

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání – cestovní ruch

Bakalářská práce

Analýza ubytovacích a stravovacích služeb
v Hluboké nad Vltavou

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Roman Švec

Autor:

Jana Dudáková

2009

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Akademický rok: 2007/2008

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: Jana DUDÁKOVÁ

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

Název tématu: Analýza ubytovacích a stravovacích služeb v Hluboké nad Vltavou

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

Cíl práce:

Provedení analýzy ubytovacích a stravovacích zařízení v Hluboké nad Vltavou. Formulace doporučení pro rozvoj ubytovacích a stravovacích služeb vybrané oblasti.

Metodický postup:

1. Studium teoretických východisek
2. Sběr a analýza primárních a sekundárních dat
3. Závěr a návrh rozvoje služeb

Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Literární rešerše. 3. Cíle a metodika. 4. Analýza ubytovacích a stravovacích služeb oblasti. 5. Vyhodnocení zjištěných informací. 6. Závěr. 7. Seznam literatury. 8. Přílohy.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**
Rozsah pracovní zprávy: **30 - 40 stran**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

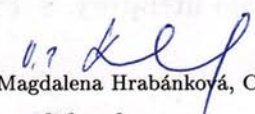
Seznam odborné literatury:

- Hesková, M. a kol.: Cestovní ruch. Praha: Fortuna, 2006.
Indrová, J.: Hotelový management: vybrané kapitoly. Praha: VŠE, 1996.
Indrová, J., Petruš, Z., Vaško, M.: Podnikatelská činnost ve stravování a hotelnictví. Praha: VŠE, 1996.
Kirářová, A.: Marketing hotelových služeb: předpoklady využití marketingu v hotelu, marketingová strategie, aktivizace marketingového mixu, koordinace marketingových činností. Praha: Ekopress, 2002.
Morrison, A. M., Slámová, D.: Marketing pohostinství a cestovního ruchu. Praha: Victoria Publishing, 1995.
Němčanský, M.: Analýza a kalkulace v cestovním ruchu. Karviná: Slezská Univerzita, 2001.
Pásková, M., Zelenka, J.: Cestovní ruch: výkladový slovník. Praha: MMR, 2002.

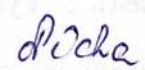
Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Roman Švec**
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: **15. března 2008**

Termín odevzdání bakalářské práce: **15. dubna 2009**


prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICÁ FAKULTA
Studentská 13 (6)
370 05 České Budějovice
IČ 600 76 663, DIČ CZ60076668


Ing. Kamil Pícha, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 8. října 2008

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci na téma Analýza ubytovacích a stravovacích služeb v Hluboké nad Vltavou jsem vypracovala samostatně, na základě vlastních zjištění a s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Dále prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě – v úpravě vzniklé vypuštěním vyznačených částí archivovaných ekonomickou fakultou elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách.

V Českých Budějovicích dne 10. dubna 2009

.....

Jana Dudáková

PODĚKOVÁNÍ

Ráda bych v těchto řádcích velmi poděkovala všem, kdo přispěli a s ochotou se podíleli na vypracování mé bakalářské práce. Zvláštní poděkování patří vedoucímu mé bakalářské práce Ing. Romanu Švecovi za odbornou a technickou podporu při sestavování práce. Další zvláštní poděkování patří starostovi města Hluboká nad Vltavou Ing. Tomáši Jirsovi a ředitelce hotelu Štekl paní Renatě Suchomelové za poskytnutí řady užitečných informací.

Jana Dudáková

OBSAH

1	ÚVOD.....	7
2	CÍL PRÁCE A METODIKA.....	8
2.1	Cíle práce	8
2.2	Metodika a techniky práce	8
2.3	Pracovní hypotézy	9
3	LITERÁRNÍ REŠERŠE.....	10
3.1	Vymezení základních pojmů	10
3.1.1	Obchod.....	10
3.1.2	Služby	10
3.1.3	Marketing.....	12
3.1.4	Marketingový výzkum	13
3.1.5	Cestovní ruch	13
3.2	Služby v cestovním ruchu	16
3.2.1	Ubytovací služby	19
3.2.2	Stravovací služby.....	22
4	SITUAČNÍ ANALÝZA UBYTOVACÍCH A STRAVOVACÍCH SLUŽEB MĚSTA HLUBOKÁ NAD VLTAVOU	27
4.1	Sekundární údaje	27
4.1.1	Geografické vymezení města Hluboká nad Vltavou.....	27
4.1.2	Stručná historie města	28
4.1.3	Demografické vymezení města.....	29
4.1.4	Nezaměstnanost v Hluboké nad Vltavou	30
4.1.5	Dopravní dostupnost	30
4.1.6	Analýza města z hlediska cestovního ruchu.....	31
4.1.7	Analýza ubytovacích a stravovacích zařízení	34
4.1.8	Hotel Štekl	47
4.2	Primární údaje	49
4.2.1	Vlastní šetření	49
4.2.2	Řízené rozhovory	59
4.3	Syntéza údajů	63

5	NÁVRHY A OPATŘENÍ	66
6	ZÁVĚR.....	74
7	SUMARY	76
8	POUŽITÉ ZDOJE	79
8.1	Literární zdroje	79
8.2	Internetové zdroje	81
9	PŘEHLED POUŽITÝCH ZKRATEK.....	83
10	SEZNAM TABULEK A GRAFŮ	84
10.1	Seznam tabulek	84
10.2	Seznam grafů	84
11	SEZNAM PŘÍLOH.....	86

1 Úvod

Cestovní ruch je svým vývojem a významem úzce spojen s přímým rozvojem regionu. Za účelem rekreace i poznání zaznamenává obrovský pohyb lidské populace. Cestovní ruch zasahuje do řady společenských činností, ale i do národohospodářských oblastí. Stále více se ukazuje, že cestovní ruch je jednou z nejsilnějších ekonomických aktivit. Cestovní ruch se i v období krize řadí mezi faktory kladně ovlivňující makroekonomické příjmy státu.

Tato práce se zaměřuje na region Hluboká nad Vltavou. Město Hluboká nad Vltavou je jedním z hlavních cílů návštěvníků a turistů v destinaci jižní Čechy. Předmětem studia jsou ubytovací služby a stravovací služby v daném regionu.

Celá tato práce se věnuje výzkumu podniků provozujících ubytovací služby a stravovací služby a výzkumu segmentů klientů těchto zařízení. Zaměřena je na rozbor ubytovacích a stravovacích zařízení, práce ukazuje také na problémy trhu cestovního ruchu v podnicích provozujících ubytovací a stravovací služby ve městě Hluboká nad Vltavou. Část bakalářské práce se opírá o zjištění, která se týkají hotelu Štekl.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíle práce

Hlavním cílem mé bakalářské práce bude zanalyzovat nabídku ubytovacích a stravovacích služeb v Hluboké nad Vltavou.

Vedlejším cílem práce bude získání celkového přehledu o stravovacích zařízeních, o jejich počtu, nabízených službách, profesionalitě a jazykové vybavenosti personálu. Dalším z vedlejších cílů pak bude zjištění nedostatku některých služeb či jejich úplné absence ve zkoumaném regionu a navržení řešení těchto nedostatků. Poslední vedlejší cíl bude mít za úkol získané poznatky převést a aplikovat jako možné konkurenční výhody vybraného ubytovacího zařízení nebo stravovacího zařízení.

2.2 Metodika a techniky práce

Pro sepsání dané bakalářské práce bude použit následující metodický postup:

Analytická část

Součástí analytické části bude prvotní prostudování odborných publikací. Po studiu odborné literatury bude na základě poznatků sepsána literární rešerše.

V následující části práce bude využito situační analýzy, která pomůže k detailnímu zmapování zkoumaného regionu. Cílem bude zanalyzovat ubytovací a stravovací zařízení, která se nacházejí ve městě Hluboká nad Vltavou. Mimo ubytovacích a stravovacích zařízení by měl být okrajově analyzován také potenciál cestovního ruchu v popisované lokalitě.

Část situační analýzy budou tvořit primární údaje, které budou získávány pomocí dotazníkového šetření, řízených rozhovorů a pozorování. Terénní šetření bude zahrnovat sestavení dotazníku, pilotní předvýzkum a případné opravy nedostatků v dotazníku.

V části analytické bude následně provedeno terénní šetření, řízené rozhovory a jejich vyhodnocení. Terénní šetření bude provedeno pomocí dotazníků. Většina dotazníků bude osobně doručována majitelům ubytovacích a stravovacích zařízení a za přítomnosti tazatele (mé osoby) ihned vyplněna. Malá část dotazníků bude rozeslána prostřednictvím elektronické pošty, zde by mohl nastat problém s návratností.

Vyhodnoceny budou veškeré dotazníky, pro další šetření budou použity pouze ty správně a kompletně vyplněné.

Syntetická část

Po vyhodnocení dotazníkového šetření bude následovat syntéza údajů. Pomocí této části budou propojeny sekundární údaje s výsledky terénního šetření, řízených rozhovorů a pozorování. Syntetická část napomůže ke zmapování reálné situace ubytovacích a stravovacích zařízení v Hluboké nad Vltavou. Díky syntéze údajů by mohlo dojít k odhalení nesrovnalostí mezi primárními a sekundárními údaji.

Aplikační část

Na základě syntézy údajů budou navržena jistá opatření. Opatření budou navrhována nejprve pro celý zkoumaný region a posléze některá z nich budou převedena na vybraný hotel. Návrhy některých opatření by mohly vést ke zlepšení situace ubytovacích a stravovacích zařízení, především vybraného hotelu.

2.3 Pracovní hypotézy

Pro tuto bakalářskou práci jsou stanoveny čtyři pracovní hypotézy, které budou v závěru práce vyvráceny nebo potvrzeny.

Hypotézy:

1. Ve zkoumané oblasti má velký vliv sezónnost
2. Ubytovací a stravovací zařízení ve zkoumané oblasti nejvíce navštěvují turisté ze zahraničí
3. Stravovací zařízení nabízejí produkty z biopotravin
4. Zkoumaná oblast je přesycena nabídkou ubytování v soukromí

3 Literární rešerše

3.1 Vymezení základních pojmů

3.1.1 Obchod

Pražská (2002) uvádí, že obchod je možno chápat v několika základních polohách: jako činnost a jako instituci, tzn. v širším a užším pojetí.

Obchod jako činnost představuje nejobsáhlejší pojetí. Je to činnost zahrnující nákup a prodej zboží. Obchodní činností se ovšem mohou zabývat i subjekty, jejichž hlavní činností je výroba. Tam je většinou funkčně, časově i organizačně oddělen nákup a prodej, které se obvykle zabývají i odlišným zbožím. Kromě toho představuje obchod i činnosti, při nichž se neobchoduje se zbožím, ale i se službami, s informacemi či s energií, s cennými papíry apod.

3.1.2 Služby

V nejširším slova smyslu patří do obchodu i služby. Jde jednak o služby související s prodejem zboží (prodej fyzických, organizačních či informačních úkonů, např. rezervace zboží, úprava velikosti, montáž – uvedení do provozu, pronájem předmětů, doprava zboží do bytu apod.). Jednak jde o výhradní prodej služeb – prodej pobytů, dopravních úkonů, služby osobní, prodej bankovních produktů atd.

Teoretici marketingu definují služby z hlediska jejich nehmotné povahy a skutečnosti, že nikdy nevedou ke vzniku vlastnictví čehokoli, ale pouze přinášejí zákazníkům „prospěch“, nebo „uspokojení“ (Horner 2003).

