstavy a naučné stezky pak doplňují pestrou nabídku muzea. V hlavní sezóně červenec-srpen bylo otevřeno od úterý do neděle včetně svátků od 9-18:00, vstupné bylo 40 Kč/osoba, dětské vstupné bylo 20 Kč. (Muzeum Příbram, 2024)

- Chotilské muzeum

Muzeum Staré Vltavy v Chotilsku, otevřené v roce 2010 v rekonstruovaných hospodářských budovách, přibližuje podobu Vltavy a jejího okolí před vznikem Slapské přehrady. Hlavním lákadlem je model řeky od Zvírotic po Svatojánské proudy, doplněný informačními panely o životě u řeky, zaniklých místech a významných osobnostech. Expozice zahrnuje archeologické nálezy keltského osídlení, historii voroplavby, přívozů, těžby zlata a využití vodní energie. Muzeum vystavuje vzácné exponáty, jako je trám z Rákosníkovy hospody na Živohošti, a připomíná význam Svatojánských proudů jako přírodního i kulturního symbolu. Součástí je i historie hradu Ostromeč, spojeného s Padařovskou biblí a husitskými válkami. V muzeu navíc probíhají výstavy během letních měsíců, nejaktuálnější výstava nesla název Stíny minulosti na fotografiích a probíhala v období 31.5.-15.9.2024. V budově se nachází i muzeum balónového létání nebo TIC. V letní sezóně od června do září bylo vstupné za 40 Kč/osobu, 20 Kč (Chotilské muzeum, 2021)



Obr. 4: Primární nabídka (kulturně-historické předpoklady) CR Slapy a okolí 10 km

Zdroj: vlastní zpracování (Mapy.cz, 2024)

3. Organizované akce

V okolí Slapské přehrady působí několik DMO, které zajišťují propagaci a koordinaci turistických aktivit. Zkoumaná oblast se nachází ve Středočeském kraji, a krajskou DMO je *Středočeská centrála cestovního ruchu (SCCR)*, která se zaměřuje na propagaci regionu Střední Čechy, kam spadá i oblast Slapy. Naše hlavní zkoumaná část tedy Slapská přehrada, spadá z velké části pod oblastní DMO Brdy a Podbrdsko a částečně i pod oblastní DMO Toulava. (Czechtourism.cz, 2024)

a) Letní soutěž

Konala se od 13.7. – 1.9.2024 akce s názvem Letní soutěž, kdy měli účastníci cestovního ruchu za úkol navštívit jednotlivá muzea: Muzeum zlata Nový Knín, Muzeum Špýchar Prostřední Lhota, Chotilské muzeum, následně měli soutěžící odpovědět na otázky a za správné zodpovězení získali odměnu. Účelem má být podpora návštěvnosti místních muzeí a zpestření turistům jejich prázdninové výlety v okolí Slapské přehrady prostřednictvím zábavy, vzdělávání a soutěže. (Brdyapodbrdsko.cz, 2024)

b) Výstava historických fotografií

Konala se od 31.5. – 15.9.2024 s názvem Stíny minulosti na fotografiích, jednalo se o výstavu dnes již neexistujících míst Novém Kníně, Starém Kníně, Sudovicích, Chotilsku, Záborné, Sejcké a Prostřední Lhotě, stejně jako do okolí Vltavy od Cholína po Svatojánské proudy z let 1911–1958. Účelem mělo být zprostředkování pohledu na historickou podobu regionu a jeho proměnu prostřednictvím archivních fotografií a podpořit návštěvnost zapojených muzeí. (Brdyapodbrdsko.cz, 2024)

c) Jazzový večer na zámku Slapy

Akce proběhla 27.7.2024 na zámku Slapy, v pořadí již šestý ročník. Orchestr Swing Melody navodil atmosféru zlaté éry jazzu. Historická vozidla, dobové oblečení a program v zámecké zahradě s občerstvením přispěly k jedinečné atmosféře a přilákaly řadu návštěvníků a potvrdila svou roli jako významná kulturní událost regionu. (Slapský kulturní spolek, 2018)

d) Kulturní akce minulých let

- Benefiční koncert Cihlafest

Tento festival proběhl na Slapech naposledy 6.8.2022 v zahradách chráněného bydlení Slapy 74. Nabídl bohatý kulturní program na podporu lidí s mentálním postižením. Návštěvníci si užili koncerty, divadelní představení, cirkusová čísla Cirk La Putyka, a řadu dílen a soutěží. Součástí festivalu byly interaktivní aktivity, jako psycholampa přibližující schizofrenii, a kreativní workshopy. Večerní hudební program zakončila kapela Stanley's Old Boys. Výtěžek podpořil opravy chráněných bydlení ve Slapech. Festival organizuje nezisková organizace Portus Praha, z.ú. (Signaly.cz, 2022)

- Přehradý Fest na Slapech

Festival proběhl naposledy ve dnech 12.-13.7.2019, a bylo to podruhé v řadě, poprvé proběhl v roce 2018, v Kempu na Nové Živohošti na Slapech. Tento festival spojuje hudební vystoupení populárních kapel s pestrnou nabídkou aktivit a zábavy. Program zahrnuje divadla, kreativní dílny, bubnování, workshopy a možnost setkání s hudebníky. Navíc si návštěvníci mohou užít pláž,

koupání, vodní sporty a další radovánky spojené s pobytem u vody. Ani pro rok 2025 se festival na Slapech neplánuje. Festival organizuje společnost JF Pacov s.r.o. (Ticketlive, 2019)

2.3.2 Sekundární nabídka

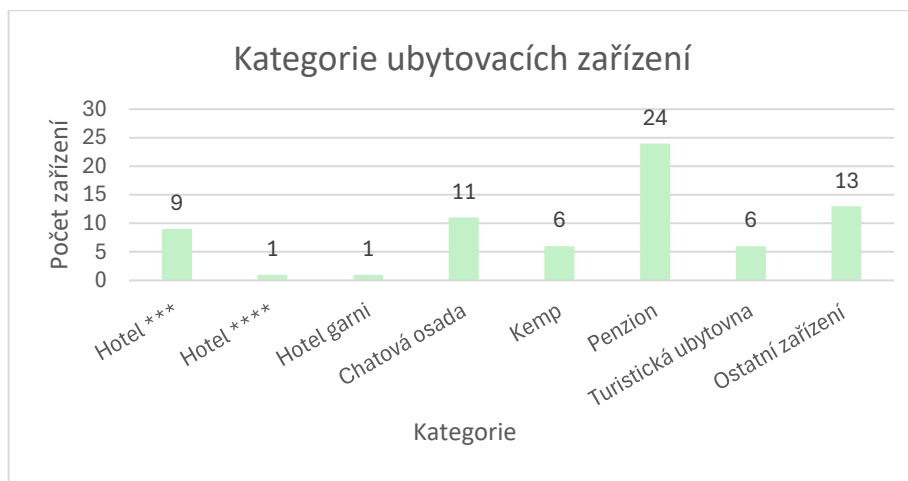
V rámci sekundární nabídky cestovního ruchu se zaměříme především na přilehlou oblast Slapské přehrady a okolní obce, které tvoří hlavní rekreační zónu této destinace. Tato oblast je jádrem turistického ruchu, kde se koncentruje největší počet návštěvníků během letní sezóny. Klíčovým cílem je analyzovat a představit sekundární nabídku, která nejen doplňuje primární aktivity spojené s přehradou, ale zároveň zvyšuje atraktivitu celé oblasti. Sekundární nabídka bude členěna podle Gúčika (2000).

1. Suprastruktura

a) Ubytovací zařízení

V rámci cestovního ruchu mají ubytovací zařízení velký význam, bylo vycházeno z předpokladu, že účastníci cestovního ruchu jezdí nejen do přilehlých obcí Slapské přehrad, ale i do obcí ve vzdálenosti do 10 km vzdušnou čarou v letní sezóně.

V analýze nabídky UZ bylo vycházeno z dat ČSÚ aktualizované k 21.10.2024 a zároveň z vymezeného území autorkou BP, které je v podkapitole vymezené území, obcí z okresu Příbram (Borotice, Chotilsko, Čím, Dublovice, Hřiměždice, Kamýk nad Vltavou, Malá Hraštice, Nalžovice, Příčovy, Radič, Sedlčany, Neveklov, Křečovice, Lešany, Netvořice, Rabyně, Svatý Jan), obcí z okresu Benešov (Křečovice, Lešany, Netvořice, Neveklov, Rabyně) a obcí z okresu Praha-západ (Hradištko, Slapy, Štěchovice). Na území je evidováno 71 ubytovacích zařízení a dostupná data byla seřazena dle názvu, adresy, kategorie, sezónní povahy, počtu pokojů, počtu míst pro stany a karavany, obcí, okresu.

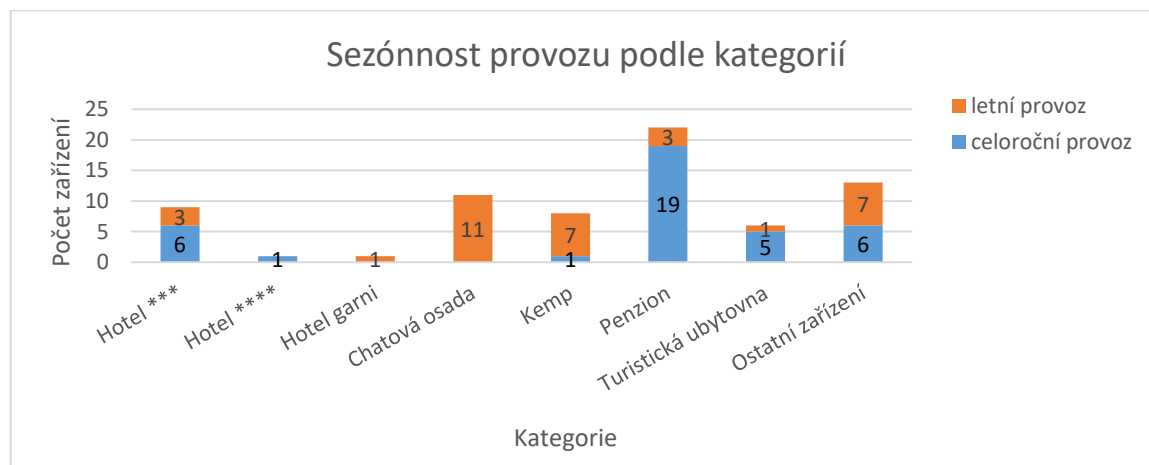


Obr. 5: Kategorie ubytovacích zařízení

Zdroj: vlastní zpracování (CSU, 2024)

Obr. 5 znázorňuje rozložení ubytovacích zařízení v oblasti Slapské přehrady podle jejich kategorií. Největší podíl tvoří penziony, kterých je v této oblasti evidováno 24, což naznačuje jejich oblíbenost u návštěvníků hledajících klidné a komfortní ubytování. Druhou nejpočetnější kategorií jsou ostatní zařízení s celkovým počtem 13, což může zahrnovat například apartmány či privátní ubytování. Chatové osady, které jsou tradičně oblíbené mezi rodinami a skupinami,

zde mají zastoupení s 11 zařízeními. Hotely*** jsou zastoupeny 9 objekty, zatímco luxusnější Hotely**** jsou v této oblasti spíše výjimkou, s pouze jedním zařízením. Kempů a turistických ubytoven je shodně 6, což odpovídá zájmu o cenově dostupné možnosti ubytování, které jsou typické pro letní rekreační oblasti. Tento rozptyl kategorií ukazuje na rozmanitost možností ubytování v okolí Slapské přehrady, která se snaží vyhovět různým preferencím návštěvníků, od pohodlí hotelů až po přírodní a cenově přístupné kempy.



Obr. 6: Sezónnost provozu podle kategorií UZ

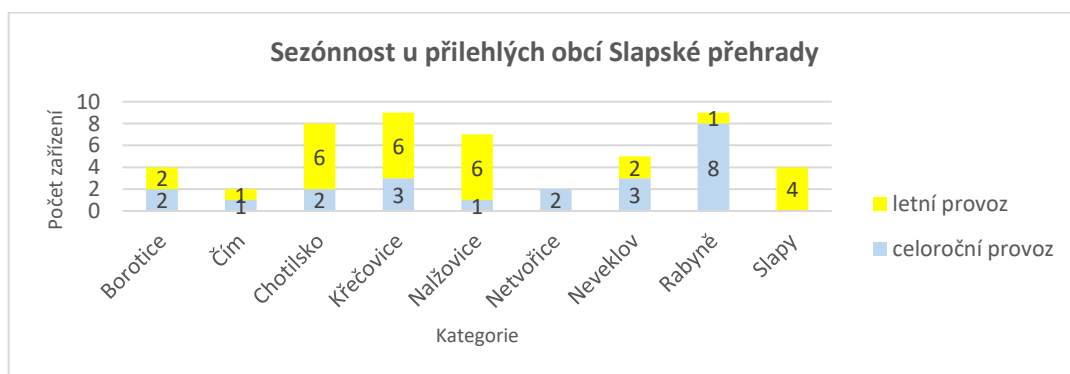
Zdroj: vlastní zpracování (CSU, 2024)

Obr. 6 znázorňuje sezónnost provozu ubytovacích zařízení v okolí Slapské přehrady, rozdělenou podle kategorií na letní provoz (oranžově) a celoroční provoz (modře). Z grafu vyplývá následující hodnocení: *Penziony* mají nejvyšší podíl celoročního provozu (19 zařízení) s minimálním podílem letního provozu (3 zařízení). To ukazuje na jejich přizpůsobení širšímu spektru klientů během celého roku, *Chatové osady a kempy* jsou převážně zaměřeny na letní sezónu, což odpovídá tradičním preferencím rekreačních návštěvníků. Chatových osad s letním provozem je 11. Kempy mají 7 zařízení s letním, zatímco celoroční provoz má pouze 1. *Hotely **** jsou převážně v celoročním provozu (6 zařízení), zatímco 3 zařízení fungují pouze v letní sezóně. *Hotely ***** je jen 1 zařízení, které je v celoročním provozu. *Turistické ubytovny* jsou spíše celoroční (5 zařízení) s minimálním podílem sezónního provozu (1 zařízení). *Ostatní zařízení* mají vyrovnaný poměr – 7 zařízení funguje sezónně a 6 celoročně. Tento přehled ukazuje, že zatímco některé typy ubytovacích zařízení (např. penziony) se snaží přizpůsobit celoroční poptávce, jiné, jako chatové osady a kempy, jsou spíše sezónní, což odpovídá jejich charakteru a zaměření na letní turismus. To odráží rozmanité preference návštěvníků a dostupnost ubytování v oblasti.

Obr. 7 znázorňuje podíl letní sezónnosti ubytovacích zařízení podle jednotlivých obcí v okolí Slapské přehrady. Z dat lze vyvodit následující závěry: Největší podíl letních ubytovacích zařízení je v obcích *Křečovice*, *Nalžovice*, *Chotilsko*, kde se nachází shodně 6 zařízení. Tyto obce jsou tedy klíčovými centry pro sezónní rekreaci v letních měsících v této oblasti. Obec *Slapy* má 4 zařízení. Obce *Borotice*, *Neveklov*, *Svatý Jan* mají po 2 zařízeních s letním provozem, což naznačuje jejich menší zaměření na sezónní turistiku. V obcích *Čím*, *Dublovice*, *Kamýk nad Vltavou*, *Rabyně*, *Štěchovice* se nachází po 1 zařízení, což ukazuje na jejich nízký podíl na letní turistické nabídce. Z celkového hodnocení 71 ubytovacích zařízení je na letní provoz zaměřeno 33 ubytovacích zařízení (23 %).