Kotler (2007) definuje službu jako jakoukoliv činnost nebo schopnost, kterou může jedna strana nabídnout straně druhé. Svou podstatou je nehmotná a nevytváří žádné hmotné vlastnictví. Poskytování služby může (ale nemusí) být spojeno s hmotným produktem.

Payne (1996) uvádí, že služba je činnost, která v sobě má určitý prvek nehmatatelnosti a vyžaduje určitou interakci se zákazníkem, nebo jeho majetkem. Výsledkem služby není

převod vlastnictví. Služba může vést ke změně podmínek a její produkce může či nemusí být úzce spojena s fyzickým produktem.

Tržní nabídka služeb rozlišuje dle Kotlera (2007) 5 kategorií tržní nabídky

1. Čistě hmotné zboží (např. potraviny, drogerie).
2. Hmotný produkt spolu se službou: zboží je nabízeno spolu se službou. Jedná se o technologicky vyspělé produkty (automobily, počítače).
3. Hybrid: nabídka se skládá ze dvou stejných částí zboží a služba (např. restaurace je oblíbená díky své kuchyni i prvotřídním službám).
4. Hlavní služba spolu s malým podílem zboží (např. letecké služby. Letadlem se létá za účelem přemístění se, přesto se může stát, že obdržíme i něco hmotného (občerstvení)).
5. Čistá služba a nabídka se skládá pouze ze služby (např. hlídání dětí).

Vlastnosti služeb

Služby se od zboží liší mnohými vlastnostmi, které jsou nejčastěji udávány těmito vlastnostmi (Kotler 2007):

- ♦ **Nehmotnost.** Služby jsou nehmotné, takže před jejich nákupem je nelze vnímat žádnými smysly. U služeb velmi často výsledek lze pouze předvídat. Aby se neurčitost výsledku snížila, snaží se zákazník vyhledávat znaky, které svědčí o kvalitě služby, či jejího poskytovatele. Tuto službu dopředu posuzuje na základě: místa, personálu, vybavení, propagačních materiálů, symbolů a ceny.
- ♦ **Nedělitelnost.** Pro služby je typické, že jsou vytvářeny a konzumovány současně. Jestliže nějaká osoba prodává službu, stává se její součástí. Velmi často se stává, že u poskytování služeb je přítomný zákazník, tím vzniká interakce mezi poskytovatelem a zákazníkem. V ubytovacích službách projevuje zákazník velký zájem o to, kdo mu bude službu poskytovat. Zájem o nejlepší poskytovatele služeb je velký, poptávka se reguluje velmi často cenou.
- ♦ **Proměnlivost:** Služby jsou proměnlivé, protože závisí na tom kdo, kdy a kde je poskytuje. Zákazníci se vysoké proměnlivosti u poskytovaných služeb obávají, a proto se o poskytovateli služeb velmi často radí.

- ♦ **Pomíjivost:** Služby nelze skladovat. Pomíjivost služeb je vlastností, se kterou se dá velmi dobře pracovat v době, kdy je poptávka rovnoměrná, ale v době kolísající poptávky může firmám způsobit vážné problémy. (Klasickým příkladem je letecká přeprava. Neobsazené místo se ve chvíli vzletu stává neprodejně. Náklady na provoz letadla jsou prakticky pořád stejné s malými odchylkami ať je letadlo obsazené ze 2/3 nebo plně. Na rozdíl od zboží se místa v letadle nedají prodat druhý den)

3.1.3 Marketing

Marketing je dle mnohých autorů dnes jedním z nejdůležitějších nástrojů v každém podniku. Podle Heskové a kol. (2000) často zaznamenáváme souvislost marketingu a obchodní činnosti. Marketing a obchod se v mnohých funkcích překrývají. Společným základem je výměna zboží a služeb. Odlišnost marketingu a obchodu je možné vymezit: zatímco marketing má základ v oblasti výzkumu a strategie, obchod je orientovaný na prodej, techniku prodeje apod. Rozdíl mezi pojmy marketing a obchod je spíše v oblasti historického pojetí. V současnosti mají obchod a marketing plnit společenskou funkci, kterou je zajistit co nejefektivnější interakci podniku s trhem.

Horáková (2003) dále uvádí, že marketing je spojen s trhem a jeho rozvojem. Jako soubor metod, přístupů a činností umožňujících efektivně řešit problémy spojené s podnikatelskými aktivitami na trhu je vystaven vlivu změn, souvisejících s vývojem lidské společnosti a jejího myšlení. Současná praxe většinou neuvažuje o marketingu v čistě obecné poloze, ale spojuje ho s různými subjekty a objekty, s určitými funkcemi i s určitými časovými horizonty, ve kterých má nestejně postavení a nestejný význam.

Kotler (2004) tvrdí, že dnes je třeba marketingem rozumět nikoli pouze nástroje, které jsou ve smyslu již zastaralého pojetí používány jen k uskutečnění prodeje – přesvědčit a prodat -, ale ve smyslu novém se snaží o uspokojení potřeb zákazníků. A snad proto definuje marketing jako společenský a manažerský proces, jehož prostřednictvím uspokojují jednotlivci i skupiny své potřeby a přání v procesu výroby a směny výrobků či jiných hodnot.

3.1.4 Marketingový výzkum

Podle Kotlera (2004) je cílem marketingového výzkumu systematické plánování, shromažďování, analýza a vyhodnocování informací potřebných pro účinné řešení konkrétních marketingových problémů.

Hesková a kol. (2000) považuje marketingový výzkum za součást informačního systému firmy. Zahrnuje zkoumání jevů a vztahů na trhu, vliv marketingových nástrojů. Orientuje se na výzkum výrobků a jejich cen, distribučních cest, chování zákazníků, způsobů komunikace, výzkum konkurence atd.

3.1.5 Cestovní ruch

Podle Heskové a kol. (2006) se začátek rozvoje moderního cestovního ruchu obvykle datuje do období přelomu 19. a 20. století, kdy se cestovní ruch začal formovat ve vyspělých krajinách jako odvětví společenské činnosti. Mnozí odborníci však jeho počátky spojují s obdobím průmyslové revoluce jako důsledku tehdejších technických, ekonomických a sociálních podmínek.

Indrová (2004) dále popisuje, že složitost jevu, jakým cestovní ruch je, jeho mnohooborovost a průřezovost, činí pak obtížným i jeho přesné a z hlediska teorie i praxe jednotné definování. Celý dosavadní vývoj definování tohoto jevu je toho důkazem.

V průběhu vývoje cestovního ruchu jako společensko-ekonomického jevu, se mění i přístup k jeho definování a vymezení. Autoři ve svých definicích zdůrazňují různé stránky tohoto složitého jevu, mnohdy v závislosti na tom, z hlediska které vědní disciplíny je cestovní ruch zkoumán a definován.

Vědeckému bádání cestovního ruchu se podle Heskové (2006) začala systematická pozornost věnovat již začátkem minulého století. V nejstarších dostupných pracích z tohoto období se jejich autoři snažili zejména o odlišení cestovního ruchu od širšího pojmu cestování (W. F. Feyer, 1990). Šlo zejména o práce E. Futer-Freulera (1905), E. Piccara (1911), J. Gutha (1917), W. Morgenrotha (1927) a dalších.

Indrová (2004) naopak za mezník pro zkoumání a definování cestovního ruchu považuje definici švýcarských profesorů, klasiků cestovního ruchu W. Hunzíkera a K. Krapfa, kteří v roce 1942 vydávají dílo „Základy všeobecné nauky cestovního ruchu“, v němž položili základ ucelené teorie cestovního ruchu. Cestovní ruch definují jako „souhrnné označení vztahů a jevů, vznikajících na základě cesty a pohybu místně cizích osob, pokud se pobytem nesleduje usídlení a pokud s ním není spojena žádná výdělečná činnost“. Tato definice se stala východiskem dalšího vývoje definování cestovního ruchu, zejména v poválečném období.

Na práci i definici Hunzíkera a Krapfa dle Heskové (2006) navázal další švýcarský profesor C. Kaspar (1975), který cestovní ruch definoval jako „souhrn vztahů a jevů, které vyplývají z cestování anebo pobytu osob, přičemž místo pobytu není hlavním ani trvalým místem bydlení nebo zaměstnání“.

Pásková & Zelenka (2002) používají nejčastěji citovanou statisticky zaměřenou definici WTO, která v sobě zahrnuje místní, časové i motivační vymezení CR: aktivity osob cestujících do míst mimo jejich obvyklé prostředí nebo pobývajících v těchto místech ne déle než jeden rok za účelem trávení volného času, sjednávání kontraktů pro následné podnikání apod.

Naopak Horner (2003) definují cestovní ruch obecně, jako krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností. Definice zní jednoduše, ale není plně výstižná. Nezahrnuje například lukrativní oblast služebních cest, kde hlavním smyslem cestování je práce, nikoli zábava. Je také nesnadné určit, jak daleko člověk musí cestovat a kolik nocí strávit mimo domov, abychom jej mohli považovat za turistu.

V knize od Čertíka (2000) se můžeme dočíst, že někteří zahraniční autoři učebnic (např. A. M. Morrison, USA) užívají definice, která charakterizuje cestovní ruch jako součást (pododvětví) pohostinských služeb, přičemž odvětví pohostinství je charakterizováno jako souhrn ubytovacích služeb, stravovacích služeb a cestovního ruchu.

Je zřejmé, že takto vymezené pojetí a chápání odvětví (průmyslu) cestovního ruchu není v evropských poměrech zcela běžné a v praxi používané. Doporučujeme proto užívat

vymezení odvětví cestovního ruchu v širším slova smyslu, tj. jako souhrn aktivit charakteru služeb stravovacích, ubytovacích, dopravních, informačních, směnářských, služeb cestovních kanceláří, kulturně-rekreačních, rekreačně-zábavních a dalších aktivit s těmito službami souvisejících.

Oproti tomu Oriška (1999) rozumí cestovním ruchem soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestou a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem zotavení, poznání, společenského kontaktu, kulturního a sportovního vyžití, lázeňského léčení a pracovních cest. Značnou část těchto potřeb lze uspokojit i mimo rámec cestovního ruchu, ale právě účast na cestovním ruchu představuje vyšší stupeň jejich uspokojení.

Shrneme-li však podstatné stránky cestovního ruchu podle Indrové (2004) v dostatečné míře všeobecnosti (což jsou základní atributy jakékoli definice), je nutno uvést alespoň tyto základní rysy cestovního ruchu:

- ♦ dočasnost změny místa trvalého bydliště a dočasnost pobytu mimo něj
- ♦ nevýdělečný charakter cesty a pobytu (jsou obvykle realizovány ve volném čase)
- ♦ vztah mezi lidmi což cestovní ruch vyvolává.

Otava ve svém článku uvádí, že tak jako v každém jiném odvětví i v cestovním ruchu je klíčovým pojmem rozhodujícím o bytí či nebytí magické slovo „inovace“. S rozvojem inovací v cestovním ruchu je však jedna potíž. Zatímco v průmyslových odvětvích existují celé výzkumné ústavy a firmy zabývající se systematickým vývojem nových technologií, materiálů a postupů, v cestovním ruchu tomu tak není. Prakticky celý výzkum v oblasti cestovního ruchu se omezuje na statistické měření poměrně omezeného okruhu ukazatelů, analýzu takto získaných hodnot a její více či méně zdařilou interpretaci. (Dobré ráno Praha, COT business, 1/2009)

Mráčková také uvádí, že právě v horších časech by se měl celý sektor cestovního ruchu semknout a spolupracovat, jinak bude nahrávat zahraniční konkurenci. V každém případě nás čeká méně obvyklých příjmů a více nákladů na propagaci. V atmosféře

nejistoty a nervozity se cestuje spíš virtuálně po síti a hledají se informace a recepty, jak se zachovat, než aby se cestovalo v reálu, a to nejen za zábavou, ale dokonce ani na kongresové akce. S výjimkou jednání bankéřů a mezivládních grémií, ale jenom ti sami cestovní ruch nespasí. Mohly by tu pomoci spíš země, kam vliv amerických či evropských „černých děr“ nedosáhne takovou silou, ale tak razantní příliv odtamtud rozhodně nelze čekat. Už proto, že se o ně budou ucházet všichni (Co nás letos čeká, COT business, 1/2009)

3.2 Služby v cestovním ruchu

Pro další část práce bude důležitá definice cestovního ruchu dle Kiráľové (2006) ve které se cestovním ruchem rozumí souhrn mnoha služeb, které slouží k jedinému cíli - uspokojení potřeb zákazníka.

Potřeby lze dělit dle Maslowovy hierarchie potřeb: (tzv. Rastr potřeb)

- ♦ **fyzilogické potřeby** (*potřeba jídla, pití, spánku, odpočinku, pohybu, oblečení, přístřeší*)
- ♦ **potřeba bezpečí a jistoty** (*ochrana před materiálními a psychickými ztrátami*)
- ♦ **společenské potřeby** (*příslušnost k nějaké skupině, přátelství, láska*)
- ♦ **potřeby sebeuznání a ocenění** (*sociální postavení, ocenění, sebedůvěra*)
- ♦ **potřeby seberealizace** (*rozvoj nových dovedností, kreativita*)

Účastníci CR mají ale také specifické potřeby. Tyto potřeby se dle Beránka (2007) dělí do 4 skupin:

- ♦ **Potřeba klidu** (během vlastního volného času hledá většina lidí odpočinek od fyzické i duševní námahy)
- ♦ **Potřeba změny** (jedná se o změnu prostředí, člověk chce zažít něco jiného než každodenní stereotyp)
- ♦ **Potřeba uvolnění od konvencí** (jde o potřebu lidí chovat se alespoň během této doby bez omezení a konvencí, volný čas znamená pro člověka možnost dělat si sám co uzná za správné a vhodné)
- ♦ **Potřeba kontaktu a komunikace** (jde o potřebu seznamování se s novými lidmi, výměnu názorů a zážitků)

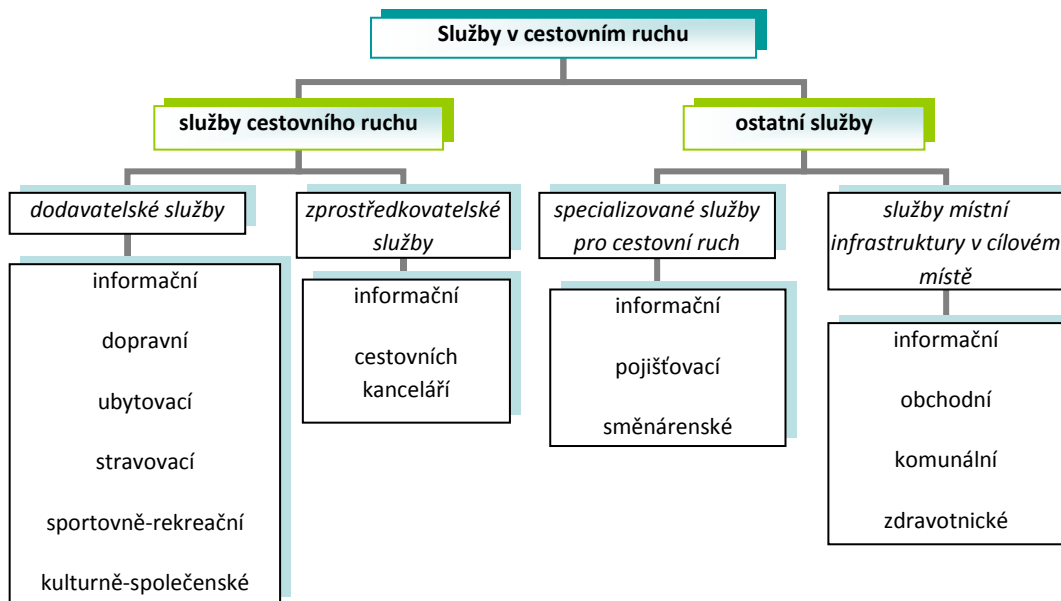
Orieška (1999) popisuje klasifikování služeb cestovního ruchu z více hledisek podle jejich různorodosti. Často se podle významu ve spotřebě účastníků cestovního ruchu rozlišují na služby základní a doplňkové. Do základních služeb se zařazuje přemístění účastníků cestovního ruchu z místa jejich trvalého bydliště do rekreačních prostorů a zpět a služby spojené s pobytem v rekreačním prostoru (dopravní služby, služby ubytovací a stravovací). Doplňkové (komplementární) služby jsou spojeny s využíváním atraktivit, vlastností charakteristických pro konkrétní rekreační prostor (například sportovně-rekreační služby, společensko-kulturní služby, lázeňské služby apod.).

Služby cestovního ruchu jsou dle Páskové & Zelenky (2002) služby poskytované turistům, návštěvníkům a cestujícím. Jedná se o služby ubytovací, stravovací, dopravní včetně silničního servisu pro motoristy, informační, zprostředkovatelské, směnářské, sportovně-rekreační, zábavní, kulturní aj. Podle vztahu k uspokojování potřeb návštěvníků jsou rozdělovány na základní služby cestovního ruchu a doplňkové služby cestovního ruchu, podle způsobu placení na placené a neplacené služby, podle způsobu zajištění dostupnosti na předem rezervované služby a služby nerezervované.

Základní služby cestovního ruchu, které zajišťují uspokojování základních potřeb návštěvníků a úhrada, jejichž čerpání zpravidla také činí největší část cestovních výdajů – doprava, ubytování, stravování.

Služby v cestovním ruchu diferencuje Hesková a kol. (2006) na služby cestovního ruchu a ostatní služby. Služby cestovního ruchu (tourism services) jsou výlučně nebo převážně určené na uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu, ostatní služby jsou určené převážně místnímu obyvatelstvu s tím, že účastníkům cestovního ruchu je určená část jejich produkce.

Schéma : Struktura služeb v cestovním ruchu (Hesková a kol. 2006)



Orieška (1999) definuje služby cestovního ruchu jako činnosti nehmotného charakteru, jejichž výsledkem je buď individuální, nebo společensky užitečný efekt. Individuální efekt, který je obvykle součástí cíle účasti na cestovním ruchu, může mít různorodý charakter podle zvolené formy účasti, například rekreační, kulturní, zdravotní apod. Společenský efekt zpravidla podmiňuje nebo umožňuje dosažení individuálního efektu (například služby související s udržováním čistoty a hygieny veřejných prostranství, zeleně atd.).

Čertík (2000) na toto téma uvádí, že z hlediska marketingu jsou služby cestovního ruchu ovlivňovány celou řadou skutečností. Služby, které se vyskytují dnes na trhu cestovního ruchu, zde nejsou na věky. Jejich struktura význam a podíl na trhu se v průběhu času mění. Kromě jiného to souvisí s životním cyklem výrobku – služby, který představuje období od zavedení služby na trh až po její stažení z trhu.

Ze strany zákazníka patří k hlavním požadavkům na poskytované služby cestovního ruchu dostupnost, snadnost objednání, pružnost, vnímavost vůči jeho potřebám, kvalita, dostatek informací, přístupná cena, hodnota, kterou pro něj služba má, pověst, image a módnost.

3.2.1 Ubytovací služby

Ubytovací služby chápe Čertík (2000) jako významnou součást služeb cestovního ruchu. Jsou nezbytným předpokladem jeho rozvoje. Ubytovací služby jsou služby spojené s poskytnutím přechodného ubytování pro osobu mimo místo jejího trvalého bydliště. Do pojmu ubytovacích služeb se zahrnují i některé další služby, které s poskytnutím přechodného ubytování souvisejí (tyto služby se často shrnují pod názvem hotelové služby).

Ubytovací služby podle Orišky (1999) poskytují ubytovací zařízení, mezi něž patří také ubytovací střediska nebo ubytovací prostředky. Ubytovací střediska poskytují služby přechodného ubytování většímu počtu účastníků cestovního ruchu. Budují se obvykle společně s pohostinskými odbytovými středisky (např. hotely, motely), nebo jako samostatná ubytovací zařízení (např. turistická ubytovna, chatová osada, kemp).

Kromě toho Hesková a kol. (2006) zmiňuje i možnosti ubytování v soukromí (chaty, rekreační chalupy, pokoje, prázdninové byty) nebo ubytovací prostředky (stany, autopřívěsy-karavany, obytná auta). Ubytovací služby během cestování poskytují např. lůžkové a lehátkové vagony v železniční dopravě, rotely a autobus-hotely, případně motely, autokempy v silniční dopravě, výletní lodě ve vodní dopravě.

Rozsah a kvalitu služeb, které musí ubytovací zařízení poskytovat při uspokojování poptávky, nazývá Oriška (1999) standardem služeb. Standard služeb ovlivňuje více činitelů, zejména charakter zařízení, osobní a věcné provozní předpoklady a technické vybavení, klientela, sezónní vlivy a úroveň využití lůžkové kapacity.

Jednotlivá ubytovací zařízení mají různý standard placených a neplacených služeb, které mají charakter doplňkových služeb ubytovacího zařízení. Čím je ubytovací zařízení jednodušší, tím menší rozsah služeb poskytuje. S vyšší kategorie roste standard poskytovaných služeb a více placených služeb přechází do skupiny neplacených služeb.

Čertík (2000) využívá pro členění ubytovacích zařízení různých hledisek. Za základní členění lze považovat rozlišení ubytování na ubytování v hromadných ubytovacích zařízeních a ubytování v soukromí. Hromadná ubytovací zařízení jsou především hotely (motel, hotel, rotel, horský hotel, hostel) a obdobná zařízení (penzion, turistická

ubytovna, kemp apod.). Ubytováním v soukromí rozumíme ubytování v domech, chalupách, chatách, pokojích apod., které jsou pronajímány majitelem

Charakteristika ubytovacích služeb

Ubytovací zařízení považují Pásková & Zelenka (2002) za objekty, prostory nebo plochy, kde je veřejnosti poskytováno ubytování. Je součástí základní infrastruktury ČR, bývá spojeno se stravovacími službami v plném nebo omezeném rozsahu a případně i s poskytováním dalších služeb.

Klasifikace ubytovacích zařízení ČR

Dle Černého (2007) je Česká hotelová klasifikace dobrovolná a platí při ní tzv. princip transparentnosti (je stanovena a řídí se pevným řádem a způsobem vyhodnocování). Cílem je, jak uvádí dále tento autor, zlepšení orientace spotřebitelů (hostů a zprostředkovatelů), zvýšení transparentnosti trhu ubytování a zkvalitnění služeb poskytovaných ubytovacími zařízeními. Dokument, dle kterého klasifikace probíhá, se nazývá „Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel, hotel garni, pension a motel“ pro období let 2006–2009.

Klasifikace je označení minimálních požadavků jednotlivých tříd ubytovacích zařízení, tzn. klasifikace vypovídá o kvalitě a rozděluje zařízení do tříd. Podle současně platné klasifikace v České republice se ubytovací zařízení značí následovně:

* TOURIST

** ECONOMY

*** STANDARD

**** FIRST CLASS

***** LUXURY

Kategorizace označuje proces, kdy dochází k dělení ubytovacích zařízení do jednotlivých kategorií

Hotel – ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty, vybavené pro poskytování přechodného ubytování a služeb s tím spojených (zejména jde o služby stravovací). Hotely se člení do pěti tříd, hotel garní má vybavení jen pro omezený rozsah stravovacích služeb a člení se do čtyř tříd.