**Obr. 7: Letní sezónnost dle obcí do vzdálenosti 10 km***Zdroj: vlastní zpracování (ČSÚ, 2024)*

Obr. 8 ukazuje sezónnost provozu ubytovacích zařízení v obcích přímo přiléhajících k Slapské přehradě (Slapy, Buš, Čím, Chotilsko, Borotice, Županovice, Nalžovice, Křečovice, Neveklov, Netvořice, Rabyně), rozdělenou na letní provoz (žlutě) a celoroční provoz (modře), přičemž celkový počet ubytovacích zařízení je 50. Interpretace dat: letní provoz je nejvýraznější v obcích Křečovice (Penzion Brožek Vilém, Veřejné tábořiště Nová Živohošť, Centrum Krakonoš, Rekreační zařízení Bouda, Resort Beach Nová Živohošť, Juniorcamp Tobogán), Nalžovice (Chaty u Toma, Maják Slapy, Rekreační středisko Oboz u Candáta, Rekreační zařízení Častoboř), Chotilsko (Hotel Atlantida, Rekreační středisko u Fary, Zátoka rekreační středisko, rekreační středisko Polonia, bungalovy Kobylínky, Rekreační středisko Stará Živohošť), kde je 6 zařízení zaměřených výhradně na letní sezónu, střední podíl je na Slapech (Hotel Fousek, Garni hotel Petra, Autocamp Skalice, Autokemp Žďaň) 4 zařízení, ostatní obce, jako Borotice (Kemp Cholín, Relax Slapy-mlýn v Zátocce), Neveklov (Hotel Hladina, Lesní tábořiště Nebřich) Čím (Penzion Vltava), a Rabyně (Autocamp Nová Rabyně), mají méně letních zařízení (1–2), což ukazuje na nižší sezónní zaměření. Zaměření na letní sezónu je z tohoto grafu patrnější, zaměřeno na letní sezónu je 28 zařízení (56 %), což je nadpoloviční většina.

**Obr. 8: Sezónnost obcí přilehlých Slapské přehradě***Zdroj: vlastní zpracování (CSU, 2024)*

b) Pohostinské zařízení

Stravovací zařízení tvoří velkou součást sekundární nabídky cestovního ruchu. Významně ovlivňují celkový zážitek turistů z dané destinace. V oblasti Slapské přehrady, která je jednou z

nejvyhledávanějších letních rekreačních lokalit v ČR, hraje gastronomie zásadní roli v uspokojení potřeb návštěvníků. Turisté zde hledají jak rychlé občerstvení během pobytu u vody, tak možnosti pro klidné posezení v restauraci. V této práci budou uvedena zařízení přímo u přehrady, neboť jsou klíčová pro turisty trávící čas u vody a zároveň budou zmíněna stravovací zařízení, která mohou být pro turisty zajímavá v okolních obcích např. u turistických zajímavostí viz. primární nabídka.

- *Restaurace kolem přehrady*

Pravý břeh u obce Rabyně: Pivnice U Oldy, Jovan Rakíc, Přístavní krčma u Páji, osada Měřín u obce Rabyně: Restaurace pod Lipou, Nebřich u obce Neveklova: Laguna Hotel, u obce Nová Živohošť náležící k obci Křečovice: Restaurant u Šedů, Restaurace Juniorcamp, Restaurace Klubovna, Resort Beach Nová Živohošť, v obci Zvírotice části obce Dublovice: Penzion a Restaurace Maják, v obci Svatý Jan: Restaurace Zrůbek u Farů. (Mapy.cz, 2024)

Levý břeh u obce Kamýk nad Vltavou: Restaurace u Vltavy, Hostinec u Heroldů, u obce Hřiměrdice: Restaurace u Jezírka, u obce Županovice: Restaurace u Štiky, Hubenov část obce Borotice: Marina Hubenov, Cholín část obce Borotice: Restaurace Cholín, Ždář u Slapy: Restaurace Pláž, Restaurace Modrá loděnice, osada Skalice u obce Slapy: Bistro bod G, Restaurace kempu Slapy-Skalice, obec Slapy: Restaurace a penzion Ztracený Mlýn, Pizza Slapy, Motorest Slapy. (Mapy.cz, 2024)

- *Restaurace v okolí přehrady*

Zde byly vybrány nejlépe hodnocené restaurace v okolí, které by návštěvníky Slapské přehrady mohli přilákat během jejich návštěvy:

Restaurace Svatojánská rotunda na Slapech: designová restaurace s kapacitou až 70 osob uvnitř a 70 na venkovní zahrádce. Specializuje se na českou i mezinárodní kuchyni a nabízí dětský koutek a venkovní hřiště, hodnocení od zákazníků dle Googlemaps (2024) 4,2 z 5 (z 783 hodnocení), cena hlavního jídla se pohybuje od 300-400 Kč.

Restaurace u Melíšků v Neveklově: restaurace s terasou o kapacitě 70 osob a vinárnou s barem pro 40 míst. Nabízí teplou i studenou kuchyni a minutky, hodnocení zákazníky dle Googlemaps (2024) 4,3 z 5 (z 205 hodnocení), cena hlavního jídla se pohybuje do 300 Kč.

Restaurace Na Merendě v Novém Kníně: nabízí tradiční českou kuchyni v příjemném prostředí. Hosté mohou využít salonek s kapacitou 25 osob a venkovní zahrádku. Restaurace je vybavena Wi-Fi připojením a dětským koutkem, hodnocení zákazníky dle Googlemaps (2024) 4,4 z 5 (z 375 hodnocení), cena hlavního jídla se pohybuje do 200 Kč.

Restaurace na Radnici v obci Netvořice: tradiční českou kuchyni připravovanou z čerstvých surovin. Restaurace disponuje kapacitou 50 míst včetně dvou salónek a zahrádky, hodnocení zákazníky dle Google.com (2024) 4,2 z 5 (z 257 hodnocení), cena hlavního jídla se pohybuje do 200 Kč.

2. *Infrastruktura*

a) *Cestovní kanceláře a agentury*

Nachází se v okolí 10 km od vodní nádrže Slapy, obec Nové Dvory, 1 cestovní agentura: Továrna na zážitky, IČO: 08614580

b) *TIC*

Ve zkoumaném území se nachází 4, v obci Chotilsko, Neveklov, Sedlčany, Štěchovice

c) *Směnárnny, bankomaty*

Směnárnny se zde nenachází, bankomaty jsou 4 v okolí 10 km od přehrady – Bankomat České spořitelny ve Štěchovicích, bankomat Komerční banky v Novém Kníně, bankomat České spořitelny v Neveklově, bankomat České spořitelny v Sedlčanech

(Firmy.cz, 2024)

Kongresové haly a centra, herny a kasina, nebo hraniční přechody se zde nenachází.

3. *Všeobecná infrastruktura*

a) *Místní infrastruktura*

Velké obchodní domy se na území nevyskytují, nicméně je tu možnost si nakoupit v menších potravinách, kolem přehrady v obci Borotice: Medomat, Koloniál Drevniky, v Netvořicích: Potraviny Večerka, Jakoma, V Malé Hrašticí: Coop Příbram, v obci Chotilsko: Občerstvení u Jaryna, v okolí 10 km např. v Nových Dvorech: sazka-Jiří Pešek, MARP-RELAX, Bohumila Jedličková smíšené zboží, v Neveklově: Obchůdek-Coenobium s.r.o., Žabka, Flop Top Neveklov (Google.com, 2024)

b) *Dopravní infrastruktura*

Nachází se čtyři taxi služby v okolí (Pavel Jícha taxislužba v Sedlčanech, Antonín Beneš v Dublovicích, Taxi. GO v Křepenicích, Václav Peták v Drevnikách), autoservisy se vyskytují spíše v okolí do 10 km (2 autoservisy v Netvořicích, 1 v Křečovicích, 4 v Dublovicích, 1 v Něčíně a 1 v Novém Kníně, 3 v Sedlčanech), parkoviště blízko nebo v přímé blízkosti nádrže jsou rozmístěna na plážích (Měřín, Živohošť-kostel, Živohošť, U Křížku, Županovice), v okolí primární nabídky (Rabyňská vyhlídka, Drtinova rozhledna, Veselý vrch, Vyhlídka Máj, 2 parkoviště v Novém Kníně), ve městech do vzdálenosti 10 km (4 parkoviště v Neveklově, 1 v Netvořicích, 1 v Čímu, 1 v Buši), půjčovna aut v okolí 10 km (Petr Kříž v Neveklově, HBC Rent Car v Novém Kníně)

c) *Policie a záchranná služba*

Policie ČR se nachází Sedlčanech – 1 obvodní oddělení, 1 městská policie, záchranná služba se nachází přímo u vodní nádrže: 1 se nachází v osadě Ždán u obce Slapy, 1 Vodní záchranná služba ČČK Praha 6 v Chotilsku (Google.com, 2024)

d) *Ostatní infrastruktura*

Pošta: výskyt spíše v okolí do 10 km od nádrže (Slapy, Štěchovice, Netvořice, Křečovice, Nalžovice, Borotice, Nový Knín, Nečín), banka (1 komerční banka a.s. v Sedlčanech), pojišťovna (Kooprativa, VZP, Generali, ČPP v Sedlčanech) (Mapy.cz, 2024)

e) *Dopravní zařízení*

- *Železniční*

Nevyskytuje se v dané oblasti.

- *Autobusová*

Pražská integrovaná doprava (PID) posiluje během letní sezóny autobusové linky směřující na Slapy. Například linka 390, která vyjíždí z Prahy (Smíchovské nádraží) a pokračuje přes Měchenice, Štěchovice, Slapy, do Nové Rabyňe a konečnou zastávku je v Neveklově, má v tomto období zvýšenou frekvenci spojů, zejména o víkendech a svátcích. Linka 361 vyjíždějící opět z Prahy (Smíchovské nádraží) a pokračuje přes Štěchovice, Slapy, Buš, Čím, Nový Knín a končí v Dobříši. Dopravcem je společnost ARRIVA Střední Čechy s.r.o. (PID.cz, 2024)

- *Vodní doprava*

Je výhradní nabídkou letní sezóny. Plavby na Slapy jsou oblíbeným způsobem, jak si užít krásy Vltavy a okolní přírody. Existuje několik možností, jak se na takovou plavbu vydat:

Plavba z Prahy na Slapy: Pražská paroplavební společnost nabízí tradiční celodenní plavby parníkem z Prahy (Rašínovo nábřeží) až k přehradní hrázi Slapy. Během plavby se proplouvá několika plavebními komorami a návštěvníci se mohou kochat malebnými zákoutími Vltavy. Plavba trvá přibližně 9,5 hodiny, včetně dvouhodinové přestávky na Slapech, samotná plavba na Slapy trvá 4 hodiny. V roce 2024 byly tyto plavby zahájeny 4. května a ukončeny 12. října (celkem 46 plaveb), cena jednosměrné jízdenky z Rašínova nábřeží v Praze na Slapy nebo naopak stojí pro dospělé 650 Kč, dětská vstupenka je za 390 Kč, cena v případě zpáteční jízdenky je pro dospělé za 870 Kč, pro děti 490 Kč. Pokud je jízdenka zakoupena online, tak zákazník získává automaticky 10% slevu. Termíny pro sezónu 2025 budou aktualizovány v lednu 2025. (Paroplavba, 2024)

Plavby po Slapské přehradě: Lodní doprava Slapy provozuje pravidelné linky mezi jednotlivými zastávkami na Slapské přehradě, například mezi Slapskou přehradou a Novou Živohoští. Plavby probíhají denně v období od 1. července do 31. srpna, s možností nástupu a výstupu na deseti zastávkách, obr. č. 9. V letní sezóně 2024 loď jezdila 3 x denně tam i zpět. Provozovatelem je firma QUARTER s.r.o. (Lodní doprava Slapy, 2024)

CENÍK PRAVIDELNÉ LODNÍ DOPRAVY										
	PŘEHRADA SLAPY	SKALICE	RABYNĚ	ŽDÁŇ	MĚŘÍN	HRDLIČKA	HOTEL LAGUNA	ŽIVOHOŠŤ most (lanový park)	STARÁ ŽIVOHOŠŤ	NOVÁ ŽIVOHOŠŤ
PŘEHRADA SLAPY		80,-	100,-	120,-	140,-	160,-	180,-	200,-	220,-	240,-
SKALICE	80,-		80,-	100,-	120,-	140,-	160,-	180,-	200,-	220,-
RABYNĚ	100,-	80,-		80,-	100,-	120,-	140,-	160,-	180,-	200,-
ŽDÁŇ	120,-	100,-	80,-		80,-	100,-	120,-	140,-	160,-	180,-
MĚŘÍN	140,-	120,-	100,-	80,-		80,-	100,-	120,-	140,-	160,-
HRDLIČKA	160,-	140,-	120,-	100,-	80,-		80,-	100,-	120,-	140,-
HOTEL LAGUNA	180,-	160,-	140,-	120,-	100,-	80,-		80,-	100,-	120,-
ŽIVOHOŠŤ most (lanový park)	200,-	180,-	160,-	140,-	120,-	100,-	80,-		80,-	100,-
STARÁ ŽIVOHOŠŤ	220,-	200,-	180,-	160,-	140,-	120,-	100,-	80,-		80,-
NOVÁ ŽIVOHOŠŤ	240,-	220,-	200,-	180,-	160,-	140,-	120,-	100,-	80,-	

DĚTI DO 3LET ZDARMA, DĚTI od 3 do 15let a PSI POLOVIČNÍ JÍZDNÉ. JÍZDNÍ KOLA - 150/ks
PLAVENKY ZAKOUPÍTE NA PALUBĚ LODI VŠECHNY CENY JSOU UVEDENY VČETNĚ DPH

Obr. 9: Ceník pravidelné lodní dopravy

Zdroj: Lodnidopravaslapy.cz (2024)

f) Zdravotnická infrastruktura

Ve vzdálenosti 10 km od přehrady se nachází 1 nemocnice, 1 lékárna v Neveklově, Sedlčany mají z oblasti největší koncentraci zdravotních zařízení: 1 nemocnice, chirurgická ambulance Votice, Gynekologická ambulance-oblastní nemocnice Příbram, ordinace praktického lékaře MUDR. Kateřina Starková, s.r.o., 2 lékárny Dr. Max, 1 lékárna v Novém Kníně, v přímé blízkosti přehrady zdravotnická infrastruktura není. (Mapy.cz, 2024)

g) Sportovně-rekreační zařízení a aktivity

- Wellness

Za zážitkem mohou návštěvníci dorazit do hotelu Wellness centra Měřín, které má k dispozici aquacentrum, SPA služby – solná jeskyně, saunu a masáže, nebo do privátního wellness Golden Valley glamping v Boroticích (Mapy.cz, 2024)

- Lanový park

Nachází se v obci Neveklov, v blízkosti Slapské přehrady u slepého ramene na úpatí Živoohošťského mostu. nabízí sedm tras různé obtížnosti pro děti i dospělé, včetně dvou tras pro dospělé a dětí, dvou dětských tras a dalších aktivit jako vodní aktivity, relaxační zónu a kreativní prostor pro děti, bezplatné parkoviště a drobné občerstvení přímo na místě. Během léta od července do srpna byla otevírací doba 10-18:00. (Lanovyparkslapy.cz, 2024)

h) Cyklotrasy:

- Cyklotrasa EuroVelo 7

Spojuje severní Norsko s Maltou a na své 7409 km dlouhé trase prochází i Českem, vede podél Labe a Vltavy přes Děčín, Prahu, Slapy a Český Krumlov, přičemž nabízí nádherné výhledy a kulturní památky. Pokračuje přes Rakousko a Itálii, zakončuje na Maltě. Slapy jsou jednou z atraktivních zastávek této evropské cyklotrasy. (Eurovelo.cz, 2024)

- *Cyklotrasa 301*

Vede z obce Krásná Hora nad Vltavou do obce Buš, dlouhá 42,8 km (Mapy.cz)

- *Cyklotrasa 8133*

Kratší trasa v okolí Slapské přehrady dlouhá 7,8 km vedoucí z obce Dublovice na zámek Příčovy (Krasnecesco.cz, 2020)

- *Cyklotrasa 8132*

Je dlouhá 20,6 km v okolí přehrady, začínající v Křepenicích a končící v obci Vojkov. (Krasnecesco.cz, 2020)

i) Turistické stezky:

Kolem pravého břehu vodní nádrže vede modrá stezka, žlutá stezka protíná přehradu hned přes dva mosty: Cholínský most a Živohošťský most, červená stezka spojuje Slapy s Živohoštěm, modrá stezka vede Živohošťského mostu do Jablonné, zelená stezka lemují některé naučné stezky. (Mapy.cz)

j) Naučné stezky:

- *NS Svatojánské proudy*

Je to procházka skalnatým údolím Vltavy, seznámení s přírodními zajímavostmi, jako je fauna, flóra a geologie Vltavského kaňonu, a nahlédnutí do historie českého trampingu, zejména v oblasti osady Ztracenka. Stezka začíná mezi Štěchovicemi a Novými Třebenicemi a končí u hráze Slapské přehrady. (Stezky.info, 2024)

- *NS Vymyšlenská pěšina*

Seznamuje návštěvníky s přírodními, historickými a kulturními zajímavostmi rezervace a jejího okolí, včetně místní fauny, flóry, lesního hospodářství a tradice voroplavby. Stezka začíná v Mokrsku a končí v osadě Kobylníky. (Stezky.info, 2024)

- *NS Nový Knín a okolí*

Účelem této naučné stezky je návštěvníky seznámit s historickým a přírodním dědictvím oblasti Nového Knína, zejména s historií těžby a rýžování zlata, středověkými důlními aktivitami, geologickými zajímavostmi a kulturními památkami, jako jsou smírčí kříže či odvaly po těžbě. Je to okružní stezka začínající a končící v Novém Kníně. (Ic-chotilsko.cz, 2021)

- *NS Prof. Františka Drtiny*

Zaměřuje se na historii a tradice regionu středního Povltaví, včetně působení Křižovníků s červenou hvězdou, plavecké a rybářské minulosti, přírodního bohatství lesních porostů a živočichů, ovocnářství, a také na významné kulturní a historické památky, jako je kostel sv. Fabiána a Šebestiána či Drtinova rozhledna. Stezka začíná v Prostřední Lhotě a končí v Živohošti. (Ic-chotilsko.cz, 2021)

- *NS Zlaté psí hory*

Stezka vede oblastí s bohatou historií těžby zlata od keltských dob po novověk, přičemž na panelech přibližuje význam místních ložisek a zaujme také zastávkou u rozhledny na Veselém vrchu s panoramatickým výhledem na vltavské meandry. Stezka začíná u silnice Cholín-Smilovice a končí v Mokrsku. (Ic-chotilsko.cz, 2021)

- *NS Kozí hory-Libčice*

Začíná v Novém Kníně a vede Kozohorským pásmem, kde informuje o geologii, starých propadlinách, štolách a pozůstatcích dobývání, včetně štolý Sylvy–Tarouccy a průzkumných šachtic. Nejvýznamnější zastávkou je Důl Libčice, kde se zlato těžilo od středověku až do II. světové války. (Ic-chotilsko.cz, 2021)

- *NS Drbákov-Albertovy skály*

Stezka začíná u parkoviště U Křížku v blízkosti Nalžovického Podhájí, kde se nachází první informační tabule, která návštěvníky seznamuje s významnými místy. Trasa vede přes část přírodní rezervace, klikatí se po strmých skalách, zahrnuje schody a řetězy a nabízí jedinečné výhledy. Mezi hlavními vyhlídkami se nacházejí Albertova, Bílá skála, Tisová a Bartůňkova vyhlídka (Strednicechy.cz, 2024)

k) Sportovní zařízení

Tenisové hřiště: TJ Rekreat Praha z. s. na Nové Živohošti, golfový klub: Golf Slapy s.r.o. na Slapech. (Mapy.cz, 2024)

l) Aktivita

- *Přímo na vodní nádrži Slapy*

Aktivita spojené s vodním sportem jako jachting, windsurfing, paddleboarding, vodní lyžování, šlapadla a rekreační plavba, kanoistika nebo kajak, rybaření,

- *V okolí přehrady*

Pěší turistika kolem přehrady, naučných stezek, cykloturistika na vybraných cyklotrasách. Vybavení pro sportovní aktivity typické pro letní aktivity jako např. beachvolejbal, ping pong, petanque, tenisové kurty se nachází v ubytovacích zařízeních většinou většího rozměru (Vojenská zotavovna hotel Měřín ***, Juniorcamp Nová Živohošť, Hotel Atlantida *** Rekreační a školící středisko Stará Živohošť), půjčení kol nebo elektrokol je dostupné pouze ve Vojenské zotavovně hotel Měřín ***, nebo v Rekreačním a školícím středisku Stará Živohošť.

2.4 Marketingový mix pláží

V této podkapitole se nejprve zaměříme na hodnocení kvality vody, což je klíčový aspekt pro bezpečnost a spokojenost návštěvníků. Kvalita vody bude vyhodnocena za letní sezónu 2024 podle platných směrnic a hygienických standardů, které stanovují pravidla pro monitorování a hodnocení vody v rekreačních oblastech. Pro každou pláž bude uvedeno, jak často je kvalita vody testována, jaké jsou výsledky těchto testů a jakým způsobem jsou informace o kvalitě vody komunikovány návštěvníkům. Toto hodnocení pomůže návštěvníkům rozhodnout se, které pláže jsou pro ně nejvhodnější, a zajistí, že voda na plážích je vždy bezpečná a vhodná pro koupání.

Dále se zaměříme na popis nejznámějších 6 pláží na Slapské přehradě, kde jsou i zastávky parníku, mimo jedné. Všechny pláže jsou pod vlastnickým právem ČR, se kterým má právo hospodařit Povodí Vltavy. Každá pláž má své specifické charakteristiky, které ji činí unikátní pro různé typy návštěvníků. Popsání těchto pláží nám umožní lépe pochopit jejich specifika, jako je vybavení, dostupnost, zaměření na určité cílové skupiny (rodiny s dětmi, milovníky vodních sportů, relaxační návštěvníky apod.) a další faktory, které ovlivňují výběr místa pro rekreaci. Je důležité zmínit, že analýza probíhala ve vzdálenosti přibližně 300 m od pláží.

Na závěr provedeme analýzu marketingového mixu *4P*, který zahrnuje produkt, cenu, distribuci a propagaci. Tento mix nám umožní efektivně řídit nabídku pláží a jejich služeb, přičemž zohledníme nejen specifika jednotlivých pláží, ale také výsledky hodnocení kvality vody a potřeby cílové skupiny.

2.4.1 Hodnocení kvality vody

Kvalita vody v evropských vodách ke koupání je regulována Směrnicí 2006/7/ES, která vyžaduje zpracování profilů pro povrchové vody. Klasifikace kvality vody se zakládá na mikrobiologických ukazatelích, přičemž choroboplodné mikroorganismy mohou způsobit střevní nebo žaludeční onemocnění. Tyto mikroorganismy se do vody dostávají z odpadních vod, výkalů nebo od lidí. Slapská přehrada vykazuje riziko znečištění zejména při deštích. K hodnocení se používají dva indikátory bakterií – *Escherichia coli* a střevní enterokoky. Aktuální hodnocení se zaměřuje na přítomnost sinic nebo řas, které mohou být viditelné na hladině vody a to hodnoceními: *1. voda vhodná ke koupání, 2. voda vhodná ke koupání se zhoršenými vlastnostmi, 3. zhoršená jakost, 4. voda nevhodná ke koupání, 5. voda nebezpečná.* (KHS, 2024)

Bližší hodnocení bude uvedeno při popisu pláží.

2.4.2 Popis pláží

1. Pláž Županovice

Rekreační oblast se nachází na levém břehu Slapské přehrady poblíž obce Županovice. Pláž je travnatá, mírně se svažující se k Vltavě. Oblast je ideální pro koupání, rybaření, jízdu na loďkách a cykloturistiku. Pláže mají pozvolný vstup do vody a písčité dno. Pláž pro domácí mazlíčky vyhrazená není vyhrazena, ale koupání není zakázáno. Vstupů do vody je několik. Vybavenost odpovídá kapacitě tábořišť. Dříve byl k dispozici i penzion Vltavanka v přímé blízkosti pláže, který v současné době není v provozu a neslouží ani jako penzion ani jako restaurace, jak tomu bylo dříve. Měření bylo prováděno 9x za sezónu 2024, během června a července byla voda vhodná ke koupání, od půlky srpna byla voda nevhodná ke koupání. (KHS, 2024)

2. Pláž Nová Živohošť

Nachází se na pravém břehu Vltavy v katastrálním území Živohošť. Pláž je ideální pro rodiny s dětmi díky postupnému vstupu do vody a tobogánu. Pláž je písčitá a travnatá. Tato lokalita poskytuje skvělé podmínky pro vodní sporty. Na místě se nachází také zastávka parníku, což umožňuje vyhlídkové plavby po Slapské přehradě. Měření bylo prováděno 8x za sezónu 2024, během června a července byla voda vhodná ke koupání, konec července a celý srpen byla voda hodnocena jako voda vhodná ke koupání se zhoršenými vlastnostmi. (KHS, 2024)

3. Pláž (Stará) Živohošť

Koupací zóna se nachází na levém břehu Slapské. Podél břehu se rozkládá veřejné tábořiště. Pláže jsou písčité a travnaté s mírným vstupem do vody. Oblast je také vhodná pro rybaření, pěší turistiku a cykloturistiku. Vybavenost je dimenzována pro potřeby veřejného tábořiště, zatímco ostatní plochy určené pro rekreanty jsou bez dalšího vybavení. Provozovatelem je obec Chotilsko, Autokemp Živohošť, IČO 00242306. Měření bylo prováděno 8x za sezónu 2024, během června a půlky července byla voda vhodná ke koupání, konec července a do konce srpna byla voda hodnocena jako voda vhodná ke koupání se zhoršenými vlastnostmi, konec srpna už vykazoval zhoršenou jakost. (KHS, 2024)

4. Pláž Ždáň

Nachází se na levém břehu Vltavy. Oblast je velmi příjemná a klidná, ideální pro rekreaci a odpočinek s volným přístupem na pláž. Terén je pohodlný, bez výrazných vyvýšenin, s pozvolným vstupem do vody. Lokalita poskytuje skvělé podmínky pro koupání a vodní sporty. Pláž je převážně travnatá, místy písčité, s kotvištěm pro lodě umožňující lodní výlety. Měření bylo prováděno 8x za sezónu 2024 a vždy s hodnocením voda vhodná ke koupání. (KHS, 2024)

5. Pláž Měřín

Nachází se na pravém břehu Vltavy. Pláž je ideální pro rodiny s malými dětmi díky postupnému vstupu do vody a kombinaci písčitých a travnatých pláží. Lokalita nabízí skvělé podmínky pro vodní sporty. (KHS, 2024). Pláž je součástí areálu Vojenské zotavovny, která je provozovaná společností Volareza p. o., stejně jako půjčovna veškerého vybavení. Měření bylo prováděno 8x za sezónu 2024 a vždy s hodnocením voda vhodná ke koupání, výjimkou byl konec července do půlky srpna, kdy bylo hodnocení voda vhodná ke koupání se zhoršenými vlastnostmi.

6. Pláž Nová Rabyň

Pláž je písčité s mírným vstupem do vody a travnatou plochou pro opalování a je tak vhodná pro rekreaci rodin s dětmi. Pláž je vyčleněna i pro psy. Nachází se na pravém břehu Slapské přehrady v osadě Nová Rabyň. Měření bylo prováděno 8x za sezónu 2024 a vždy s hodnocením voda vhodná ke koupání. (KHS, 2024)

Autokemp Molo Nová Rabyň, rozkládající se na břehu, byl součástí pozemků původně spojených s firmou H-System, která v 90. letech zkrachovala a zanechala za sebou dluhy. Klienti firmy, kteří vložili úspory do projektu výstavby rodinných domků, přišli o vše. Areál Rabyň byl v roce 2024 vydražen za 72 milionů korun státem, který pozemky získal jako výnos z trestné činnosti. Aktuálně pláž včetně areálu provozuje právnická osoba, která nemovitosti získala v dražbě. (Idnes.cz, 2024) Otevírací doba je 9-22:00, provozovatel kempu je pan. Michna., IČ: 06448372

2.4.3 Produkt

1. Jádru produktu

Jádrem produktu pláží na Slapské přehradě je přírodní a vodní zážitek. To zahrnuje možnost účastníkům CR koupání ve vodě přehrady, užívání si krásného přírodního prostředí, odpočinek a relaxace na plážích, vodní sporty jako šlapadla, kajaky, paddleboarding aj.

2. Skutečný produkt

Skutečným produktem jsou pláže s jejich vybavením a službami. To zahrnuje: zázemí pro návštěvníky (toalety, převlékací kabiny, sprchy), plážové vybavení (lehátka, slunečníky, půjčovny vodních sportů), bezpečnostní zajištění (přítomnost plavčíků, přístup do vody), občerstvení: kiosky s nápoji, občerstvení, zmrzlina. V tabulce č. 2 je vidět vybavenost podle pláží. Z pohledu turisty, který chce pobýt na plážích vychází nejlépe pláž Nová Rabyně, společně se Starou Živohoští, nejméně příznivé hodnocení je pro pláž Ždán a Županovice. Žádná pláž nedisponuje přítomností plavčíků.

Tab. 2: Skutečný produkt pláží

	Nová Rabyně	Měřín	Nová Živohošť	Ždán	Stará Živohošť	Županovice
Toalety	ano	ano	ano	ano	ano	ano
Sprchy	ano	ano	ano	ne	ano	ne
Převlékací kabiny	ano	ano	ano	ne	ano	ne
Lehátka a slunečníky	ano	ne	ano	ne	ano	ne
Půjčovny vodních sportů	ano	ano	ano	ano	ano	ne
Kiosky	ano	ano	ano	ano	ano	ano

Zdroj: vlastní zpracování, vlastní průzkum

3. Rozšířený produkt

Zahrnuje jak doplňkové služby (ubytovací zařízení, stravovací zařízení), které zvyšují hodnotu hlavního zážitku spojeného s touto lokalitou, tak i různé aktivity nebo akce pořádané na plážích nebo v jejich blízkosti, tzn. cca 200 m. V tabulce č. 3 můžeme vidět seznam ubytovacích, restauračních zařízení a parkovišť v těsné blízkosti pláží, které jsou rozděleny podle jednotlivých pláží. Zároveň uvádím i aktivity spojené s plážemi za letní sezónu 2024. Na všech plážích se vyskytuje i velké množství ubytování v rekreačních chatách nebo apartmánech provozované jednotlivě různými pronajímateli, které jsem nezahrnovala do tabulky Pláž Nová Rabyně se zaměřuje spíše na ubytování v rekreačních chatách nebo apartmánech provozované jednotlivě různými pronajímateli, nebo pak kemp, který je přímo součástí pláže, pro větší komfort mohou návštěvníci využít i penziony. V Měříně se nachází komplex Volareza-hotel Měřín***, který disponuje mimo jiné i aquacentrem a wellness centrem, parkování sice k dispozici je, ale jen pro ubytované hosty hotelu. Nová Živohošť je jednou z nejkomplexnějších pláží, zahrnuje jak kempy, tak i chatové osady a penziony, nejbližší restaurace se nachází 30 m od pláže, ve středisku Juniorcamp Tobogán. Pláž Ždán nedisponuje větším parkováním pro jednodenní návštěvníky, oblast kolem pláže je tak spíše koncipována pro vícedenní pobyty, kde bývá i podmínka přenocování od dvou dnů a výše, v místě kolem pláže nechybí penziony a je přítomen i hotel garni. Stará Živohošť disponuje velkým Rekreačním a školícím střediskem, který poskytuje přenocování jak v chatkách, tak i možnosti přenocování v budově hotelového typu, v blízkosti pláže se nevyskytují tábořiště nebo kempy. Pláž Županovice je skromnou pláží, která neustála pandemii Covid a penzion, který byl u pláže byl prodán, nicméně v současné době je k dispozici jeden kemp a chatové osady, včetně přilehlých restaurací. Přímo na plážích se žádné akce nekonaly, pouze v těsné blízkosti a tyto akce byly pořádané ubytovacími zařízení, aby primárně zvýšily návštěvnost v jejich zařízení a tím i přispěly k návštěvnosti jednotlivých pláží. Akce se konaly zejména na Nové Živohošti, Staré Živohošti, a i Nová Rabyně se snažila turisty přilákat.