Motel – je ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty, které poskytuje přechodné ubytování a služby s tím spojené pro motoristy a člení se do čtyř tříd. Návštěvníkům je umožněno parkování v blízkosti motelu.

Penzion – je ubytovací zařízení s nejméně pěti pokoji, s omezeným rozsahem společenských a doplňkových služeb, avšak s ubytovacími službami srovnatelnými s hotelem. Člení se do čtyř tříd.

Botel – představuje ubytovací zařízení umístěné v trvale zakotvené osobní lodi.

Kemp – ubytovací zařízení pro přechodné ubytování buď ve vlastním zařízení hostů (stan, obytný přírvěš) popřípadě i v ubytovacích objektech provozovatele (chaty, sruby, bungalovy), nebo v jejich samostatně pronajímaných částech. Kempy jsou zařazovány od jedné do čtyř hvězdiček.

Chatová osada – je ubytovací zařízení pro přechodné ubytování hostů výhradně v ubytovacích objektech provozovatele (chaty, sruby, bungalovy). Chatové osady jsou zařazovány od jedné do tří hvězdiček.

Turistická ubytovna – je jednodušší ubytovací zařízení pro přechodné ubytování hostů s větším počtem lůžek v ubytovacích místnostech. Zařazuje se od jedné do dvou hvězdiček.

Vedle hromadných ubytovacích zařízení existuje v současné době i ubytování v soukromí.

Jde o přechodné ubytování turistů v samostatných místnostech k tomu určených v rodinných domcích, bytech, chatách, srubech, chalupách apod. (Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení české republiky 2006-2009)

Indrová (2004) dále ubytovací zařízení člení:

- ♦ **podle velikosti**
 - malá (5 – 100 pokojů)
 - střední (101 – 250 pokojů)
 - velká (251 pokojů a více)
- ♦ **podle doby provozu**
 - celoroční
 - sezónní
- ♦ **podle umístění**
 - městská zařízení
 - lázeňská zařízení
 - horská zařízení apod.
- ♦ **podle převažující klientely**
 - pro obchodníky
 - rodiny s dětmi
 - sportovce
 - zařízení specializující se na kongresovou turistiku
 - atd.

Dřevíkovský (1938) již před více jak 70 lety věděl, že má-li hotel uspokojit i toho nejvíce náročného hosta, musí být podle toho zařízen. To platí o všech místnostech, ale hlavně o pokojích. Čím lepší pokoje, úslušnější personál a solidní zacházení s hostem, tím více je host spokojen.

3.2.2 Stravovací služby

S účastí na cestovním ruchu jsou dle Indrové (2004) nezbytně spojeny i další základní služby – služby stravovací – které uspokojují základní potřebu člověka, potřebu výživy.

Pro účastníky mezinárodního cestovního ruchu však představuje stravování nejen nasycení, ale i možnost seznámit se s určitým specifickým prvkem kultury daného národa či regionu.

Stravovacími službami rozumí Hesková a kol. (2006) zabezpečení uspokojování základních potřeb výživy, přispívání k zotavení a vytváření většího fondu volného času

využitelného na uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu, které jsou cílem účasti na cestovním ruchu. Jde o služby základního stravování, doplňkového stravování a občerstvení, jakož i o společensko-zábavní služby, spojené s hudební produkcí, kulturním programem, případně další služby.

Pohostinské zařízení nabízejí služby účastníkům cestovního ruchu nejen v cílovém místě, ale i během cestování.

Orieška (1999) dále popisuje, že během přepravy jsou stravovací služby poskytovány přímo v dopravních prostředcích, případně v zařízeních umístěných v bezprostřední blízkosti silničních a dálničních komunikací, zejména dálkových tras. Stravování v dopravních prostředcích přitom předpokládá existenci zvláštních prostorů (například restauračního nebo bufetového vozu zařazeného do vlakové soupravy, restaurace na lodi apod.), případně je poskytováno přímo v prostoru určeném k přepravě cestujících (například na palubě letadla). Při kratších přepravách jde zejména o občerstvení, při delších také o stravování. V obou případech je sortiment jídel a nápojů částečně omezen.

Během pobytu v místech cestovního ruchu jde hlavně o stravovací služby, které poskytují hostinská zařízení. Rozumí se jimi prostory v objektech, v nichž se připravují pokrmy a nápoje, uskutečňuje se prodej jídel a nápojů, případně doplňkový prodej polotovarů potravinářského charakteru a jsou poskytovány služby s tím související.

Stravovacím zařízením dle Páskové & Zelenky (2002) tedy rozumíme objekt, prostor nebo plochu, kde je veřejnosti poskytováno stravování. Stravovací zařízení je součástí základní infrastruktury cestovního ruchu, bývá samostatné nebo součástí ubytovacího zařízení. Dělí se na stálé, sezónní, nebo přechodné (pochůzkový prodej), na rychlé občerstvení (gyros, gril-bar, kebab, drive-in, fast-food) a zařízení určená k delšímu pobytu hosta (restaurace, koliba). Jeho kapacita je zpravidla sdílena návštěvníky a rezidenty.

Hostinská zařízení rozděluje Čertík (2000) na restaurační a barová zařízení. V kategorii restaurace je rozhodující prodej pokrmů a nápojů. Do této kategorie patří například

restaurace, samoobslužné restaurace, motoresty, bufety, bistra, železniční jídelní vozy, hostince.

V kategorii bary je dominantní prodej nápojů, často v těchto provozovnách jsou provozovány některé společenské aktivity (hudba, tanec, různá představení apod.), do této kategorie patří např. denní bar, noční bar, klub, varieté, vinárna, kavárna, espresso, pizzerie, gril bar, snack bar, lobby bar, pivnice, výčep.

Orieška (1999) uvádí, že u jednotlivých kategorií je možno zřizovat sezónní a příležitostná odbytová střediska, která jsou součástí provozovny (terasy, atria, zahrady, předzahrádky, salonky, sály, apod.).

Kategorizace stravovacích služeb

Kategorizaci se věnuje mnoho autorů, ale všechny prameny vychází z „Doporučení upravujícího základní ukazatele pro kategorizaci hostinských a ubytovacích zařízení“(1994). Doporučení rozděluje zařízení na:

1. Restaurace

Restaurace je hostinské zařízení zajišťující obslužným způsobem stravovací služby se širokým sortimentem pokrmů základního stravování.

Pohostinství je modifikovaný typ restaurace zabezpečující základní i doplňkové stravování.

Jídelní a restaurační vozy a jiná zařízení pro přepravu osob poskytují základní i doplňkové stravování ve veřejných dopravních prostředcích.

Motorest je restaurace s dostatečnou kapacitou pro parkování motorových vozidel budovaná při silnicích nebo dálnicích, která poskytuje služby především motoristům.

Samoobslužná restaurace (kafetérie) je hostinské zařízení zajišťující základní a doplňkové stravování samoobslužným způsobem.

Bufet je hostinské zařízení zabezpečující občerstvení, případně i stravovací služby samoobslužným způsobem. Je možná specializace podle hlavního předmětu prodeje, například mléčný bufet, rybí bufet.

Bistro je forma bufetu. Obdobně jsou charakterizována i hostinská zařízení typu fast food outlets, jako je například Mc Donald's, BurgerKing, která však podávají pokrmy a nápoje převážně v nevratných obalech.

Občerstvení, kiosek je hostinské zařízení zabezpečující poskytování občerstvení. Zřizuje se obvykle jako sezónní, příležitostné zařízení, často bez vlastní odbytové plochy. Občerstvení může být zřízeno jako doplňující část provozovny nebo střediska (prodejní okno), případně jako pochůzkový prodej (např. pomocí prodejních košů).

2. Bary

Denní bar je hostinské zařízení, jehož dominantním vybavením je barový pult. Poskytuje obslužným způsobem občerstvovací, případně i podle svého zaměření stravovací služby. Umožňuje specializaci podle hlavního předmětu prodeje.

Noční bar, noční klub, varieté, dancing jsou noční zábavní hostinská zařízení poskytující obslužným způsobem pokrmy a nápoje. Dominantní vybavení tvoří barový pult a taneční parket. Podle zaměření a prostorových možností se počítá i se samotným prostorem pro varietní vystoupení.

Vinárna je obslužné hostinské zařízení se zaměřením hlavně na prodávání vína. Ve vinárně se podávají studené, případně i teplé pokrmy.

Kavárna je obslužné hostinské zařízení se zaměřením hlavně na prodej teplých nápojů, cukrářských výrobků, studené kuchyně a podle místních podmínek i teplých pokrmů. Svou funkcí a charakterem slouží k delšímu pobytu hosta. Tomu je přizpůsobeno i zařízení a vybavení (křesla, boxy, stylový nábytek, k dispozici je tisk, společenské hry atd.). Kavárny mohou být podle svého poslání specializovány (taneční kavárna, koncertní kavárna, kino-kavárna, internetová kavárna) nebo kombinovaný (kavárna-cukrárna).

Espresso je obslužné hostinské zařízení, které zabezpečuje prodej teplých nápojů, zejména kávy, cukrářských výrobků a výrobků studené kuchyně. Dominantu vybavení tvoří přístroj na výrobu kávy typu espresso.

Hostinec je obslužné hostinské zařízení zaměřené zejména na prodej piva.

Pivnice je obslužné hostinské zařízení specializované převážně na podávání piva a jídel vhodně doplňujících jeho konzumaci.

Výčep piva je hostinské zařízení zaměřené na prodej piva a ostatních nápojů, převážně do přinesených nádob („přes ulici“). Může být i součástí provozovny jiné kategorie.

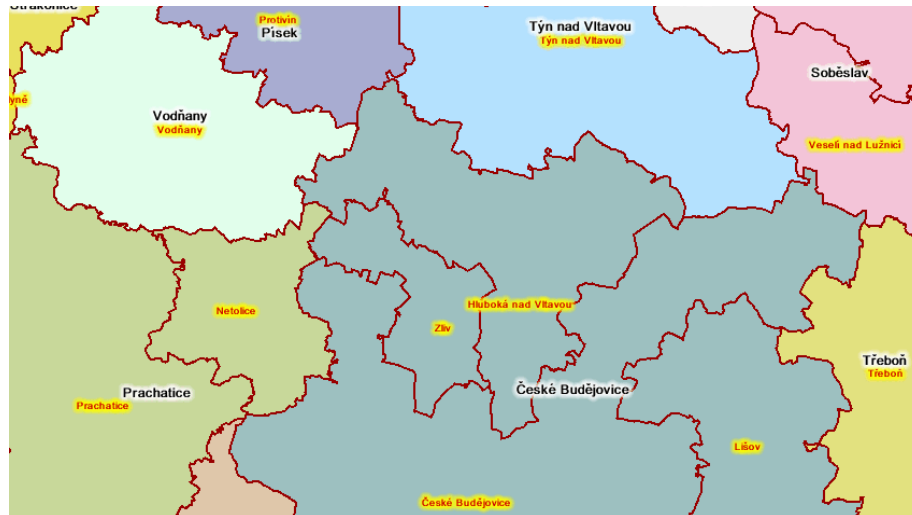
Hostinské zařízení má být na vhodném viditelném místě při vstupu označeno kategorií, jménem a názvem provozovatele, jeho IČO, adresou, jménem odpovědného vedoucího a provozní dobou. Do kategorie zařazuje hostinské zařízení provozovatel.

Pásková & Zelenka (2002) označují za specifickou činnost mezi personálem stravovacího zařízení a hostem obsluhu, která je spojena zejména s podáváním jídel a nápojů. Existuje několik způsobů obsluhy (americká, anglická, ruská, francouzská, jednoduchá a složitá). Jednoduchá obsluha je charakterizována servisem jídel na jednouchých nebo oddělených talířích. Při složitě obsluze se naopak jídlo servíruje v mísách a jeho další úprava se provádí u stolu hosta.

4 Situační analýza ubytovacích a stravovacích služeb města Hluboká nad Vltavou

4.1 Sekundární údaje

4.1.1 Geografické vymezení města Hluboká nad Vltavou



Malebné městečko Hluboká nad Vltavou má velmi specifické geografické umístění. Nachází se v Jihočeském kraji, na okraji českobudějovické kotliny, asi 10 km severně od největšího jihočeského města České Budějovice. Leží na ostrohu, který vyčnívá nad meandrovitým výběžkem řeky Vltavy. Město je také součástí sdružení obcí „Mikroregion Budějovicko – Sever.“ Hluboká nad Vltavou, jakožto město, se skládá z 10 částí - Bavorovice, Hluboká nad Vltavou, Hroznějovice, Jaroslavice u Kostelce, Jeznice, Kostelec, Líšnice u Kostelce, Munice, Poněšice a Purkarec. Rozloha města činí celkem 9 111, 92 ha, největší podíl na rozloze má Hluboká nad Vltavou (3409, 97 ha), ostatní obce se většinou rozkládají na ploše cca 550 ha, s výjimkou Líšnice u Purkarce (1257, 02 ha) a Purkarce (738, 94 ha).

V okolí Hluboké nad Vltavou leží krajina, jakou lze kdekoli u nás jen těžko hledat. Kromě malých i velkých rybníků dotvářejí krajinný vzhled desítky, možná stovky starých dubových alejí kolem cest, osamocené stromy či skupiny uprostřed rozlehlých

luk, klenuté mosty a mostky přes potoky, náhony a strouhy, kamenné kapličky, boží muka a kříže. Dále je okolí města známé pro malebné vesničky se zdobnými štíty a branami. Oba břehy řeky Vltavy lemují severně od Hluboké rozlehlé obory, které patří k nejkrásnějším v České republice, zejména Poněšická obora a také Stará obora.

4.1.2 Stručná historie města

Nejstarší doklady o osídlení Hlubocka pocházejí ze starší doby bronzové. Lidé tehdy obývali příbytky jednoduché konstrukce, jejichž pozůstatky jsou dnes jen velmi těžko zachytitelné. Co však zanechalo zřetelnější stopu, je zvyk pohřbívání mrtvých pod mohylovými náspy. Z tohoto období (1400 – 1200 před naším letopočtem) pochází řada ojedinělých pohřebišť i celých skupin mohylníků.

Skutečná historie města je úzce spjata s královským hradem Hluboká, kdy si Přemysl Otakar II. vyhlédl vysoký ostroh čnící nad řekou Vltavou jako strategicky příhodné místo k výstavbě pevného hradu, který měl sloužit k upevnění královské moci v jižních Čechách. Hrad nazývaný jako Froburg či Frohnburg, později zkomolený na Frauenberg (v překladu „vladařův hrad“) sloužil zároveň jako důležité správní, vojenské a hospodářské středisko okolních panovnických statků. Svůj dnešní název „Hluboká“ získal hrad dle někdejšího označení lesa až v průběhu 14. století. Velmi záhy po vystavění hradu začalo na úpatí hradního vrchu vyrůstat menší lidské sídliště, které bylo i přes nepříznivé přírodní podmínky rozvinuto v trhovou osadu (poprvé doloženo v listině z roku 1378). Po smrti krále „železného a zlatého“ vystřídal zámek několik pánů. Historickým krokem byl v roce 1661 prodej hlubockého dominia Janu Adolfo I. ze Schwarzenbergu. Touto koupí se na Hlubokou dostává rod, který určoval její dějinný chod v příštích téměř třech staletích. Jednou z mnoha proměn Hluboké byla i v letech 1841 – 1871 přestavba zámku do dnešní podoby a to v duchu romantické novogotiky podle vzoru anglického Windsoru.

O tuto světoznámou podobu zámku i rozvoj celého kraje se zasloužil Jan Adolf II. ze Schwarzenbergu spolu s manželkou Eleonorou. Udělal velký kus práce v hospodářské oblasti, rozvíjí se zemědělství, lesnictví, rybníkářství, průmysl. Založil lesnické muzeum na zámku Ohrada a prosazuje železniční spojení Č. Budějovic s Prahou a Plzní.

V době přestavby zámku dochází i k rozkvětu a kulturnímu povznesení Podhradí. Je spojeno s okolním světem zejména zřízením železnice, telegrafu a poštovního úřadu. Zlomovou událostí byla v únoru 1883 žádost představitelů podhradské obce o povýšení městyse Podhradí na město a zároveň jeho přejmenování na jméno „Hluboká.“ Této žádosti bylo vyhověno jen na půl a to změnou názvu Podhradí na Hlubokou (r. 1885). S vydatnou podporou Adolfa Josefa ze Schwarzenbergu se Hlubočtí v roce 1907 dočkali i vytouženého povýšení na město. Roku 1924 se Hluboká díky rozhodnutí ministerstva vnitra rozrostla, byla spojena s Podskalím, Hamrem a Zámostí v jednu místní obec s názvem „Hluboká nad Vltavou.“ Počátky „Velké Hluboké“ se však datují šedesátými léty, kdy jako první byly v roce 1964 připojeny Bavorovice a Munice. V dalších letech byly posupně připojovány obce Purkarec, Kostelec, Jaroslavice, Hroznějovice, Líšnice a Poněšice.

Autor: KOVÁŘ, Daniel, KOBLASA, Pavel. Město jménem Hluboká. Vydal Historicko-vlastivědný spolek v Českých Budějovicích, Jelmo 1997. 176 stran.

V dnešní době je Hluboká nad Vltavou rychle se rozrůstajícím městem s 1263 domy, 1979 byty a téměř pět tisíci obyvateli. V čele města stojí starosta Ing. Tomáš Jirsa. Dominantu města bez pochyb tvoří zámek. Po jeho zhlédnutí může každý využít řady kulturních a sportovních příležitostí, které jsou ve městě neustále rozvíjeny.

4.1.3 Demografické vymezení města

Vezmeme-li v úvahu údaje o počtu obyvatel z knihy Kováře & Koblasy (1997) je možné konstatovat, že se od roku 1854 počet obyvatel Hluboké nad Vltavou více jak dvojnásobně zvýšil. Z tehdejších 2 803 obyvatel na současných 4 921. Z demografické ročenky (viz Příloha 1) je zřejmý znatelný neustálý přírůstek obyvatel s výjimkou roku 2004, kdy byl zaznamenán úbytek. Nejpočetněji je zastoupena generace ve věku od 15 do 64 let s velmi malou převahou žen.

4.1.4 Nezaměstnanost v Hluboké nad Vltavou

Z údajů úřadu práce v Českých Budějovicích vyplývá, že nezaměstnanost v Hluboké nad Vltavou se dlouhodobě pohybuje okolo 3 %. V roce 2008 bylo ve městě průměrně 70 uchazečů o práci a míra nezaměstnanosti 2,9 % (viz Příloha 2). V roce 2009 se však počet uchazečů o práci rapidně zvedá a to více jak o 20 oproti poslednímu měsíci roku 2008. S tímto jevem se samozřejmě zvedá i míra nezaměstnanosti až na 4,4 % v únoru roku 2009.

4.1.5 Dopravní dostupnost

Největší a nejnámější část města Hluboká nad Vltavou, obec Hluboká nad Vltavou, leží podél silnice II. třídy vedoucí z Českých Budějovic do Týna nad Vltavou, Bechyně a dále. Díky komunikaci číslo 105 můžou turisté navštívit město osobním automobilem nebo autokarem. Pro tyto možnosti bylo v podzámčí vybudováno velké odstavné parkoviště, které pojme několik autobusů a osobních automobilů, které mohou využít i parkovacích míst v centru. Z odstavného parkoviště pak v pravidelných intervalech odjíždí zámecký autobus, který odveze návštěvníky až do zámeckých zahrad. Městem také několikrát denně projíždí linky ČSAD Jihotrans, které zastavují na zastávce Pod kostelem a směřují dále do Týna nad Vltavou, Prahy či Českých Budějovic. Další možností je využití integrovaného dopravního systému Městské hromadné dopravy a do Hluboké z Č. Budějovic a zpět se dostat prostřednictvím spoje číslo 104. Vlaková doprava protíná Hlubokou nad Vltavou železničními zastávkami U Sudárny (směr České Budějovice – Plzeň) a Zámostí (směr Č. Budějovice – Praha). Příznivci létání mohou město Hluboká shlédnout shora nebo využít k přistání blízkého mezinárodního letiště Hosín, které je využíváno především pro sportovní letectví.

V této části by neměla být opomenuta ani cyklostezka vedoucí z Č. Budějovic na Hlubokou a do Poněšic. Cyklostezka by v nejbližší době měla být rozšířena až do vzdálenější části města – do obce Purkarec.

4.1.6 Analýza města z hlediska cestovního ruchu

Město a jeho okolí nabízí širokou škálu atraktivit, kulturních i sportovních akcí. Přízviska jako „Perla na obrubě lastury svítící do rybníčné Budějovické pánve“ či „Pohádkové sídlo utkané ze snu krásné paní“, patří ale dominantě a turistickému magnetu **Hluboké, státnímu zámku**, národní kulturní památce spravované Národním památkovým ústavem, územním odborným pracovištěm ČB. Oblíbenost a vysokou návštěvnost zámku Hluboká dokazují výsledky šetření agentury CzechTourism (viz Příloha 3). Zvyšující se počty návštěvníků, které zámek do města přilákal v jednotlivých letech od r. 2000 do r. 2008 znázorňuje Příloha 4. Návštěvníkům zámku je nabízeno šest tras – Reprezentační trasa, Soukromé apartmány, Zámecká kuchyně, Zámecká věž, Zámecký park a Zimní prohlídková trasa.

Zámek Hluboká v letošním roce jako první vyzkoušel model, ve kterém přestane platit striktní oddělení hlavní sezóny a zimního přípravného období. Zimní provoz se podle slov ředitele jihočeských památkářů Petra Pavelce osvědčil a zámek navštívilo 6575 osob, Pavelec do budoucna očekává nárůst turistů (EDWIN, O. Hluboká si odkroutila zimní premiéru. Českobudějovický deník, 72/2009, str. 3.)

V blízkosti zámku se rozprostírá zámecký park v anglickém stylu s původní jízdárnou se sálem a otevřeným krovem, kde jsou dnes instalovány sbírky **Alšovy jihočeské galerie**. Uměleckohistorické muzeum, nazývané dle významného jihočeského rodáka Mikoláše Alše, patří k pěti největším ústavům svého druhu v České republice. Galerie láká ke zhlédnutí kolekce gotického umění z jižních Čech a Šumavy doplněnou o díla českých a evropských umělců 16. – 19. století s pozoruhodným souborem nizozemské malby, také kolekcí českého moderního a současného umění. AJG hostí množství kulturních akcí, které každým rokem přilákají do města řadu návštěvníků.