Tab. 3: Rozšířený produkt pláží

	Nová Rabyně	Měřín	Nová Živohošť	Ždán	Stará Živohošť	Županovice
Kempy	Molo Nová Rabyně	x	Veřejné tábořiště	Autocamp Skalice	x	ACT Županovice
			Caravan-camping	Autokemp Ždán		
Chatové osady	x	x	Apartmány Vyhlička Slapy	Chaty Albatros	Rekreační středisko u Fary	Apartmány Županovice
			Marina Glamping	Tiché místo glamping	Zátoka Živohošť	Apartmán u Hovorků
			Resort Beach	Apartmánový dům Surf		Rekreační středisko Županovice
			Plýnárenské osady			
			Apartmány u Veverek			
			Penziony	Žižka	Pod Lipou	VIB
Janata	Vyhlička Slapy	Modrá loděnice				
	U Šedů					
	U Vodníka Kebulého					
Hotely	x	Vojenská zotavovna Měřín ***	x	Garni hotel Petra	Hotel Atlantida ***	x
	x	Hotel Laguna ***				
Ostatní	x	x	Juniorcam Tobogán	x	Rekreační a školící středisko	
Restaurace	Pivnice u Oldy	x	Klubovna	Relax	Občerstvení u zavory	U Štiky
		Restaurace Měřín	Juniorcamp restaurace, bar	Beach bar Fano		U Hrocha
Parkoviště	ano	ano	ano	x	ano	ano
Aktivity spojené s plážemi						
Pořadatel		Konání			Název	
Molo Nová Rabyně		8x během letní sezóny 07-08/2024			Ivan M Sax - živá hudba	
Juniorcamp Nová Živohošť		středy 07-08/2024			Dětské disko+ soutěže	
Juniorcamp Nová Živohošť		2x během letní sezóny 07-08/24			Disko a travestishow	
Juniorcamp Nová Živohošť		31.7.			Dětský den	
Resort Beach Nová Živohošť		Živohošťský guláš fest 24.8			Živohošťský guláš fest	
Rekreační a školící střed. Stará Živohošť		vybrané dny během 07-08/2024			Taneční podložkování	
Rekreační a školící střed. Stará Živohošť		vybrané dny během 07-08/2025			Fotbalový turnaj	

x = není k dispozici

Zdroj: vlastní zpracování, Mypy.cz (2024), Facebook.com (2024)

2.4.4 Cena

Cenová politika pláží na Slapské přehradě by měla odrážet jak hodnotu nabízených služeb, tak konkurenceschopnost na trhu. V tabulce č. 4 popíšu ceny skutečných produktů pláží, cenová analýza ubytovacích a stravovacích zařízení je vynechána, neboť by vyžadovala hlubší zkoumání, dále se zaměřím na jednotlivé kiosky, ve kterých porovnám ceny nejčastěji prodávaných produktů a na závěr porovnám ceny půjčoven vodních sportů. Jediná pláž vybírající vstupné je v Nové Rabyni, která ale zároveň nabízí zdarma i sportovní aktivity jako ping-pong a beachvolejbal, včetně lehátek a nevybírá poplatek ani za toalety nebo sprchy. Měřín se snaží, aby se hosté ubytovali, v opačném případě neposkytuje parkování a dostupnost na pláž autem je tak značně omezená. Shodně je na tom Stará a Nová Živohošť, kde je k dispozici větší parkoviště a jsou vítáni i hosté, kteří nechtějí přenocovat, oproti tomu Ždán je zaměřena na hosty s ubytováním a jako jediná vybírá poplatek za WC. Pláž Županovice disponuje větším parkovištěm za nejpříjemnější cenu 50 Kč. Ceny za občerstvení v kioscích vychází podobně na jednotlivých plážích, např. káva vychází nejlevněji v Měříně, Staré Živohošti a Županovicích, nejdražší je v Nové Rabyni a ve Ždání. Nejčastěji dostupnými položkami vodních sportů jsou šlapadla nebo paddleboardy. Šlapadla vychází shodně na 250 Kč a pláže si tak vzájemně nekonkurují v oblasti cenové politiky. Cena za paddleboardy se pohybuje různě od 150-300 Kč. Nejlevněji je návštěvníci pořídí na Nové Rabyni, nejdraž vychází na Nové a Staré Živohošti.

Tab. 4: Cena na plážích

	Nová Rabyň	Měřín	Nová Živohošť	Ždán	Stará Živohošť	Županovice
Vstupné dospělý/dítě (Kč/den)	90/50	0	0	0	0	0
Toalety (Kč/použití)	0	0	0	10	0	0
Sprchy (Kč/2 minuty)	0	0	0	x	0	x
Lehátka a slunečníky (Kč/den)	0	x	0	x	0	x
Parkoviště Kč/den	100	pouze pro hosty hotelu	150	x	150	50
Kiosky				x	x	x
Nealko nápoje	30-40	20-40	50-60	40-50	30-50	25-35
Káva	50	45	40-45	50	45	45
Čepované pivo 0,5l	50	40	40-60	50-55	50-60	40
Párek v rohlíku	50	43	35	40	45	40
Hranolky	80	x	50	60	70	50
Klobása s chlebem	130	x	85	x	x	x
Půjčovny vodních sportů/hod	Půjčovna Rabyň	Volareza Měřín; Hotel Laguna	Půjčovna Slapy - Ždán	Půjčovna Slapy - Ždán	Rekreační a školící středisko Stará Živohošť	x
Speedboat Kč/hod	500	x	x	x	x	x
Gondola Kč/hod	500	x	x	x	x	x
Šlapadlo Kč/hod	250	250	250	250	250	x
Megabord Kč/hod	400	x	x	x	x	x
Tandembord Kč/hod	300	x	x	x	x	x
Paddleboard Kč/hod	150	220-250	200-300	200-300	200	x
Aquapaddler Kč/hod	100	x	x	200	x	x
Lodka, kanoe Kč/hod	x	x	x	200	250	x
Motorová loď skupiny Kč/hod	x	7500	4500	x	x	x
Plavecká bójka Kč/hod	x	x	100	x	x	x
Motorová plavidla-čluny Kč/hod	x	x	1500	800	x	x
Kajutová loď Kč/hod	x	x	x	1200-2000	x	x
Aquaskipper Kč/hod	x	x	x	400	x	x

x = není k dispozici

Zdroj: vlastní zpracování, Pujcovnarabyne.cz (2024), Volareza.cz (2024), Pujcovna-slapy.cz (2024), Starazivohost.cz (2024)

2.4.5 Distribuce

Autobusem jsou pláže Nová Rabyň a Měřín dobře propojeny s Týncem nad Sázavou. Tyto oblasti mají pravidelná autobusová spojení s Prahou a dalšími městy. Nová Živohošť je napojena na autobusové linky z Benešova a Příbrami, zatímco Stará Živohošť je napojena na obec Chotilsko a Ždán má nejbližší zastávku Slapy-jednota, což je na pláž 2,7 km, tedy 37 minut chůze. Županovice mají autobusovou linku z Dobříše a Příbrami. Autem jsou všechny pláže v dojezdové vzdálenosti do 1 hodiny, nejbližší je pláž Ždán, nejvzdálenější pláž Županovice. Na kole se z Prahy na pláže dá dopravit za 3-4 hodiny, nejbližší je pláž Ždán, nejvzdálenější pak Nová Živohošť a Županovice. Zastávky parníku jsou na všech plážích mimo Županovic.

Tab. 5: Dopravní dostupnost na pláži

	Nová Rabyň	Měřín	Nová Živohošť	Ždán	Stará Živohošť	Županovice
autobusové spojení	485 Týnec nad Sázavou-Rabyň	485 Týnec nad Sázavou-Rabyň	756 Neveklov-Křečovice, Nová Živohošť	x	439 Chotilsko-Živohošť	514 Dobříš-Županovice
	437 Nový Knín-Hradištko	755 Benešov-Rabyň Měřín zotavovna	754 Benešov terminál-Příbram aut. nádr.			515 Příbram-Borotice
	390 Rabyň Měřín-Smíchovské nádraží	390 Rabyň Měřín-Smíchovské nádraží	x			x
autem z Prahy	57 min; 55,3 km	55 min; 54,5 km	56 min; 68,3 km	45 min; 40,3 km	56 min; 48,5 km	50 min; 59,3 km
na kole z Prahy	3,5 hod; 46,4 km	3,25 hod; 46,4 km	4 hod; 58,5 km	3 hod; 44,2 km	3,5 hod; 52,5 km	4 hod; 60,3 km
zastávka parníku	ano	ano	ano	ano	ano	x

x = není k dispozici

Zdroj: Vlastní zpracování, Mypy.cz (2024), PID.cz (2024)

2.4.6 Propagace

Snaha o zviditelnění Slapské přehrady je realizována prostřednictvím různých kanálů a aktivit, kterými jsou:

1. *Webové stránky Slapy.cz*: poskytující podrobné informace o historii přehrady, možnostech rekreace, ubytování a dalších turistických atrakcích v okolí.
2. *Turistické portály*: Turistika.cz a ZARS.cz, které nabízejí tipy na výlety, popisy míst a informace o aktivitách dostupných v oblasti Slapské přehrady
3. *TIC*: Informační centra v obcích (Neveklov, Chotilsko) kolem přehrady poskytují brožury nebo mapy
4. *Média*: Články na internetu např. Seznamzpravy.cz, informují veřejnost o historii a zajímavostech Slapské přehrady, čímž přispívají k jejímu zviditelnění.
5. *Sociální média*: Mnozí návštěvníci a turisté sdílejí své zážitky na platformách jako Facebook, Instagram a osobních blozích, což slouží jako neformální forma propagace a inspirace pro ostatní.

2.5 Analýza návštěvnosti

Pro analýzu návštěvnosti byla zvolena fyzická forma dotazníkového šetření, která měla provést analýzu návštěvnosti v oblasti Slapské přehrady. Cílem šetření bylo získat relevantní data o způsobu využívání této turistické destinace, preferencích návštěvníků, jejich spokojenosti s nabídkou a chování v souvislosti s ochranou přírody. Dotazníky byly vytištěny v počtu 200 kusů a jejich distribuce probíhala o víkendu 10. a 11. srpna 2024, kdy teploty vzduchu dosahovaly až 32 stupňů Celsia. Tento termín byl zvolen záměrně, protože se jedná o období v půlce letní sezóny, kdy oblast Slapské přehrady zažívá vysokou návštěvnost a turismus je na svém maximu. Důležité jsou v tomto ohledu i vysoké teploty, které přitáhnou větší množství turistů, což poskytlo ideální příležitost pro získání reprezentativních dat o chování návštěvníků. V rámci výzkumu byl kladen důraz na zahrnutí všech věkových skupin, aby výsledky co nejlépe odrážely různorodost návštěvníků této oblasti. Dotazníky byly rozdělovány na různých místech v okolí přehrady, včetně pláží, turistických nebo cyklistických tras. Celkem bylo vyplněno 189 dotazníků. Předpokládaná velikost cílové populace návštěvníků pláží na Slapech během letní sezóny činí odhadem přibližně 10 000 osob. Vzorek představuje téměř 2 % této populace, což odpovídá standardům v průzkumech cestovního ruchu a vzorek je tak dostatečně reprezentativní.

Dotazník byl navržen tak, aby pokrýval širokou škálu aspektů, které souvisejí s návštěvností oblasti Slapské přehrady. Otázky byly rozděleny do několika kategorií, aby byl získán co nejucelenější obraz o chování návštěvníků, jejich spokojenosti a preferencích. Získaná data přispějí k lepšímu pochopení chování turistů v oblasti Slapské přehrady a mohou sloužit jako podklad pro budoucí zlepšení turistické nabídky a udržitelného rozvoje této oblasti.

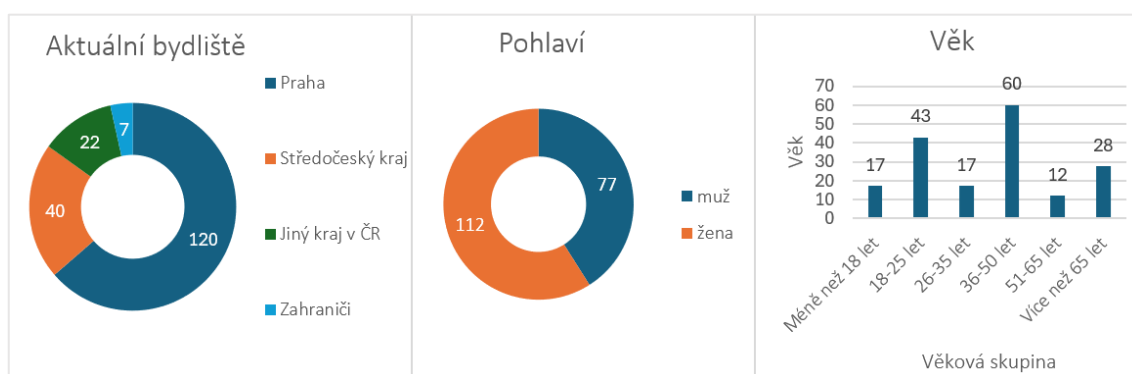
2.5.1 Vyhodnocení dotazníkového šetření

1. Demografické údaje na obr. 10

Pohlaví: Většina respondentů byly ženy (59 %), zatímco muži tvořili 41 %.

Věk: Nejvíce návštěvníků spadalo do věkové kategorie 36-50 let (31,8 %), následovala kategorie 18-25 let (22,7 %) a více než 65 let (20,9 %). Menší zastoupení mají mladší respondenti (méně než 18 let a 26-35 let), nejmenší zastoupení mají osoby mezi lety 51-65 let.

Aktuální bydliště: Většina návštěvníků byla z Prahy (63,6 %), následována Středočeským krajem (26,5 %), jiný kraj ČR (5,8 %), ze zahraničí (4 %).



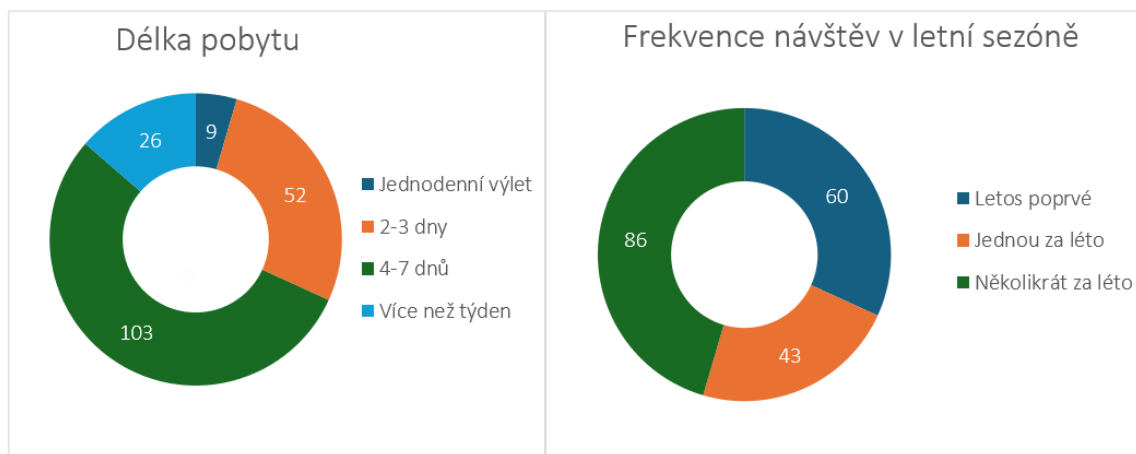
Obr. 10: Demografické údaje

Zdroj: vlastní zpracování, dotazníkové šetření

2. Frekvence návštěvnosti a informovanost o přehradě na obr. 11

Frekvence návštěv: Největší část návštěvníků (45,5 %) navštěvuje přehradu několikrát za léto, 31,8 % přijelo letos poprvé a 22,7 % turistů jezdí na Slapy jednou za léto.