Další zajímavou a hojně navštěvovanou atraktivitou je **Lovecký zámek Ohrada – muzeum lesnictví, myslivosti a rybářství**, který byl postaven v letech 1708 – 1713 pro knížete Schwarzenberga jako lovecký zámek. NZM Ohrada patří k nejstarším muzeím vůbec, protože první rozsáhlé sbírky loveckých trofejí a vycpanin byly získány již v polovině 19. století. V dnešní době muzeum nabízí k zhlédnutí malovaný hodovní sál,

sbírku loveckých a historických zbraní, expozici o životě lesa, unikátní lovecké trofeje a jiné zajímavosti. Vyjma sezóny, v období od dubna do října, lze zámek pronajmout ke konání různých kulturních a společenských akcí.

Jako součást loveckého muzea zámečku Ohrada rozhodnutím Adolfa Schwarzenberga vznikla **ZOO Ohrada**, která pro veřejnost byla poprvé otevřena v květnu r. 1939. Od r. 1972 funguje jako samostatná organizace, která je neustále rozšiřována a rozvíjena. ZOO nabízí svým návštěvníkům zhlédnutí především malých a středně velkých druhů zvířat, k vidění je i akvarijní expozice, expozice vodního ptactva, sov či některých druhů plazů. ZOO je otevřena po celý rok. Návštěvníci jsou přitahováni nejen různými akcemi pořádanými v samotné zahradě, ale i restaurací s nově vybudovaným venkovním prostorem vyhrazeným pro děti.

Poblíž centra v areálu hotelu Knížecí dvůr se nachází **Galerie Knížecí dvůr**. Galerie prezentuje díla současných renomovaných výtvarníků, ale i výstavy grafiky, plastiky, keramiky, fotografií, textilu, krajky aj. Veškerá vystavovaná díla si může návštěvník zakoupit.

Nedaleko galerie stojí **kostel sv. Jana Nepomuckého**, který byl postaven v letech 1844 – 1847 v novogotickém stylu, obdélný s příčnou lodí a věží vysokou 56 m. Jméno získal podle patrona Schwarzenberského rodu sv. Jana Nepomuckého, proto se také na jeho svátek 16. května v Hluboké pořádá velmi navštěvovaná svatojánská pouť.

Návštěvníci města mohou shlédnout mimo hlavních lákadel i jiné, méně známé atraktivy. Příkladem mohou být **Vorašské muzeum Purkarec**, **Poněšický lihovar**, **židovský hřbitov**. V okolí města se nachází řada **soch a kapliček** (kaplička sv. Rocha, sv. Barbory, sv. Antonína, socha sv. Jana Nepomuckého aj.). Hluboká skýtá také památky, ke kterým se váže určitá pověst, jsou jimi **Karlův hrádek**, **Závišův kámen**, **Trkač**, **Marradasův sloup**, **Kampaňová díra** aj. V této části by neměla být opomenuta ani rybníční soustava, do které neodmyslitelně patří druhý největší rybník České republiky **Bezdrév**, dále **Munický rybník**, rybník **Velký Zvolenov**, **Naděje**, **Židovský** aj.

Město Hluboká nad Vltavou každým rokem pořádá řadu **kulturních akcí**, některé pravidelně. Na své si ve městě přijdou milovníci hudby různých žánrů od jazzu po klasickou hudbu. Na nádvoří zámku je pořádán **divadelní festival**. Dále se ve městě konají **Slavnosti vína, Rybářské slavnosti** či **adventní trhy**. **Kulturní centrum Panorama** promítá po celý rok množství filmů, uvádí řadu divadelní scén a pořádá společenské akce, významným hostitelem divadelní scény je i zámek Hluboká, kde se každoročně pořádá „**Divadelní léto na zámku Hluboká**“.

Ve městě Hluboká nad Vltavou bylo vybudováno množství **sportovních a relaxačních zařízení**, z nichž některá jsou součástí místních hotelů (př. relaxační centra, tenisové kurty).

Velmi známé je **Golfové hřiště Hluboká nad Vltavou** nabízející na 68 ha 18 a 9 jamek, velký driving range. Golf Club Hluboká nad Vltavou nabízí svým návštěvníkům velké množství služeb od zapůjčení golfových potřeb, občerstvení, školení, pořádání turnajů až po výuku nejmladších členů - juniorů.

Jiný druh sportovního vyžití návštěvníkům nabízí **Jezdecké centrum Vondrov**, kde mohou návštěvníci vidět stáda pasoucích se koní a na vlastní kůži si vyzkoušet jízdu na koni v rámci jezdecké školy a individuální výuky, pro děti jsou připraveny vyjížděky na ponících.

Přímo u cyklistické stezky vedoucí z Č. Budějovic na Hlubokou, za tenisovými kurty a fotbalovým hřištěm se nachází **Sportovně relaxační areál Sokola Hluboká nad Vltavou**. Areál zahrnuje baseballová hřiště, hřiště na plážový volejbal, stolní tenis, víceúčelové hřiště, pentaquová hřiště, hřiště na badminton, obří trampolíny, obří šachy i dětské hřiště.

V Podskalí, na levém břehu řeky Vltavy bylo r. 1997 otevřeno **Městské koupaliště** s přilehlým parkovištěm pro osobní automobily. V jeho těsné blízkosti nabízí své služby bowlingová herna **Bowling AQUA** se čtyřmi profesionálními drahami.

Společnost **Lesy Hluboká nad Vltavou, a. s.** zajišťují možnost vyhledávaného poplatkového lovu zvěře v Oboře. **Rybářství Hluboká, a. s.** nabízí sportovní rybaření včetně lovu na dírkách.

Dalšími zajímavostmi jsou **výlety na parníku** po řece Vltavě, **vyhlídkové lety, skysurf** (tandemový seskok), velmi rozšířená je díky místní stezce **cykloturistika**. Zajímavým zážitkem může být i **pěší turistika** po vyznačených stezkách, masáž odborníků z **Kliniky čínské medicíny** či pobyt v **solné jeskyni**.

Ve městě Hluboká nad Vltavou nabízí své služby Česká pošta, Česká spořitelna, lékárna, zubní, praktický či veterinární lékař, čerpací stanice, autoopravna, pneuservis, taxi, několik směnáren, zahradnictví. V Hluboké nad Vltavou také působí školská zařízení, mimo mateřské a základní školy, mezinárodní škola „Townshend International School (TIS)“, a Střední odborná škola elektrotechnická, Centrum odborné přípravy Hluboká nad Vltavou.

4.1.7 Analýza ubytovacích a stravovacích zařízení

Město Hluboká nad Vltavou je jedním z nejnavštěvovanějších turistických cílů destinace jižní Čechy. Nejen proto zde bylo vybudováno množství ubytovacích a stravovacích zařízení různých typů. Své služby nabízí hotely, penziony, kempy, chatové osady, ubytovatelé v soukromí, množství restaurací, pohostinství, ale i řada sezónních zařízení. V celém zkoumaném regionu je podle údajů čerpaných z oficiálních a neoficiálních webových stránek města Hluboká nad Vltavou zastoupeno 8 hotelů, 4 penziony, 2 chatové oblasti, 3 turistické ubytovny, více jak 25 poskytovatelů ubytování v soukromí, 25 restaurací, 6 pohostinství, 2 vinárny, kavárny, několik samoobslužných zařízení typu bufet, 3 denní, 2 noční bary. V letní sezóně je otevřena i řada dalších stravovacích a ubytovacích zařízení. Celá podkapitola bude rozdělena do dvou částí, tj. část ubytovacích služeb a část stravovacích služeb.

V teoretické části byly zmiňovány dva systémy, dle kterých lze určitým způsobem kategorizovat a rozdělit jednotlivá ubytovací a stravovací zařízení. Ke kategorizaci ubytovacích zařízení, která budou popisována jako první, slouží „**Oficiální jednotná**

klasifikace ubytovacích zařízení“, která je dobrovolným systémem, zajišťujícím průhlednost poskytovaných služeb a zaručenou úroveň kvality pro každého. Seznam certifikovaných zařízení podle tohoto systému je k nahlédnutí na stránkách Asociace hotelů a restaurací České republiky. Z celé zkoumané oblasti se na seznamu certifikovaných zařízení nachází pouze hotel Parkhotel. Druhým způsobem je starší dokument „**Doporučení upravující základní ukazatele pro kategorizaci hostinských a ubytovacích zařízení**“, dle tohoto dokumentu jsou v mé práci rozděleny stravovací zařízení.

Hotel

Ve městě je provozováno celkem devět hotelů, z nichž, jak již bylo uvedeno, je pouze jeden certifikovaný jako čtyřhvězdičkový, ostatní počet hvězdiček uvádějí, ale certifikovány dosud nebyly. Pokud by měly být hlubocké hotely dále členěny podle velikosti, doby provozu, umístění a převažující klientely, je možné konstatovat, že všechny hotely jsou malými zařízeními (tzn. do 100 pokojů) s celoročním provozem. Hluboká nad Vltavou je městem a níže uvedené hotely se nacházejí v jejím centru, proto je můžeme zařadit mezi městské. Klientela hotelů je různorodá a každý z nich se snaží obsáhnout co nejširší segment, proto nelze přímo posoudit a přiřadit specializaci.

Hotel Parkhotel Hluboká nad Vltavou certifikovaný jako first class nabízí ubytování v šedesáti dvou pokojích. Dvacet pokojů je vybaveno vanou, ostatní pouze sprchovým koutem, z těchto jsou tři přizpůsobeny pro bezbariérový přístup a jedenáct pokojů je kuřáckých. Všechny pokoje jsou vybaveny tak, aby splňovaly podmínky certifikace (viz Příloha 5). Pokud není započteno dvacet šest přistýlek, hotel nabízí celkem sto padesát lůžek. Hotel disponuje dvěma restauracemi a lobby barem, restaurace Park se nachází přímo v hotelovém komplexu, restaurace Lovecká chata je oddělená, v letních měsících je možné využít i terasy. Hotel mimo jiné nabízí zajištění konferenčních služeb, relaxační centrum, dětské hřiště, pentaque hřiště, půjčovnu a úschovnu kol či využití některého z hotelových balíčků. Velkou výhodou hotelu může být i velkokapacitní parkoviště, které je schopné pojmout až tři autobusy a padesát osobních automobilů.

Hotel Podhrad se nachází v samotném centru Hluboké. Vybavení hotelových pokojů odpovídá dle webových stránek hotelu označení „first class“. V hotelu je situováno 32 pokojů včetně jednoho pokoje pro handicapované a dvou luxusních apartmá. Celkovou kapacitu hotelu tvoří 123 lůžek. Hotelové pokoje jsou stylově vybaveny, jejich cena je odlišná podle druhů (Apartmá, Knížecí pokoj, Hradní pokoj) a počtu ubytovaných osob. V hotelu se dále nachází dvě restaurace, lobby bar, venkovní terasa a plně vybavená konferenční místnost. Hotel také nabízí využití relaxačního centra, které je vybavené bazénem s protiproudem, whirl-poolem, saunou a infrasaunou, dále je možné využít masážních a kosmetických služeb. Díky spolupráci hotelu s jinými zařízeními mohou zákazníci využít i služeb jako např. jezdecké kurzy nebo projížďky na koni v rámci některého z balíčků či jako fakultativní služby. I hotel Podhrad disponuje vlastními parkovacími místy sřeženými kamerovým systémem, která jsou pro hotelové hosty zdarma.