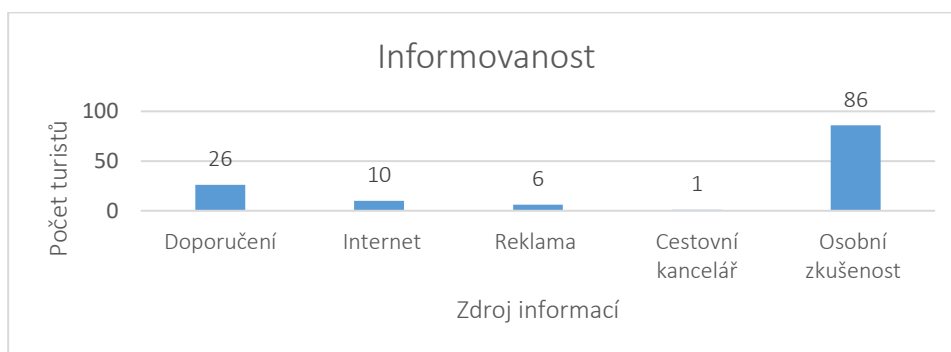
Délka pobytu: Většina návštěvníků během návštěvy (54,5 %) zůstala 4-7 dnů, 27,3 % pobývala 2-3 dny, a 13,6 % zůstává více než týden, pouze 4,5 % účastníků cestovního ruchu přijelo na jeden den.



Obr. 11: Frekvence návštěvnosti

Zdroj: vlastní zpracování, dotazníkové šetření

Zdroje informací: Nejčastějšími způsoby, jak se návštěvníci dozvěděli o přehradě, byly – osobní zkušenost (pravidelná návštěva, 45,5 %) a internet (37,1 %). Doporučení od přátel nebo rodiny bylo uvedeno 13,8 %, reklama a cestovní kanceláře byly méně významné.



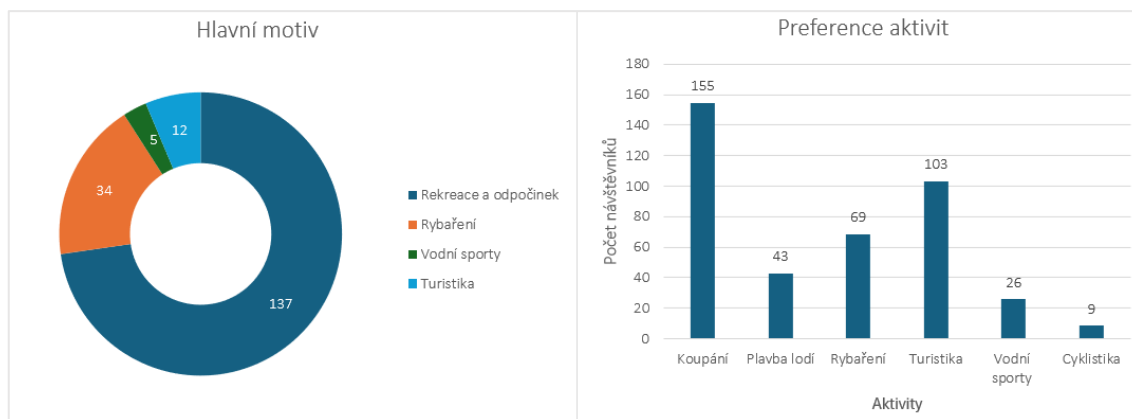
Obr. 12: Informovanost ohledně Slapské přehrady

Zdroj: vlastní zpracování, dotazníkové šetření

3. Důvody a aktivity na obr. 13

Hlavní důvod návštěvy: Většina návštěvníků přijela za rekreací a odpočinkem (72,7 %). Rybaření (18,2 %) a vodní sporty (5,9 %) byly méně častými důvody.

Provozované aktivity: Nejčastějšími aktivitami bylo koupání (81,8 %), turistika (54,5 %) a rybaření (36,4 %). Plavba lodí a vodní sporty byly také populární (22,7 % a 13,6 %). Nejméně často jezdí turisté na kolo (4,5 %).



Obr. 13: Důvody návštěvy a aktivity

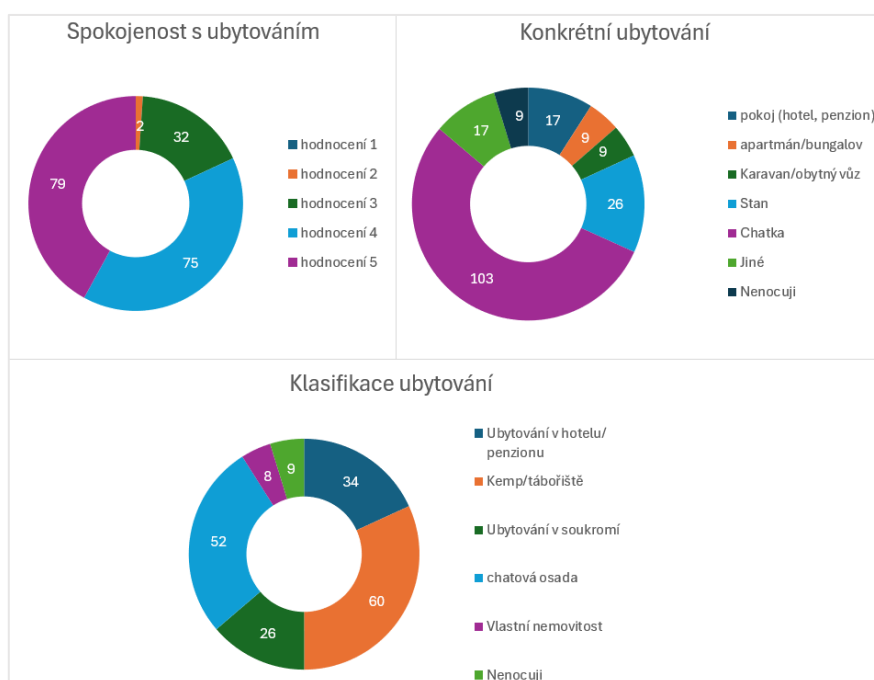
Zdroj: vlastní zpracování, dotazníkové šetření

4. Ubytování na obr. 14

Klasifikace ubytování: Nejvíce návštěvníků se ubytovalo v kempech/tábořištích (31,8 %), chatových osadách (27,3 %) a hotelech/penzionech (18,2 %). 13,8 % turistů zvolilo ubytování v soukromí. 4,8 % lidí na Slapech nepřespalo (jednodenní výlet), což korespondovalo s návštěvníky, kteří jeli na jednodenní výlet. 4,2 % využilo vlastní nemovitost.

Konkrétní typ ubytování: Chatky byly dominantním typem ubytování (54,5 %). Stanování bylo populární pro 13,6 %. Shodný počet (9,1 %) vyšlo ubytování v hotelovém pokoji nebo penzionu a jiném typu ubytování, karavany/obytné vozy tvořily pouze 4,5 %.

Spokojenost s ubytováním: Většina návštěvníků byla nadprůměrně spokojena s ubytováním (41,8 % hodnotí na stupnici 1-5 s hodnocením 5, 39,9 % hodnotí 4). Menší podíl hodnotí ubytování průměrně na stupnici 3 (17,1 %), zatímco nespokojených turistů s hodnocením 2 bylo pouhé (1,1 %). Nikdo nebyl vyloženě nespokojen.



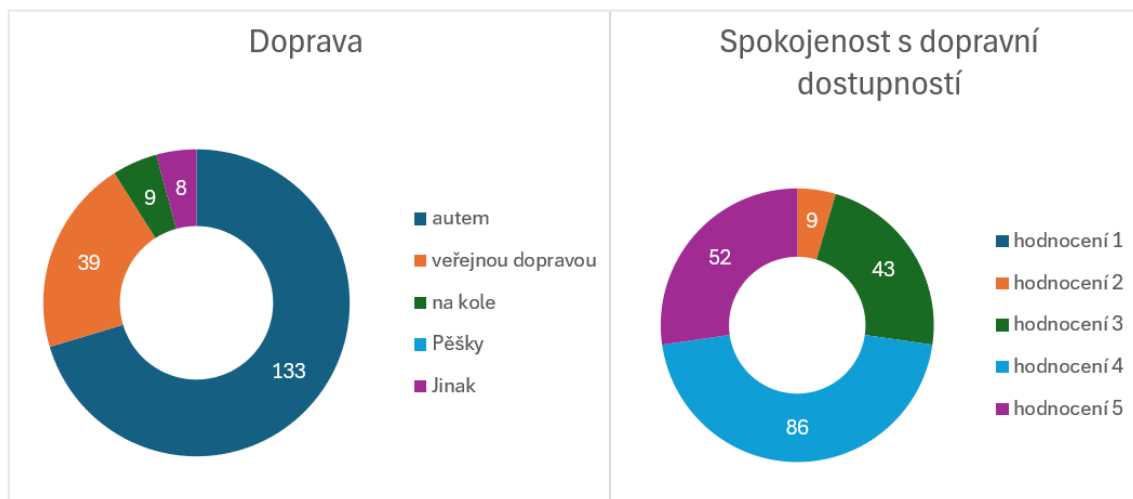
Obr. 14: Ubytování

Zdroj: vlastní zpracování, dotazníkové šetření

5. Doprava na obr. 15

Způsob dopravy: Většina návštěvníků (70,5 %) přijela autem, 20,4 % využilo veřejnou dopravu, a menší podíl přijel na kole (4,8 %), jiný způsob dopravy zvolilo 4,3 %.

Dopravní dostupnost: Většina návštěvníků hodnotí dopravní dostupnost příznivě (45,5 % hodnotí 4, 27,3 % hodnotí 5). 22,7 % ji hodnotí jako průměrnou, někteří však vyjádřili mírnou nespokojenost (4,5 % hodnotí 2).

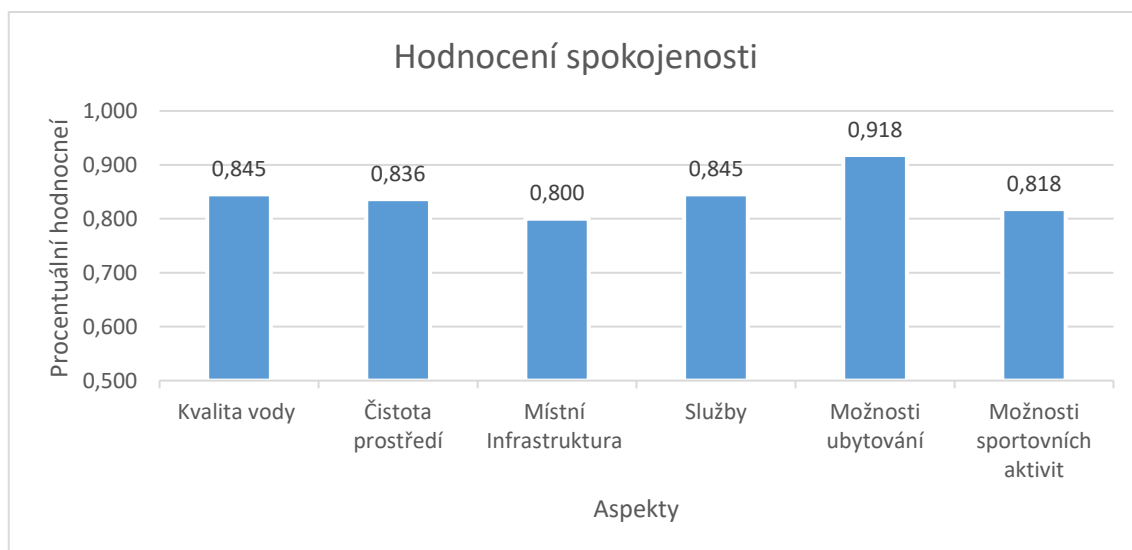


Obr. 15: Doprava

Zdroj: vlastní zpracování, dotazníkové šetření

6. Spokojenost na obr. 16

Hodnocení jednotlivých aspektů: Nejvíce byli návštěvníci spokojeni s možnostmi ubytování (91,8 %), stejně pak se službami typu restaurace, obchody a kvalitou vody a (84,5 %), čistotou prostředí (83,6 %), podobně pak s možností sportovních aktivit (81,8 %) a místní infrastrukturou-cesty, parkování (80 %).



Obr. 16: Spokojenost

Zdroj: Lodní doprava Slapy, 2024

Celková spokojenost: Celkově je návštěvnost Slapské přehrady hodnocena pozitivně. 54,5 % návštěvníků hodnotí svou spokojenost na 5 (velmi spokojen/a) a 36,4 % na 4 a shodně pak celkovou spokojenost získalo hodnocení 2 a 3, tedy průměrná spokojenost až mírná nespokojenost (4,5 %).

2.6 SWOT analýza

Pro SWOT analýzu bylo využito poznatků jak z nabídky CR dané oblasti, tak i z dotazníku, kterým návštěvníci hodnotili aktuální stav z hlediska turistické nabídky a spokojenosti. Bylo čerpáno z údajů MAS Brdy-Vltava o. p. spravující oblasti od levého břehu Slapské přehrady, tak i z údajů MAS Posázaví o. p. s., spravující pravý břeh, která se ale primárně soustředí na Posázaví.

Tab. 6: SWOT analýza

	Pomocné	Škodlivé
	Silné stránky	Slabé stránky
Vnitřní prostředí	Lokalita poblíž Prahy	Závislost na návštěvnosti z Prahy
	Přírodní potenciál	Skalnaté břehy
	Existující kulturní předpoklady	Některé památky v soukromém vlastnictví
	Posílená autobusová doprava v letní sezóně	Málo organizovaných akcí pro návštěvníky
	Široká nabídka UZ nižší kategorie	Stagnace v rozvoji stávajících UZ
	Dobré klimatické podmínky během sezóny 2024	Nízká koncentrace UZ vyšší kategorie
	Existence vodní dopravy	Kvalita vody
		Sezónnost
		Nedostatečná místní infrastruktura
		Méně rozvinutá silniční infrastruktura, převažují silnice III. třídy.
Vnější prostředí		Nízká propagace
		Jednotné webové stránky s aktuálními informacemi
	Příležitosti	Hrozby
	Rozšíření nabídky ubytování vyšší kategorie	Změna klimatických podmínek
	Organizace akcí pro návštěvníky	Znečištění přírody
	Rozvoj nebo založení webových stránek	Riziko overturismu
	Zvýšení marketingové aktivity	Konkurence jiných rekreačních oblastí bližších Praze
	Tvorba balíčků pro různé typy návštěvníků	Finanční a právní omezení
	Dotační projekty	Nespokojenost místních
	Spolupráce více subjektů CR	Letní práce na silnicích ohrožující spokojenost návštěvníků

Zdroj: vlastní zpracování

2.6.1 Silné stránky

Lokalita: Území se nachází ve strategické poloze Středočeského kraje, po Praze druhého nejlidnatějšího kraje ČR, což láká zejména tyto turisty i na kratší pobyty v týdnu nebo o víkendech v letní sezóně během slunečného počasí.

Přírodní potenciál: epicentrem je samotná vodní nádrž Slapy včetně pláží, kvůli které hlavně návštěvníci do oblasti přichází, ať už kvůli koupání nebo rybaření, jak vyplývá i z dotazníkového šetření, tak na své si přijdou i turisté pro pěší výlety, kteří mohou navštívit různé naučné stezky např. NS Vymyšlenská pěšina vedoucí stejnojmennou PP, nebo NS Drbákov-Albertovy skály vedoucí NPR stejného jména a vyhlídky např. případně mohou využít i některé delší cyklotrasy v blízkosti přehrady dlouhé několik kilometrů.

Kulturní předpoklady: V okolí mohou turisté navštívit hned několik zajímavých kulturně-historických památek, např. na Slapech kostel Sv. Petra a Pavla nebo historické centrum Nového Knína v blízkém okolí včetně kostela sv. Miluláše, při příjezdu stojí za vidění i samotné robustní vodní dílo Slapy. Za zmínku stojí i muzea, např. v Chotilském muzeu je návštěvníkům nastíněn život místních před vybudováním přehrady, muzeum Špýchar je zaměřeno na historii oblasti spojenou s těžbou zlata stejně jako muzeum zlata v Novém Kníně. Není to hlavní dominanta oblasti, nicméně je to atraktivní ve smyslu bohatší nabídky pro návštěvníky.

Ucházející dopravní dostupnost: Z Prahy se na Slapy dá dostat do 1 hodiny autem, což bylo i příčinou kladného hodnocení v dotazníku.

Výhodná poloha TIC: Soustředující se v Chotilsku a Neveklově, ve dvou hlavních střediscích cestovního ruchu – Na Nové Živohošti a Staré Živohošti.

Oblíbenost destinace: Téměř polovina turistů jezdí na Slapy v létě opakovaně, jak vyplývá z dotazníku což ukazuje na atraktivitu destinace.

Dopravní zařízení: Posílení MHD ze směru Praha-Smíchovské nádraží na Slapy v letní sezóně.

Existence vodní dopravy: Možnost celodenního výletu z Prahy na Slapy a zpět, případně může sloužit i jako doprava na Slapy, a navíc i lodní přeprava na jiné pláže případně do lanového parku.

Ubytovací zařízení: Široká nabídka ubytovacích zařízení nižší kategorie značící dobrou připravenost na letní sezónu, jak vyplývá z výsledků nabídky ubytovacích zařízení, kde u obcí přilehlých Slapské přehradě je procento v nadpoloviční většině tzn. 56 % a jedná se zejména o chatové osady a kempy.

Dobrá kvalita vody za sezónu 2024: Podmínky pro koupání byly celou sezónu dobré, až na výjimky (pláž Županovice).

2.6.2 Slabé stránky

Skalnaté břehy: Pobřeží podél řeky je s četnými skalnatými a těžko přístupnými úseky.

Málo organizovaných akcí pro návštěvníky: Spoléhání se na dobré počasí a na hlavní motivaci návštěvníků, zejména rekreaci a odpočinek, do roku 2019 zde byla organizovaná akce Přehrady Fest, která lákala především mladší účastníky

Závislost na návštěvnosti z Prahy: Turismus je silně závislý na návštěvnících z blízké metropole. Pokud dojde k negativním změnám v chování návštěvníků z tohoto regionu (např. v důsledku

ekonomických problémů, změn v dopravních podmínkách nebo konkurence jiných destinací), může to mít zásadní dopad na návštěvnost.

Nízká koncentrace UZ vyšší kategorie: Je zde nízká koncentrace luxusnějšího typu ubytování pro náročnější návštěvníky, v oblasti se nachází pouze jeden čtyřhvězdičkový hotel Farma Rabyně****.

Stagnace v rozvoji stávajících ubytovacích zařízení: Ačkoliv byla většina dotázaných návštěvníků spokojena, tak v negativních reakcích na ubytování se objevovalo, že kempy bývají zastaralé a je potřeba jejich rekonstrukce, to může být ale pro provozovatele problém zejména kvůli sezónnosti, která je typická pro oblast kolem přehrady.

Sezónnost: Oblast se vyznačuje vysokou závislostí na letní sezóně a s ní související i vysokou koncentrací turistů, většina aktivit a podniků se soustředí na tuto část roku, což vytváří tlak na kapacity a infrastrukturu (např. pláže, parkování).

Žádný větší supermarket ve zkoumané oblasti: Ve zkoumaném území se nachází pouze menší obchody se smíšeným zbožím

Opravy na silnicích během léta: Týká se převážně silnic II. a III. třídy, na kterých se v letošní sezóně dělalo více oprav, což komplikovalo a prodlužovalo dobu dopravy, což značí nespokojenost některých citlivějších návštěvníků, kteří hodnotili nepříznivě dopravní dostupnost, mělo by se ale jednat o dočasnou záležitost.

Dopravní infrastruktura: Chybějící konkurence taxi služeb, pouze pár místních taxikářů, nižší nabídka pro pro turisty a tlak na vlastní dopravu, absence železnice

Nedostatek bankomatů: Výběr hotovosti může být problém (některé kiosky berou jen cash)

Kulturní památky v soukromém vlastnictví: Některé kulturní památky v dané oblasti jsou nepřístupné veřejnosti anebo jen velmi omezeně ve vybrané dny, např. zámek Slapy, nebo zámek Radič.

Nízká diverzifikace aktivit mimo vodní sporty: I když Slapská přehrada nabízí velké množství aktivit souvisejících s vodními sporty, chybí zde rozmanitější nabídka pro turisty, kteří nejsou zaměřeni na vodní aktivity (např. kulturní a historické akce, cyklistické či pěší výlety spojené s místními tradicemi).

Kvalita vody: I přes laboratorně vyhovující podmínky pro koupání můžou být některé osoby přecitlivělé na vodní podmínky.

Nedostatečná propagace cykloturistiky: Ačkoliv v okolí Slapské přehrady existují cyklotrasy, cykloturistika není dostatečně propagována a půjčování kol není běžně dostupnou službou. To může omezovat přitažlivost oblasti pro cyklisty a snižovat turistický potenciál pro tento typ aktivity, protože ne každý si veze kolo s sebou.

Webové stránky: Neexistuje jednotná propagace Slapské přehrady, existuje pouze neoficiální webová stránka značně zastaralá Slapy.cz. Částečná propagace pouze s pomocí DMO, případně MAS nebo webové stránky přilehlých obcí, včetně pomocí webového portálu Kudyznudy.cz

2.6.3 Příležitosti

Zvýšení marketingové aktivity: Větší zaměření na propagaci prostřednictvím online kanálů a sociálních médií, může přilákat širší mezinárodní i domácí turistický segment.

Webová stránka: Tvorba webové stránky ohledně Slapské přehrady v českém a anglickém jazyce, se snadnou orientací, včetně informací ohledně ubytovacích zařízení, omezení portálu Booking.com

Inovace v nabídce organizovaných akcí: zavedení nových atrakcí a aktivit, jako např. organizace pravidelných kulturních a hudebních akcí, což by mohlo posílit turistickou přitažlivost.

Rozvoj ekologicky udržitelných aktivit: Vzhledem k přírodnímu bohatství oblasti je možnost rozvíjet ekoturismus, rozšířit nabídku naučných stezek a environmentálních aktivit, což přitáhne ekologicky orientované návštěvníky

Využití dotací v rámci středočeského kraje:

- Dotace v rámci středočeského kraje ohledně homogenizace vozovek zejména II. a III. třídy (Stredoceskykraj.cz)
- Dotace zaměřená se na rozvoj cyklotras v rámci programu 2024 Fondu cyklistické infrastruktury z rozpočtu Středočeského kraje v období 2024-2030, páteřních tras: RE26 trasa propojující Benešov-Nebřich-vodní nádrž Slapy v rámci regionálního významu (Stredoceskykraj.cz)

Spolupráce více objektů zapojených do CR: Kooperace např. cestovní kanceláře a obce pro větší viditelnost na webových stránkách

Rozšíření nabídky ubytování: Využití mezery na trhu a zaměření se na projekty výstavby ubytování vyšší kategorie

Tvorba turistického balíčku s různými zaměřeními: Příležitost pro tvorbu různých balíčků s cílem přilákání nových turistů.

2.6.4 Hrozby

Změny klimatických podmínek: Povodně, deštivé počasí a tím klesající návštěvnost, která může být pro některé provozovatele letních ubytovacích zařízení likvidační, nebo naopak extrémní počasí v podobě vysokých teplot, častější sucha mohou ovlivnit kvalitu vody v přehradě, omezit možnosti vodních aktivit a zhoršit podmínky pro rekreaci.

Znečištění a odpady: Letní turistika, zejména u přehradních oblastí, může vést k větší produkci odpadu, což představuje hrozbu pro životní prostředí, pokud není dostatečně zajištěna infrastruktura pro jeho sběr a správnou likvidaci.

Overturismus v letních měsících: Zejména nejnavštěvovanější oblasti Nové a Staré Živohoště, kde je koncentrace turistů vyšší, což může vést k přetížení infrastruktury, dopravních cest a pláží. Tento přetlak může mít negativní dopady na místní obyvatele, přírodu a kvalitu zážitků pro návštěvníky, což může vést k nespokojenosti a odlivu turistů v dalších letech.

Zvýšené náklady pro místní obyvatele: S nárůstem turistů v létě může dojít k růstu cen, zejména v oblasti ubytování, jídla a služeb, což může způsobit ekonomické problémy pro místní obyvatele, kteří si nemohou dovolit vysoké ceny nebo se cítí přehlčeni turistickým ruchem.

Nedostatečná infrastruktura pro vysokou sezónní poptávku: Slapská přehrada může čelit výzvám při zajišťování dostatečných ubytovacích, stravovacích a dopravních kapacit pro všechny návštěvníky během letní sezóny. Pokud není infrastruktura připravena na nápor turistů, může to vést k nespokojenosti návštěvníků.

Zvýšený tlak na životní prostředí: Vysoká návštěvnost a aktivity na přehradě (např. vodní sporty, plavby, kempování) mohou vést k degradaci přírodního prostředí. To zahrnuje poškození břehů, znečištění vody a narušení místní fauny a flóry.

Konkurence z okolních rekreačních oblastí: Představují hrozbu z hlediska ohrožení snížení návštěvnosti Pražskými návštěvníky, kterými jsou jezera a pískovny poblíž Prahy jako jsou např. (jezero Lhota, Hostivař, Komořany, Zbraslav, Milíčov, Čelakovice), protože nabízejí podobné zážitky a jsou snadněji dostupné a voda na některých místech může být čistší a kvalitnější.

Finanční a právní omezení: Financování dalších infrastrukturních projektů, jako je rozšíření plavební dopravy nebo dopravní infrastruktury, může být limitováno dostupnými rozpočty a právními regulacemi.

2.7 Doporučení a návrhy na zlepšení

Téma se zabývá cestovním ruchem v letním středisku a s tím související i letní rekreací a letní sezónou, proto se doporučení nebudou zabývat návrhy na zlepšení v průběhu roku, ale budou zaměřeny právě na letní sezónu na základě poznatků, zejména z dotazníkového šetření, marketingového mixu a SWOT analýzy.

Nejprve si identifikujeme několik klíčových oblastí, na které by se měl zaměřit budoucí rozvoj letního střediska cestovního ruchu na Slapské přehradě. Tato doporučení se zaměřují na zlepšení kvality nabízených služeb, infrastruktury, dostupnosti a celkového zážitku návštěvníků, a to vše v souladu s principy udržitelnosti a ochrany přírody.

2.7.1 Kvalita vody na plážích

Kvalita vody na plážích je jedním z hlavních faktorů, které ovlivňují rozhodování turistů o výběru destinace. Na základě analýzy se ukazuje, že pláže Ždán a Nová Rabyně poskytují po celé léto čistou vodu vhodnou ke koupání, zatímco pláže Županovice, Měřín, Stará Živohošť a Nová Živohošť čelí zhoršené kvalitě vody v některých obdobích.

Doporučení:

- Zajistit pravidelný monitoring kvality vody na všech plážích, zejména v problémových oblastech.
- Implementovat preventivní opatření k ochraně kvality vody, jako je instalace dostatečné kanalizační infrastruktury, zamezení přímého odtoku odpadních vod do přehrady.
- Propagovat pláže s nejlepší kvalitou vody a zajistit informovanost návštěvníků o aktuálním stavu kvality vody prostřednictvím informačních tabulí, mobilních aplikací nebo webových stránek.

2.7.2 Vybavenost pláží

Z vybavenosti pláží vyplývá, že některé lokality, jako například Županovice, zaostávají za standardy ostatních pláží. Absence sprch, převlékacích kabin nebo půjčoven vodních sportů omezuje komfort návštěvníků a snižuje atraktivitu těchto pláží.

Doporučení:

- Zřídit základní infrastrukturu na plážích Županovice, včetně sprch, převlékacích kabin a půjčovny vodních sportů.
- Rozšířit nabídku půjčoven na plážích Nová Rabyň a Stará Živohošť, například o možnost půjčení motorových plavidel.
- Zavést standardizovanou úroveň vybavenosti na všech plážích, která bude zahrnovat minimálně toalety, sprchy, převlékací kabiny a občerstvení.

2.7.3 Ubytovací zařízení

Analýza ukázala, že ubytovací zařízení v oblasti Slapské přehrady jsou různorodá, avšak některé lokality postrádají širší nabídku ubytování. Dotazníkové šetření navíc naznačilo, že 58,2 % účastníků cestovního ruchu vidí příležitost ke zlepšení UZ, stejně tak to dokazuje i spokojenost návštěvníků, neboť na základě dotazníku 68,1 % turistů zůstává na Slapech více jak 4 dny.

Doporučení:

- Investovat do rekonstrukce a modernizace stávajících ubytovacích zařízení prakticky na všech plážích, a zamezit tak případné stagnaci
- Podpořit vznik menších ekologických a stylových ubytování, například glampingových stanů nebo malých chat s důrazem na komfort a udržitelnost.
- Rozšířit nabídku ubytovacích zařízení pro náročnější klientelu, například o butikové hotely s wellness službami, pokud to bude ekonomicky udržitelné.

2.7.4 Doprava a dostupnost

Doprava do oblasti Slapské přehrady představuje výraznou výzvu, zejména pro návštěvníky z Prahy, která tvoří většinu turistické základny, což vyplývá i z našeho dotazníkového šetření, kde 63,6 % účastníků cestovního ruchu jsou z Prahy. Absence přímých železničních nebo autobusových spojů snižuje komfort při plánování návštěvy této destinace.

Doporučení:

- Zavést přímé autobusové spoje z Prahy na pláže, které postrádají zastávku autobusu v blízkosti pláže, jako jsou Ždán, Nová Živohošť a Stará Živohošť v letní sezóně
- Rozšířit lodní dopravu, která by zahrnovala také pláž Županovice, čímž by se zvýšila dostupnost této lokality.
- Podporovat kombinovanou přepravu, například propojením autobusové dopravy s lodními linkami, aby byla zajištěna plynulá návaznost.
- Posílení parkovacích kapacit na frekventovaných místech a lepší propojení mezi jednotlivými plážemi prostřednictvím místní autobusové dopravy.
- Zavedení systému sdílených kol nebo elektrokol by mohlo být dalším krokem ke zlepšení mobility v oblasti.

2.7.5 Občerstvení a stravovací zařízení

Dostupnost občerstvení na plážích je základním aspektem pro spokojenost návštěvníků. I když kiosky na plážích nabízejí podobnou nabídku, rozdíly v cenové politice mohou ovlivnit vnímání kvality služeb.

Doporučení:

- Podporovat místní podnikatele v oblasti gastronomie, například nabídkou regionálních specialit nebo zdravějších variant občerstvení.
- Zavést sezónní food festivaly, které by přilákaly další návštěvníky a podpořily místní podnikání.

2.7.6 Marketing a propagace

Propagace destinace je klíčová pro zvýšení návštěvnosti a atraktivity oblasti. Aktuální marketingové aktivity mohou být rozšířeny a zacíleny na konkrétní segmenty návštěvníků.

Doporučení:

- Vytvořit jednotnou marketingovou strategii pro celou oblast Slapské přehrady s důrazem na rodiny s dětmi, sportovní nadšence a milovníky přírody.
- Aktivně využívat digitální kanály, včetně sociálních sítí a mobilních aplikací, k propagaci aktivit a služeb.
- Spolupracovat s influencery a blogery, kteří mohou představit destinaci široké veřejnosti prostřednictvím sociálních sítí, vzhledem k tomu, že 37,1 % účastníků cestovního ruchu uvedlo jako zdroj informací internet.

2.7.7 Udržitelnost a ochrana přírody

Zachování přírodních hodnot oblasti je zásadní pro dlouhodobý rozvoj cestovního ruchu.

Doporučení:

- Zajistit ekologický přístup k rozvoji infrastruktury, například podporou třídění odpadu nebo instalací solárních panelů pro napájení budov, jako dobíjecí stanice pro elektromobily, skútry, elektrokola, což může podpořit ekologickou dopravu v oblasti.
- Zavést environmentální vzdělávací programy pro návštěvníky s cílem zvýšit jejich povědomí o ochraně přírody a podpořit jejich šíření např. při naučných stezkách.
- Podporovat projekty zaměřené na zlepšení biodiverzity a ochranu vodních ekosystémů.