Hotel Knížecí Dvůr se nachází v těsné blízkosti hotelu Podhrad. Budova hotelu dříve sloužila jako starý úřední dům potřebám úřadu schwarzenberského knížecího dvora. Hotel disponuje 18 pokoji a jedním apartmá o celkové kapacitě 42 lůžek. Každý z pokojů hotelu je vybaven vlastním sociálním zařízením a podle údajů z webových stránek hotelu plně odpovídá požadovaným standardům pro čtyřhvězdičkový hotel. V objektu Knížecího Dvora se nachází galerie a Klinika čínské medicíny. Hotel patří spolu s hotelem Podhrad jednomu majiteli, proto nabízí velmi podobné služby.

Hotel Záviš z Falkenštějna se nachází v centru Hluboké nad Vltavou, naproti hotelu Podhrad. Budova hotelu má velmi dlouhou historii, ale od roku 1996 sloužila již jako restaurace „Na Růžku.“ V letech 2006 a 2007 prošla budova rozsáhlou rekonstrukcí a za pomoci dotací z Evropské unie a Jihočeského kraje v rámci Společného regionálního a operačního programu byla přestavěna do současné podoby komplexního restauračního a ubytovacího centra. Hotel využívá označení čtyř hvězdiček, které nemá certifikované. Vybavení hotelu by mělo dle údajů z hotelových webových stránek tomuto označení plně odpovídat. V hotelu je možné se ubytovat v jednom z 26 pokojů, které jsou rozděleny na 6 jednolůžkových, 16 dvoulůžkových a 4 apartmány. Dva

z dvouložkových pokojů jsou vyhrazeny pro ubytování tělesně postižených. Stravovací služby hotelu jsou nabízeny ve třech restauracích – v multifunkčním sále, v restauraci „Na Růžku“, ve vinárně Šatlava a v letních měsících také na terase, všechny restaurace jsou součástí hotelu, jejich kapacita je 280 míst. Hotel nabízí i vlastní parkoviště, které je poskytované hotelovým hostům zdarma. Klienti hotelu mohou využít díky spolupráci s ostatními hotely připravených balíčků různých druhů.

Hotel Apartement Hluboká leží poblíž centra města, při hlavní třídě. Hotel je jako předcházející hotely značen čtyřmi hvězdičkami bez certifikace. K ubytování slouží 10 prostorných apartmánů, které obsahují dvě samostatné ložnice, kuchyň, jídelnu, obývací pokoj, koupelnu, toaletu a balkon nebo terasu. Součástí hotelu není restaurace, proto by bylo vhodné jej klasifikovat spíše jako hotel garni. Z ostatních služeb může host využít parkoviště před hotelem, podzemní garáže a směnárnu.

Hotel Štekl bude detailně popsán v další části této práce, protože hotel Štekl poskytl nejvíce materiálů a informací, budou aplikovány výsledky šetření právě na něm. Zde je pouze zmíněn jako součást analyzovaných ubytovacích zařízení.

Hotel Tennis center leží v Podskalí v těsné blízkosti městského koupaliště a golfového hřiště. Hotel nabízí ubytování ve 25 dvou- a tříložkových pokojích a rodinném apartmá s celkovou kapacitou 60 lůžek. Každý z pokojů je vybaven televizorem se satelitním příjmem a vlastním sociálním zařízením. V některých materiálech je hotel označen dvěma hvězdičkami, ty jako u předešlých hotelů doposud nebyly certifikovány. Součástí hotelu je restaurace s venkovní terasou a bar. Pro návštěvníky hotelu se nabízí možnost koupání ve venkovním bazénu s odpočinkem na slunečních lehátkách a tenisová škola.

Sporthotel Barborka je situován na okraji „Zámostí“, necelý kilometr od centra města. V areálu hotelu se nachází venkovní bazén, sauna, dvě hřiště pro míčové sporty, ping-pongové stoly a prostorná tělocvična. V areálu se lze ubytovat mimo jiné i v bungalovech, ve vlastních stanech či v ubytovně, tyto části budou popsány ve „svých“

kategoriích. Hotel nabízí ubytování v 1 – 4 lůžkových pokojích o celkové kapacitě 52 lůžek. Stravování je poskytováno v hotelové jídelně. Součástí hotelového komplexu je relaxační zařízení vybavené vířivkou, saunou, horkým kamenem a vodním chrličem.

Hotel Bakalář leží na hlavní třídě nedaleko centra města. Hotel disponuje devíti dvoulůžkovými pokoji a jedním čtyřlůžkovým, celková kapacita hotelu je 23 lůžek. Pokoje jsou vybaveny WC, koupelnou a televizí. Hotel využívá označení tří hvězdiček, které nemá certifikované. Součástí hotelu je restaurace se salonkem a půjčovna kol.

Penzion

Další popisovanou kategorií jsou penziony. V Hluboké nad Vltavou jsou provozovány čtyři, z nichž dva v části Hluboká nad Vltavou a dva v části Purkarec. Podle celkového počtu pokojů jednotlivých penzionů řadí se stejně jako v předcházející části hotely k malým ubytovacím zařízením s celoročním provozem. Dle statutu Hluboké by měly penziony nést označení městské, pokud se ale podíváme do lokality, kde se nacházejí jako městský by se dali považovat snad jen penziony KA.PR a L - Club, ostatní lze zařadit spíše mezi venkovské.

Penzion – restaurace KA.PR leží v těsné blízkosti centra města. Penzion nabízí ubytování ve 12 pokojích, z čehož je jeden jednolůžkový, 8 dvoulůžkových, 2 čtyřlůžkové typu duplex a jeden čtyřlůžkový suite. Všechny pokoje jsou vybaveny sprchovým koutem, televizí, internetovou přípojkou a trezorem. Celková kapacita penzionu je 29 lůžek. V přízemí penzionu je pro návštěvníky v provozu restaurace. Penzion je označen, nikoli certifikován jako tříhvězdičkový. Součástí penzionu je i několik parkovacích míst.

Restaurant - Penzion L-Club by také mohl být řazen spíše k městskému ubytovacímu zařízení, nachází se v části Hluboké nad Vltavou nazývané „Zámostí“. Je vybaven celkem 40 lůžky. Každý z pokojů má vlastní sociální zařízení, telefon, rádio, televizor se satelitním příjmem a minibar. Penzion je vhodný pro rodiny s dětmi zejména pro rozdělení čtyřlůžkových pokojů na dvě dvoulůžkové ložnice. Součástí penzionu je restaurace a v letních měsících letní restaurace. Vedle budovy penzionu se nachází parkoviště pro osobní automobily i autokary.

Penzion V Zátoce by mohl být charakterizován jako ryze venkovské zařízení, nachází se v jedné z částí města, v Purkarcí na levém břehu Hněvkovické vodní nádrže. Penzion nabízí ubytování pro celkem 14 osob ve dvou a tří lůžkových pokojích. V areálu penzionu je parkoviště, tenisový kurt, krytý bazén, fitness a sauna. Penzion zajišťuje také možnost zapůjčení lodiček, vodního lyžování a vyhlídkových plaveb.

Penzion Vltavan se také nachází v centru obce Purkarec. Penzion nabízí ubytování v apartmánech vybavených sociálním zařízením, kuchyňským koutem a televizorem. Součástí penzionu je pohostinství a vinárna, návštěvníci penzionu mohou taktéž využít neplacené parkovací plochy. Penzion se díky své poloze zaměřuje nejvíce na ubytování rodin rybářů lovících na Hněvkovické přehradě.

Kemp

V celém městě je možné se ubytovat celkem v pěti kempech, většinou na okraji města a u vodních ploch. Zde by se dalo konstatovat, že téměř polovina z hlubockých kempů leží na okraji druhého největšího rybníka na jihu Čech, rybníka Bezdrev. Všechny kempy jsou sezónním zařízením menší až střední velikosti.

Autokempink Křivonoska se nachází asi dva kilometry od centra Hluboké nad Vltavou. Název kempu je odvozen od rybníka Křivonoska, který jej obklopuje. V areálu je možné se ubytovat v chatách s kuchyňským koutem, ve srubových chatičkách či ve vlastních obytných automobilech, karavanech a stanech. Celková kapacita kempu je 240 lůžek a plocha pro cca 150 stanů. Kemp je vybaven společným sociálním zařízením s pračkami a kuchyňkou. Pro zabavení poslouží dvanácti-jamkové hřiště na minigolf. Stravovací služby jsou nabízeny i místní restaurací umístěnou ve středu kempu. Kemp je pro svou rozlohu vhodný pro pořádání různých setkání, mnoha druhů závodů či klubových srazů. Jako příklad můžeme uvést psí závody nebo každoroční sraz historických vozidel.

Camping Kostelec není ryze českým kempem, je vlastněn nizozemskými majiteli, od čehož se odvíjí i charakter některých služeb. Kemp se rozkládá na ploše osmnácti hektarů a nabízí 70 prostorných míst pro stany nebo karavany, rekonstruované sociální

zařízení se sprchami, pračkami, sušičkami, dětský koutek, obchod, bufet s holandským občerstvením a prostorem pro posezení. Kemp je v provozu od měsíce května do září.

Kemp Sporthotelu Barborka se nachází v areálu Sporthotelu, nabízí ubytování v šesti pětilůžkových bungalovech s vlastním sociálním zařízením anebo stanech či karavanech. Pro návštěvníky využívající vlastních stanů či karavanů je zajištěno sociální zařízení v hlavní budově nebo v budově bazénu.

Autocamp Hoch je první z trojice kempů nabízejících ubytování u rybníka Bezdrev. V kempu je možné se ubytovat ve čtyřlůžkových chatkách se společným sociálním zařízením nebo ve vlastních karavanech či stanech. Součástí kempu je restaurace s kapacitou až 100 míst odděleně pro kuřáky a nekuřáky.

Camping restaurant Bezdrev leží na břehu rybníka Bezdrev. Kemp nabízí ubytování ve třech druzích chat dle vybavenosti a prostor pro stany a karavany. Chaty typu „A“ jsou vybaveny vlastním kuchyňským koutem, odděleným sociálním zařízením a krytou verandou, chaty typu „B“ jsou zařízeny nově, ale stejně jako chaty typu „C“, které jsou zařízeny starším nábytkem, využívají společného renovovaného sociálního zařízení a společné kuchyně. Součástí kempu je restaurace a disko-bar s jukeboxem, šipkami, kulečnickem a zábavnými automaty. Využít lze i hřiště na tenis, volejbal či nohejbal a dětské hřiště.

Chatová osada

V Hluboké nad Vltavou jsou provozovány dvě chatové osady. Jedná se o malá zařízení se sezónním provozem vhodná pro jakýkoli segment.

Sportcentrum Dvořák leží v Podskalí v sousedství hotelu Tennis Center. Zařízení nabízí ubytování ve dvanácti bungalovech s celkovou kapacitou 48 lůžek. Bungalovy jsou označeny třemi hvězdami, ale bez certifikace. V těsné blízkosti se nachází Kuki aréna s řadou možností sportovního využití, např. volejbalové a tenisové kurty. Součástí chatové osady je restaurace Kuki, salonek a v letních měsících terasa.

Yacht club Bezdrev leží na břehu rybníka Bezdrev v klidné lokalitě stranou od ostatních ubytovacích zařízení u Bezdreva. V nabídce je ubytování ve třech druzích – čtyřlůžkové pokoje s vlastní terasou, třílůžkové chaty, ubytovna s osmilůžkovými pokoji. Součástí je yacht club a restaurace.