Závěr

Slapská přehrada a její okolí představují unikátní destinaci letního cestovního ruchu v České republice, která nabízí široké spektrum aktivit a možností vyžití pro návštěvníky. Analýza provedená v této práci ukázala, že oblast disponuje velkým potenciálem pro další rozvoj, avšak zároveň čelí řadě výzev, které je nutné řešit pro zachování její konkurenceschopnosti a atraktivity.

Kvalita vody na plážích, jako klíčový faktor rozhodování turistů, vykazuje rozdíly mezi jednotlivými lokalitami. Pláže jako Ždán a Nová Rabyň poskytovaly po celé léto čistou a bezpečnou vodu pro koupání, což bylo velkým lákadlem pro návštěvníky. Naopak lokality jako Županovice nebo Nová Živohošť měly problémy se zhoršenou kvalitou vody během vrcholné letní sezóny. Je zřejmé, že cílený monitoring a opatření ke zlepšení kvality vody jsou nezbytné nejen pro zvýšení atraktivity těchto míst, ale také pro ochranu životního prostředí.

Co se týče vybavenosti pláží, analýza ukázala značné rozdíly v dostupnosti a kvalitě nabízených služeb. Některé pláže, jako Nová Rabyň, nabízejí širokou škálu vybavení včetně půjčoven vodních sportů, sprch a lehátek, zatímco jiné, například Županovice, postrádají základní infrastrukturu. To nejenže snižuje jejich konkurenceschopnost, ale také omezuje celkový zážitek návštěvníků. Rozšíření a modernizace vybavenosti pláží je proto jednou z klíčových oblastí, na kterou je třeba se zaměřit.

Dalším významným aspektem je nabídka ubytovacích zařízení. Oblasti jako Nová Živohošť nebo Ždán mají pestrnou nabídku ubytování, zahrnující kempy, penziony a hotely, zatímco jiné lokality se spoléhají pouze na omezený počet zařízení. Navzdory tomu dotazníkové šetření ukazuje, že většina návštěvníků je spokojena se současnou nabídkou a preferuje modernizaci a zlepšení stávajících zařízení před výstavbou nových. To ukazuje na potřebu investic do renovace a zkvalitnění stávající infrastruktury, což může přispět k dlouhodobé udržitelnosti oblasti.

Doprava je dalším klíčovým faktorem, který ovlivňuje přístupnost a pohodlí návštěvníků. Absence přímé železniční a omezená autobusová doprava představují bariéru pro turisty, zejména z Prahy, kteří tvoří většinu návštěvnícké základny. Zavedení přímých spojů a lepší propojení mezi dopravními prostředky, například kombinace autobusové a lodní dopravy, by mohly výrazně zvýšit atraktivitu destinace.

Udržitelnost hraje zásadní roli v budoucím rozvoji Slapské přehrady. Kombinace ekologických opatření, jako je ochrana vodních zdrojů, podpora místního podnikání a zapojení komunit, může zajistit, že oblast bude atraktivní nejen pro současné, ale i budoucí generace turistů. Kromě toho je nutné zohlednit environmentální dopady všech plánovaných opatření, aby se minimalizoval vliv na přírodu a krajinu.

Celkově lze říct, že Slapská přehrada má potenciál stát se ještě atraktivnější destinací pro letní rekreaci. Klíčem k úspěchu je však vyvážený přístup kombinující modernizaci a rozvoj infrastruktury s ochranou přírodních a kulturních hodnot. Aktivní zapojení místních komunit, zlepšení kvality služeb a cílený marketing mohou výrazně přispět k posílení pozice Slapské přehrady na turistickém trhu a zajistit její udržitelný růst.

Seznam použité literatury

- BERÁNEK A KOL. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 2013. ISBN 978-80-86724-46-1
- BRDY A PODBRDSKO. *Kalendář akcí*. Brdyapodbrdsko.cz [online]. 2024 [cit. 25.11.2024].
Dostupné z: <https://www.brdyapodbrdsko.cz/kalendar-akci>
- BUSINESS TO YOU. *SWOT Analysis diagram*. Business-to-you.com [online]. 2019 [cit. 4.12.2024]. Dostupné z: <https://i0.wp.com/www.business-to-you.com/wp-content/uploads/2019/09/SWOT-Analysis.png?ssl=1>
- CARTOGRAPHY.UPOL.CZ. *MAPS: Mapa Praha*. Cartography.upol.cz [online]. 2011 [cit. 25.6.2024]. Dostupné z: https://www.cartography.upol.cz/MAPS/MAPS_Num3_mapa.pdf
- CENIA.CZ. *Návrh dokumentace EIA*. Cenia.cz [online]. 2015 [cit. 9.11.2024]. Dostupné z: https://portal.cenia.cz/eiasea/download/U0VBX1NUQzEwNOZfbmF2cmhfMzEwMjU2ODU5MjA1NDI3MTUzMjUwZGY/STC107F_navrh.pdf
- COOPER, C. et al. *Tourism: principles and practice*. (4th ed., xxix, 704 p.) Harlow, England: Prentice Hall Financial Times. 2008. ISBN: 1408200090
- CROMPTON, J. *Motivations for pleasure vacation*. *Annals of Tourism Research*, vol. 6(issue 4), pp. 408–424. 1979.
- CZECHTOURISM. *Mapa DMO a kontakty*. Czechtourism.cz [online]. 2024 [cit. 25.11.2024].
Dostupné z: <https://www.czechtourism.cz/cs-CZ/a645925b-3e14-4c12-a2fb-672ffbe81a97/page/mapa-dmo-a-kontakty>
- ČERTÍK, M. *Cestovní ruch: vývoj, organizace a řízení*. 1. vyd. Praha: OFF, 2001. ISBN 80-238-6275-8.
- Český hydrometeorologický ústav. *Historická data: počasí – územní teploty*. [online] 2021 [cit. 20.6.2024] Dostupné z : <https://www.chmi.cz/historicka-data/pocasi/uzemni-teploty#>
- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD [ČSÚ]. *Metodické vysvětlivky: kapacita ubytovacích zařízení k 31. 12. 2005*. [online]. ČSÚ. 2005 [cit. 28.10.2024]. Dostupné z: https://csu.gov.cz/produkty-archiv/9205-06-k_31_12_2005-metodicke_vysvetlivky
- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD [ČSÚ]. *Středočeský kraj*. Vdb.czso.cz [online]. 2024 [cit. 20.11.2024].
Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/huz/kraj.jsp?k=CZ020>
- ČVUT Fakulta stavební. *Vodní díla na Vltavě*. [online] 2022 [cit. 20.6.2024] Dostupné z: <https://vltava.fsv.cvut.cz/vodnidila.html>
- DRUSOP.NATURE.CZ. *Přírodní rezervace: informace o chráněných územích*. [online]. 2024 [cit. 13.11.2024]. Dostupné z: https://drusop.nature.cz/ost/chrobjekty/zchru/index.php?SHOW_ONE=1&ID=1224&page_poszchru=&SELECT_ID_USE_FILTERzchru=&SELECT_ID_CHECK_ALLzchru=&EXPORT_ALL_step=&ORDER_BYzchru=KATEGORIE
- DWYER, L., FORSYTH, P., & DWYER, W. *Tourism economics and policy*. (xviii, 855 p.) Tonawanda, NY: Channel View Publications, 2020. ISBN: 9781845417314

- EUROVELO.CZ. *EuroVelo 7 – Sluneční trasa*. Eurovelo.cz [online]. 2024 [cit. 23.11.2024].
Dostupné z: <https://www.eurovelo.cz/EuroVelo/EuroVelo-v-CR/EuroVelo-7>
- FIRMY.CZ. *Slapy a okolí*. Firmy.cz [online]. 2024 [cit. 21.11.2024]. Dostupné z:
<https://www.firmy.cz/?q=a+okol%C3%AD+slapy>
- FREYER, W. *Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie*. (10., überarbeitete und aktualisierte Aufl., xvii, 578 s.), München: Oldenbourg. 2011. ISBN: 348657874X
- GALVASOVÁ, I., J. BINEK, J. HOLEČEK, K. CHABIČOVSKÁ, Z. SZCZYRBA a kol. *Průmysl cestovního ruchu*. Praha: MMR. [online]. 2008 [cit. 20.10.2024]. Dostupné z: http://www.garep.cz/wp-content/uploads/2013/03/Prumysl_CR.pdf
- GOOGLE MAPS. *Custom map*. Googlemaps.com [online]. 2024 [cit. 1.11.2024]. Dostupné z:
https://www.google.com/maps/d/u/0/edit?mid=1BLtJzyd-FtnHPWlmv_1KgxdoZ9vPOa8&ll=49.733769445946315%2C14.048415239756045&z=10
- GOOGLE MAPS. *Vodní nádrž Slapy*. Google.com [online]. 2024 [cit. 13.11.2024]. Dostupné z:
https://www.google.com/maps/place/Vodn%C3%AD+n%C3%A1dr%C5%BE+Slapy/@49.8242178,14.3558658,13z/data=!4m6!3m5!1s0x470b9cd39bfe9e19:0xeb05f6b39a01620a!8m2!3d49.8238511!4d14.4342402!16s%2Fg%2F121g1mnd?entry=tту&_ep=EgoyMDI0MTExOS4wIKXMDSoASAFQAw%3D%3D
- GÚČIK, M. 2000. *Základy cestovného ruchu*. Banská Bystrica: Občianske združenie Ekonómia, 2000
- GÚČIK, M. 2001. *Cestovný ruch pre hotelové a obchodné akadémie*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 2001. 105 s. ISBN 80-08-03071-2.
- GÚČIK, M. 2010. *Cestovný ruch. Úvod do štúdia*. Banská Bystrica: Slovak-Swiss Tourism, 2010, 307 s. ISBN 978-80-89090-80-8.
- GÚČIK, M. a kol. 2004. *Krátky slovník cestovného ruchu*. Banská Bystrica: Slovak-Swiss Tourism, 2004. ISBN 80-88945-73.
- HESKOVÁ, M. A KOL.: *Cestovní ruch*. Praha: Fortuna, 2006. 223 s. ISBN 80-7168-948-3
- HOTELSTARS UNION. *Kompletní metodika klasifikace ubytovacích zařízení*. [online] 2022 [cit. 9.11.2024]. Dostupné z: <https://hotelstars.cz/Upload/2022/11/22/kompletni-metodika-zari22.pdf>
- HRALA, V. *Geografie cestovního ruchu*. 4. uprav. vyd. Praha: Idea servis, 2002. ISBN 80-85970-36-8.
- CHOTILSKÉ MUZEUM. *O muzeu Staré Vltavy*. Chotilskemuzeum.cz [online]. 2021 [cit. 15.11.2024]. Dostupné z:
<https://www.chotilskemuzeum.cz/o%2Dmuzeu%2Dstare%2Dvltavy/d-1008/p1=1027>
- CHOTILSKO.CZ. *Rozhledna na Veselém vrchu*. Chotilsko.cz [online]. 2024 [cit. 17.11.2024].
Dostupné z: <https://www.chotilsko.cz/rozhledna-na-veselem-vrchu/d-17577>
- IC CHOTILSKO. *Drtinova rozhledna*. Ic-chotilsko.cz [online]. 2024 [cit. 15.11.2024]. Dostupné z:
<https://www.ic-chotilsko.cz/drtinova-rozhledna/d-1007/p1=1011>

- IC CHOTILSKO. *Naučné stezky*. Ic-chotilsko.cz [online]. 2021[cit. 22.11.2024]. Dostupné z: <https://www.ic-chotilsko.cz/naucne%2Dstezky/ds-1002/p1=1005>
- IDNES.CZ. *Areál H-Systemu v Rabyni připadne státu, rozhodl soud*. Idnes.cz [online]. 2024 [cit. 22.9.2024]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/h-system-penize-areal-rabyne-petr-smetka.A240905_202840_domaci_kori
- IPAC.SVKKL.CZ. *Přírodní rezervace Vymyšlenská pěšina (Příbram, oblast Česko)*. Ipac.svkkkl.cz [online]. 2024 [cit. 13.11.2024]. Dostupné z: https://ipac.svkkkl.cz/arl-kl/cs/detail-kl_us_auth-g0100591-Prirodni-rezervace-Vymyslenska-pesina-Pribramoblast-cesko/
- IPAC.SVKKL.CZ. *Socha sv. Jana Nepomuckého – Slapská přehrada (Česko)*. Ipac.svkkkl.cz [online]. 2024 [cit. 19.11.2024]. Dostupné z: https://ipac.svkkkl.cz/arl-kl/cs/detail-kl_us_auth-k0010196-Socha-sv-Jana-Nepomuckeho-Slapska-prehrada-cesko/
- ISO-AHOLA, S. Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder. *Annals of Tourism Research*, vol. 9 (issue 2), pp. 256–262. [online]. 1982 [cit. 20.9.2024]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/248499578_Toward_a_Social_Psychological_Theory_of_Tourism_Motivation_A_Rejoinder
- JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0.
- JUNIORCAMP TOBOGÁN. *Juniorcamp Tobogán*. Facebook.com [online]. 2024 [cit. 1.10.2024]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/p/Juniorcamp-Tobog%C3%A1n-100068601582531/>
- KAJZAR, P. *Cestovní ruch – distanční opora*. *Slezská univerzita v Opavě*. [online]. 2017 [cit. 20.10.2024]. Dostupné z: https://is.slu.cz/el/opf/leto2021/CVABPCGE/um/Cestovni_ruch_distanci-opora_ISIP.pdf
- KIRÁLOVÁ, A. *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress, 2003. ISBN 80-86119-56-4
- KOTLER, P. A ARMSTRONG, G. *Marketing*. 6. vyd. Praha: Grada Publishing, 2017. ISBN 80-247-0513-3.
- KOTLER, P. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. Praha: Grada, 2007. 1048 s. ISBN 978-80-247-1545-2.
- KOTLER, P., BOWEN, J.T. A MAKENS, J.C. *Marketing for Hospitality and Tourism*. 7. vyd. Boston: Pearson. [online]. 2017 [cit. 5.9. 2024] Dostupné z: https://www.slithm.edu.lk/wp-content/uploads/2022/02/marketing_for_hospitalitytourism.pdf ISBN 978-1-292-15615-6
- KOZEL R. a KOL. *Moderní marketingový výzkum*. Praha: Grada, 2006. ISBN 978-80-247-4209-0.
- KRAJSKÁ HYGIENICKÁ STANICE STŘEDOČESKÉHO KRAJE. *VN Slapy Měřín*. [online]. 2024 [cit 14.6.2024] Dostupné z: <https://khsstc.cz/vn-slapy-merin/>
- KRAJSKÁ HYGIENICKÁ STANICE STŘEDOČESKÉHO KRAJE. *VN Slapy Nová Živohošť*. [online]. 2024 [cit 15.6.2024]. Dostupné z: <https://khsstc.cz/vn-slapy-nova-zivohost/>
- KRAJSKÁ HYGIENICKÁ STANICE STŘEDOČESKÉHO KRAJE. *VN Slapy Ždán*. [online]. 2024 [cit 14.6.2024]. Dostupné z: <https://khsstc.cz/vn-slapy-zdan/>

- KRAJSKÁ HYGIENICKÁ STANICE STŘEDOČESKÉHO KRAJE. VN Slapy Županovice. KHS [online]. 2024 [cit 15.6.2024]. Dostupné z: https://khsstc.cz/vn-slapy-zupanovice/nggallery/image/pohled_na_plaz_a_tok_vltavy/
- KRÁSNÉ ČESKO. Cyklotrasy. Krasnecsko.cz [online]. 2020 [cit. 22.11.2024]. Dostupné z: <https://www.krasnecsko.cz/cyklotrasa.php>
- KUDYZNUDY.CZ. Albertovy skály – Drbákov. Kudyznudy.cz [online]. 2024 [cit. 25.10.2024]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/albertovy-skaly-drbakov>
- KUDYZNUDY.CZ. Vyhlídka Máj – jeden z nejkrásnějších rozhledů na Vltavu. Kudyznudy.cz [online]. 2024 [cit. 8.11.2024]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/vyhlidka-maj-jeden-z-nejkrasnejsich-rozhledu-na>
- KUREK, W. *Turystyka*. Warszawa, PWN. 541 s, [online]. 2011. Dostupné z: [Turystyka_Włodzimierz_Kurek_Wydawni.pdf](#)
- LANOVÝ PARK SLAPY. Lanový park Slapy. Lanovyparkslapy.cz [online]. 2024 [cit. 22.11.2024]. Dostupné z: <http://www.lanovyparkslapy.cz/index.php#>
- LINDEROVÁ, I. *Cestovní ruch-Základy a právní úprava*. Idea Servis. 2015. ISBN 978-80-86724-46-1
- LODNI DOPRAVA SLAPY. Ceník. Lodnidopraslapy.cz [online]. 2024 [cit. 12.11.2024]. Dostupné z: <https://lodnidopraslapy.cz/public/cenik>
- MAPY.CZ. Benešovská pahorkatina. Mapy.cz [online]. 2024 [cit. 13.11.2024]. Dostupné z: <https://mapy.cz/zemepisna?q=bene%C5%A1ovsk%C3%A1%20pahorkatina&source=area&id=26256&ds=1&x=14.2845742&y=49.6582768&z=11>
- MAPY.CZ. Základní mapa – Slapy a okolí. Mapy.cz [online]. 2024 [cit. 21.11.2024]. Dostupné z: <https://mapy.cz/zakladni?q=slapy%20a%20okol%C3%AD&x=14.2875833&y=49.7646748&z=11>
- MARIOT, P. *Funkčné hodnotenie predpokladov cestovného ruchu ako podklad pre vytvorenie priestorového modelu cestovného ruchu*. Geografický časopis, Bratislava, 23, 1971. s. 242–254.
- MARIOT, P. *Geografia cestovného ruchu*. Bratislava: Veda, 1983
- MĚSTO NOVÝ KNÍN. Město Nový Knín. Mestonovyknin.cz [online]. 2024 [cit. 1.11.2024]. Dostupné z: <https://www.mestonovyknin.cz/mesto/>
- Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Doporučení k postupům při kategorizaci ubytovacích zařízení. [online]. MMR. (n.d.). [cit. 9.11.2024]. Dostupné z: <https://www.cestovni-ruch.cz/kategorizace/doporuceni.htm#2>
- MOLO NOVÁ RABYNĚ. Facebook stránka Molo Nová Rabyně. Facebook.com [online]. 2024 [cit. 30.9.2024]. Dostupné z: https://www.facebook.com/molorabyne/?locale=cs_CZ
- MUZEUM PŘÍBRAM. Muzeum Špýchar Prostřední Lhota. Muzeum-pribram.cz [online]. 2024 [cit. 14.11.2024]. Dostupné z: <https://www.muzeum-pribram.cz/muzeum-spychar-prostredni-lhota/>
- MUZEUM PŘÍBRAM. Muzeum těžby zlata. Muzeum-pribram.cz [online]. 2024 [cit. 14.11.2024]. Dostupné z: <https://www.muzeum-pribram.cz/muzeum-tezby-zlata/>

OCHRANAPRIRODY.CZ. *Křivoklátsko. Ochrana přírody.cz* [online]. 2024 [cit. 9.11.2024].

Dostupné z: <https://old.ochranaprirody.cz/lokality/?idlokality=84&hidemenu=1>

PACHROVÁ, S. A KOL. *Závěrečná zpráva: Hodnocení potenciálu cestovního ruchu, výzkum návštěvnosti a výzkum postojů místního obyvatelstva k cestovnímu ruchu na území města Jihlavy*. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava, [online]. 2016 [cit. 25.9.2024]. Dostupné z: <https://www.vspj.cz/soubory/74/0f/5e/41/zaverecnazprava2016pdf-9261136e-da88-479f-bc7f-3b5d62126761.pdf>

PALATKOVÁ M., ZICHOVÁ J. *Ekonomika turismu*. Praha: Grada Publishing, 2014. ISBN 978-80-247-3643-3

PALATKOVÁ, M. *Marketingový management destinací*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3749-2

PAMÁTKOVÝ KATALOG. *Kostel sv. Mikuláše*. Pamatkovykatalog.cz [online]. 2024 [cit. 13.11.2024]. Dostupné z: <https://pamatkovykatalog.cz/kostel-sv-mikulase-2150951>

PAMÁTKOVÝ KATALOG. *Kostel sv. Petra a Pavla*. Pamatkovykatalog.cz [online]. 2015 [cit. 1.11.2024]. Dostupné z: <https://pamatkovykatalog.cz/kostel-sv-petra-a-pavla-2146484>

PAROPLAVBA.CZ. *Parníky a lodě*. Paroplavba.cz [online]. 2024 [cit. 6.11.2024]. Dostupné z: <https://www.paroplavba.cz/parniky-a-lode>

PID.CZ. *Jízdní řády podle linek – autobusy příměstské*. PID.cz [online]. 2024 [cit. 1.7.2024]. Dostupné z: <https://pid.cz/jizdni-rady-podle-linek/autobusy-primestske/>

Povodí Vltavy. *Vltavská kaskáda: Vodní díla*. [online]. 2013 [cit. 10.6.2024]. [Dostupné z: <https://www.pvl.cz/vodohospodarske-informace/vodni-dila/vltavska-kaskada>

Povodí Vltavy. *Vodní dílo Slapy*. [online]. 2013 [cit. 15.6.2024]. Dostupné z: <https://www.pvl.cz/files/download/vodohospodarske-informace/vodni-dila-a-nadrze/slapy.pdf>

PŮČEK M., J. *Techniky efektivního řízení měst a obcí. Analýza SWOT-metodika* [online]. 2020 [cit. 26.11.2024]. Dostupné z: https://csu.gov.cz/produkty-archiv/9205-06-k_31_12_2005-metodicke_vysvetlivky

PŮČEK M., J. *Techniky efektivního řízení měst a obcí. Analýza SWOT-metodika* [online] 2020 [cit. 26.11.2024]. Dostupné z: Dostupné z: https://csu.gov.cz/produkty-archiv/9205-06-k_31_12_2005-metodicke_vysvetlivky

PUJČOVNARABYNĚ.CZ. *Půjčovna Rabyně*. Pujcovnarabyne.cz [online]. 2024 [cit. 30.8.2024]. Dostupné z: <https://www.pujcovnarabyne.cz/>

PUJČOVNA-SLAPY.CZ. *Půjčovna lodí, šlapadel a surfů – Žďán*. Pujcovna-slapy.cz [online]. 2024 [cit. 10.9.2024]. Dostupné z: <https://www.pujcovna-slapy.cz/zdan/>

RESORT BEACH NOVÁ ŽIVOHOŠŤ. *Resort Beach Nová Živohošť*. Facebook.com [online]. 2024 [cit. 1.10.2024]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/ResortBeach.NovaZivohost>

ROZHLEDNOVÝMRAJEM.CZ. *Drahoušek*. Rozhlednovymrajem.cz [online]. 2024 [cit. 17.11.2024]. Dostupné z: <https://www.rozhlednovymrajem.cz/rozhledny/drahousek/>

- RYGLOVÁ, K. – BURIAN, M. – VAJČNEROVÁ, I. 2011. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.
- SIGNÁLY.CZ. *Cihlafest 2022*. Signaly.cz [online]. 2022 [cit. 15.11.2024]. Dostupné z: <https://www.signaly.cz/cihlafest-2022>
- SLAPSKÝ KULTURNÍ SPOLEK. VI. *Jazzový večer na zámku* – 27. 7. 2024. Slapskykulturnispolek.cz [online]. 2018 [cit. 15.11.2024]. Dostupné z: <https://slapskykulturnispolek.cz/vi-jazzovy-vecer-na-zamku-27-7-2024/>
- SLAPYNADVLTAVOU.CZ. *Ferdinandův sloup*. Slapynadvltavou.cz [online]. 2006 [cit. 18.11.2024]. Dostupné z: <https://www.slapynadvltavou.cz/slapy/vltava-slapy-prehrada/83-ferdinanduv-sloup>
- SLAPYNADVLTAVOU.CZ. *Slapský zámek*. Slapynadvltavou.cz [online]. 2011 [cit. 20.11.2024]. Dostupné z: <https://www.slapynadvltavou.cz/slapy/zajimavosti/1252-slapsky-zamek>
- SNÍŠČÁK, V. *Služby a cestovní ruch*. Bratislava: Sprint, 2001. ISBN 8088848784
- SOLOMON, M. ; MARSHALL, Greg W. a STUART, Elnora W. *Marketing očima světových marketing manažerů*. Business books. Brno: Computer Press, 2006. ISBN 80-251-1273-X
- STÁRÁ ŽIVOHOŠŤ. *Zábava v rekreačním a školícím středisku Stará Živohošť*. Starazivohost.cz [online]. 2024 [cit. 11.9.2024]. Dostupné z: <http://www.starazivohost.cz/rekreacni-stredisko/zabava>
- STEZKY.INFO. *Turistické stezky a trasy*. Stezky.info [online]. 2024 [cit. 21.11.2024]. Dostupné z: <https://www.stezky.info/>
- STRÁNSKÝ, K. *Geografie cestovního ruchu*. Praha, VŠE, 1971.
- STŘEDNÍ ČECHY. *Drbákov – Albertovy skály*. Strednicechy.cz [online]. 2024 [cit. 5.12.2024]. Dostupné z: <https://www.strednicechy.cz/zazitek/drbakov-albertovy-skaly/>
- STŘEDOČESKÝ KRAJ. *Rybník Starý u Líchov – návrh plánu péče*. Stredoceskykraj.cz [online]. 2024 [cit. 5.11.2024]. Dostupné z: <https://stredoceskykraj.cz/documents/20994/10432453/Rybn%C3%ADk+Star%C3%BD+u+L%C3%ADchov+-+n%C3%A1vrh+pl%C3%A1nu+p%C3%A9%C4%8De.docx/9750c6c1-a7bd-414e-a58c-cc2f2faf9ad2?t=1457970757240>
- SZÚ. *Sinice a koupání v přírodě*. Szu.cz [online]. 2024 [cit. 20.6.2024]. Dostupné z: <https://szu.cz/temata-zdravi-a-bezpecnosti/zivotni-prostredi/kvalita-vody/koupaliste-a-bazeny/koupani-ve-volne-prirode/rizika-pri-koupani-ve-volne-prirode/sinice-a-koupani-v-prirode/>
- TICKETLIVE.CZ. *Přehrady Fest 2019 Slapy*. Ticketlive.cz [online]. 2019 [cit. 16.11.2024]. Dostupné z: <https://www.ticketlive.cz/cs/event/prehrady-fest-2019-slapy>
- VOLAREZA.CZ. *Hotel VZ Měřín*. Volareza.cz [online]. 2024 [cit. 5.9.2024]. Dostupné z: <https://www.volareza.cz/vz-merin/>
- VONDRÁŠEK, D. *Slapy*. Praha: Grafa, 2001. ISBN: 80-902988-0X
- VYSOKÝ CHLUMEC. *Historie hradu*. Vysoky-chlumec.cz [online]. 2018 [cit. 20.11.2024]. Dostupné z: <https://www.vysoky-chlumec.cz/historie-hradu/d-30412>

Vystoupil, J., Šauer, M., et al. *Geografie cestovního ruchu České republiky*. Aleš Čeněk. 2011. ISBN: 8073803402

VYSTOUPIL, K., ŠAUER, M., HOLEŠINSKÁ, A. A KOL. *Cestovní ruch – učební text*. Brno: Masarykova Univerzita, 2015.

WAHLA, Arnošt. *Obecná geografie cestovního ruchu*. 2. vyd. Brno: Mendelova univerzita, 2011. ISBN 978-80-7375-497-6.

ZÁMEK RADÍČ. *Historie zámku*. Zamek-radic.cz [online]. 2024 [cit. 20.11.2024]. Dostupné z: <https://www.zamek-radic.cz/historie-zamku>

ZELENKA J. A PÁSKOVÁ M. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Linde Praha, 2012. ISBN: 978-80-7201-880-2

Příloha A Dotazník

Dotazník pro návštěvníky vodní nádrže Slapy

Úvod: Dobrý den, tento dotazník je součástí mé bakalářské práce na téma Cestovní ruch v letním středisku, pod záštitou VŠPJ, kde jedna z částí zkoumá analýzu návštěvnosti vodní nádrže Slapy. Vaše odpovědi mi pomohou lépe porozumět tomu, jak lidé využívají tuto oblast, a poskytnou podklady pro návrhy na zlepšení. Dotazník je anonymní a jeho vyplnění Vám zabere přibližně 5 minut. Děkuji Vám za vyplnění dotazníku!

1. Demografické údaje

1.1 Pohlaví:

- ☐ Muž
☐ Žena

1.2 Věk:

- ☐ Méně než 18 let
☐ 18-25 let
☐ 26-35 let
☐ 36-50 let
☐ 51-65 let
☐ Více než 65 let

1.3 Aktuální bydliště:

- ☐ Praha
☐ Středočeský kraj
☐ Jiné město/kraj v ČR (uveďte):
☐ Jiné (uveďte):

2. Frekvence návštěv a informovanost o přehradě

2.1 Jak často navštěvujete vodní nádrž Slapy během letních měsíců?

- ☐ Letos poprvé
☐ Jednou za léto
☐ Několikrát za léto
☐ Pravidelně (měsíčně nebo častěji)

2.2 Jak dlouho obvykle zůstáváte během jedné návštěvy?

- ☐ Jednodenní výlet
☐ 2-3 dny
☐ 4-7 dnů
☐ Více než týden

2.3 Jak jste se o přehradě dozvěděli?

- ☐ Doporučení od přátel nebo rodiny
☐ Internet
☐ Reklama (plakáty, inzerce)
☐ Cestovní kancelář
☐ Osobní zkušenost (pravidelná návštěva)
☐ Jiné (uveďte):

3. Důvody a aktivity

3.1 Co je hlavním důvodem Vaší návštěvy?

- ☐ Rekreace a odpočinek
☐ Rybaření
☐ Vodní sporty
☐ Turistika
☐ Kempování
☐ Jiné (uveďte):

3.2 Jaké aktivity provozujete během návštěvy? (můžete vybrat více možností)

- ☐ Koupání
☐ Plavba lodí
☐ Rybaření
☐ Turistika
☐ Cyklistika
☐ Jiná (uveďte):

4. Ubytování

4.1 V jakém konkrétním typu ubytování jste ubytován/a?

- ☐ Ubytování v hotelu nebo penzionu
☐ Kemp (tábořiště)
☐ Ubytování v soukromí (např. Airbnb)
☐ Chatová osada
☐ Vlastní nemovitost
☐ Nenocuji, jedu na jednodenní výlet

4.2 Kde konkrétně jste ubytován/a při návštěvě Slapské přehrady?

- ☐ Pokoj (hotel, penzion)
☐ Bungalov/apartmán
☐ Karavan/obytný vůz
☐ Stan
☐ Chatka
☐ Jiné (uveďte):

4.3 Jak jste spokojen/a s ubytováním v této oblasti? (Hodnocení na stupnici 1-5, kde 1 = velmi nespokojen/a a 5 = velmi spokojen/a)

5. Doprava

5.1 Jakým způsobem jste se dopravili k vodní nádrži Slapy?

- ☐ Autem
☐ Veřejnou dopravou (autobus, vlak)
☐ Na kole
☐ Pěšky
☐ Jinak (uveďte):

5.2 Jste spokojen/a s dostupností a stavem dopravní infrastruktury (cesty, parkování) v této oblasti? (Hodnocení na stupnici 1-5, kde 1 = velmi nespokojen/a a 5 = velmi spokojen/a)

6. Spokojenost

6.1 Jak jste spokojen/a s následujícími aspekty návštěvy? (Hodnocení na stupnici 1-5, kde 1 = velmi nespokojen/a a 5 = velmi spokojen/a)

- Kvalita vody ____
- Čistota prostředí ____
- Infrastruktura (cesty, parkování) ____
- Služby (restaurace, obchody) ____
- Možnosti ubytování ____
- Možnosti sportovních aktivit ____

6.2 Jak byste celkově ohodnotil/a Vaši spokojenost s návštěvou na stupnici? (Hodnocení na stupnici 1-5, kde 1 = velmi nespokojen/a a 5 = velmi spokojen/a)