Turistická ubytovna

Kategorii turistických ubytoven prezentují tři ubytovací zařízení. **Ubytovna Baseball and Softbal klubu**, která nabízí tři šestilůžkové, deseti a sedmilůžkový pokoj, její součástí je i restaurace. **Ubytovna Sporthotelu Barborka** s celkovou kapacitou 31 lůžek. Jako ubytovna slouží v létě i **Internát SOŠE Hluboká n.Vlt.**

Ve městě je velká škála **ubytovatelů v soukromí** pronajímajících několik místností svého domu, chatu či chalupu turistům, proto je seznam s adresami jednotlivých ubytovatelů uveden pouze v Příloze 6.

V teoretické části práce byla **stravovací zařízení** vymezena jako zařízení, ve kterých je veřejnosti poskytováno stravování a součást infrastruktury cestovního ruchu. Také byla rozdělena na zařízení jako součást ubytovacího zařízení a samostatné, z tohoto rozdělení bude vycházet i tato část. Další rozdělení bude provedeno dle již zmíněného „Doporučení upravujícího základní ukazatele pro kategorizaci hostinských a ubytovacích zařízení.“

Ve městě se nachází množství ubytovacích zařízení, které mají jako svou součást i několik stravovacích zařízení. Nejpočetnější část zaujímají **hotelové restaurace**, které tvoří až jednu třetinu z více jak čtyřiceti hlubockých restaurací.

Restaurace Park, jak již vyplývá z názvu, je součástí Parkhotelu. Restaurace je výhradně nekuřácká, nabízí jak tradiční českou kuchyni, tak euroasijskou kuchyni. V letních měsících se k restauraci otevírá i letní terasa. Celková kapacita restaurace je 140 míst, z čehož 40 míst je kapacita letní terasy.

Lovecká chata je stejně jako restaurace Park součástí hotelu Parkhotel. Restaurace zařízená ve stylu myslivosti nabízí jak tradiční českou kuchyni, tak rybí a zvěřinové speciality. Dominantu tvoří otevřený krb a překrásný výhled. Součástí restaurace je salonek, který se nachází v prvním patře a je vybaven vlastním zařízením. Celková kapacita restaurace je 65 míst, salonek disponuje 40 místy. Obě restaurace hotelu Parkhotel nabízejí speciální jídelní lístek s dětskými pokrmy a nápojový lístek se širokou škálou nabídky nápojů. V restauracích hotelu Parkhotel je možná platba prostřednictvím několika druhů platebních karet.

Restaurace Podhrad je součástí stejnojmenného hotelu. Nabízí své gastronomické služby v elegantně vybaveném a klimatizovaném prostředí. V letních měsících je v provozu i terasa v atriu před hotelem. Celková kapacita restauračních zařízení hotelu je cca 150 míst. Součástí restaurace je klimatizovaný sál sloužící pro konání konferencí, společenských akcí, jednání aj.

Návštěvníci restaurace mohou využít možnosti platby platební kartou.

Restaurace hotelu Záviš je nekuřáckou restaurací, kterou je možné využít jako konferenční sál. V letních měsících je zprovozněna i terasa o kapacitě 30 míst. Celková kapacita restaurace je 80 míst. Menu obsahuje nejrůznější druhy pokrmů a část upravenou pro děti.

Restaurace „Na Růžku“ stejně jako restaurace předcházející je součástí hotelu Záviš. Prostory této restaurace jsou však kuřácké. Součástí restaurace je krytá terasa, celkovou kapacitu tedy tvoří 120 míst. Menu je obdobné jako v předcházející restauraci.

Restaurace Pánů z Růže a **Italská restaurace** jsou součástí hotelu Štekl, budou blíže popsány v samostatné části věnované pouze charakteristice hotelu.

Restaurace Tennis center Hluboká se nachází v Podskalí a je součástí hotelu Tennis center. Restaurace je složena z několika salonků, zasedací místnosti a venkovní terasy. Celková kapacita restaurace je 40 míst oddělených pro kuřáky a nekuřáky.

Restaurace hotelu Bakalář se nachází v přízemí stejnojmenného hotelu. Restauraci tvoří 45 míst oddělených na prostor pro kuřáky a nekuřáky pouze opticky. Nabídkový lístek tvoří různé druhy pokrmů a nápojů. Restaurace je přizpůsobena jak cenově, tak nabídkově místním obyvatelům, kteří ji často navštěvují. Také jsou zde pravidelně pořádané akce pro místní.

Restaurace KA.PR je součástí penzionu KA.PR. Kapacita restaurace je 45 míst, v letních měsících je tato kapacita navýšena o dalších 40 míst vytvořených letní terasou. Již z názvu je patrná nabídka převážně rybích pokrmů doplněných o steaky z různých druhů mas a vegetariánská jídla. Nápojový lístek tvoří nabídka teplých a studených nápojů různých druhů.

V restauraci je stejně jako v penzionu možná platba platebními kartami.

Restaurace L-Club se skládá ze zahradní restaurace a restaurace v přízemí penzionu. Zahradní restaurace je otevřena pouze v letních měsících, nabízí možnost tradičních akcí s rožněním a kapacitu 65 míst. Vnitřní restaurace je dále rozdělena na restauraci a lidovou formanku, její celková kapacita je 55 míst. Prostory pro kuřáky a nekuřáky jsou odděleny pouze opticky, v restauraci je možná úhrada prostřednictvím platebních karet.

Restaurace Křivonoska se nachází v areálu stejnojmenného kempu. Jedná se pouze o sezónní zařízení, tzn. funguje jen po dobu provozu kempu. Restaurace a přilehlá terasa tvoří kapacitu cca 120 míst.

Restaurace Hoch se nachází v autocampu Hoch, je rozdělena na 50 kuřáckých a 50 nekuřáckých míst. Restaurace je v provozu pouze v sezónním období. Jako doplňující část restaurace slouží občerstvení, kde jsou „přes pult“ prodávány nápoje a balené potraviny.

Camping – restaurant Bezdrev nazývaný také jako „Rybářská restaurace“ je stylově vybaven. Restaurace je sezónním zařízením, je složena z několika teras a samoobslužné

restaurace. Celková kapacita dosahuje 200 míst. Vnitřní restaurace je pouze nekuřáckým zařízením. Jídelní lístek nabízí řadu specialit a tradičních českých pokrmů.

Restaurace KUKI je součástí Sportcentra Dvořák. Restaurace svým hostům nabízí v zimním období příjemné posezení u krbu a v létě v těsné blízkosti řeky. Své jméno získala podle „hokejové přezdívky“ jednoho z původních majitelů pana Miroslava Dvořáka. Restaurace je vyzdobena množstvím pohárů, ocenění a doplňků klubu Philadelphia flyers. Vedle restaurace hostům slouží oddělený salonek. Celková kapacita je 90 míst.

Restaurace Yacht club se nachází ve stejnojmenné chatové osadě. Restaurace je otevřena pouze v letní sezóně. Součástí je venkovní terasa s krbem. Nabídkový lístek je složen z řady pokrmů, nápojů a dětských menu.

Pohostinství

Dalším typem stravovacích zařízení je pohostinství. Pohostinstvím, které je součástí ubytovacího zařízení lze klasifikovat „**Hospůdku U Voraře**“ – součást penzionu Vltavan. Nachází se v obci Purkarec. V letních měsících slouží k posezení i terasa. Toto pohostinství slouží spíše k posezení místních obyvatel a rybářů od Hněvkovické přehrady.

Bufet jako součást ubytovacího zařízení je ve Sporthotelu Barborka. V tomto zařízení jsou podávány různé druhy nápojů a pokrmů, součástí je i hotelová jídelna, která slouží hostům ubytovaných v části „hotel“.

Do kategorie bar by se mohly řadit Lobby bary hotelů Podhrad, Parkhotel a hotelu Štekl.

Cafe Bar s hernou je součástí hotelu Záviš. Celková kapacita je 40 míst. Jedná se spíše a noční bar s reprodukovanou hudbou bez tanečního parketu.

Vinárna

Vinárnou, součástí ubytovacího zařízení, je vinárna **Šatlava** patřící k hotelu Závěš a vinárna, která je součástí penzionu **Vltavan**. Obě se nachází ve sklepních prostorách zařízení a jsou stylově zařízeny, jediným rozdílem je kapacita. Vinárna Šatlava pojme 60 hostů, téměř o polovinu více jak vinárna penzionu Vltavan.

V Hluboké nad Vltavou existuje řada **stravovacích zařízení**, která **nejsou součástí zařízení ubytovacího**. Stravovací zařízení jsou různých kategorií a s odlišnou dobou provozu. Nejčastěji se objevují restaurace s celoročním provozem, z nichž některé jsou specializované, také je možné navštívit řadu pohostinství, bufetů a barů.

Restaurace

Ve městě je na počet obyvatel velké množství samostatně stojících restaurací, některé z nich fungují pouze v letní sezóně. Každá z restaurací v období sezóny zřizuje terasu, předzahrádku, ale také občerstvení, které zajišťuje rychlé obslužení turistů procházejících k zámku.

Restaurant Švejk je součástí franchisingového řetězce Švejk, nachází se v centru Hluboké nad Vltavou v průčelí budovy Knížecího Dvora. Restaurace nabízí posezení ve stylově vybavené restauraci s 90 místy a na předzahrádce s 50 místy. Prostory restaurace pro kuřáky jsou oddělené od nekuřáckých. Akceptována je také platba prostřednictvím platebních karet.

Restaurace Hubert je restaurací v ryze loveckém stylu. Tomuto odpovídá interiér i nabídka jídelního a nabídkového lístku. Specialitou restaurace je úprava zvěřiny, nabízeny jsou i jiné oblíbené pokrmy. Restaurant nabízí v sezóně 95 míst k sezení, v mimosezónním období, kdy je uzavřena terasa, nabízí pouze 60 míst. Akceptována je platba platebními kartami. Restaurace je upravena na bezbariérový přístup, nemá však přímo oddělenou kuřáckou zónu.

Restaurace ZOO, Videoklub Rosa, Pod Pergolou, Solidní šance i Cafe restaurant Schneck a Zámecký restaurant nabízí svým hostům posezení v příjemném prostředí.

Kapacita restaurací je od 60 do 150 míst. V letních měsících je součástí restaurací terasa s výhledem na místní zámek nebo blízké okolí. Výjimku netvoří ani názvem matoucí restaurace Ionia a Pizza Zámostí, které mají jídelní lístek doplněný o různé druhy pizzy.

Pohostinství

Tato hlubocká stravovací zařízení nabízejí základní i doplňkové stravování, nejvíce však slouží k posezení místních obyvatel. Přímo v Hluboké se nachází pohostinství **U Podlešáků**, **U Dostálů**, v jednotlivých částech města pak provozují svou činnost **Krčma Munice**, **Bavorovická hospoda** a **Hospůdka na návsi – Kostelec**.

Ve městě je v letní sezóně jedno **občerstvení** na **Městském koupališti** a několik „stánků“ s občerstvením na trase od centrálního parkoviště k zámku.

Bufet

Celoročně fungují dva místní bufety, které jsou součástí masny a pekařství. Prvním je bufet **U Kozla**, ve kterém se stravují nejčastěji místní řemeslníci. Druhým je bufet **U Kahounů**, kde v pekařství byla vybudována část sloužící k posezení a odpočinku pro obyvatele Hluboké a její návštěvníky.

Kavárna

Stejně jako občerstvení i kavárny jsou spíše sezónními zařízeními. Zatímco **Cafe – cukrárna U kašny** je otevřena jen v letních měsících, **Cafe – Vin de café** svůj provoz přerušuje jen na část zimní sezóny. Obě kavárny leží na hlavní hlubocké třídě, podél Masarykovy ulice a své kapacity navyšují o letní terasu.

Bar

Jediným nočním barem a samostatným zařízením typu bar vůbec je v Hluboké nad Vltavou **Diskotéka D. D. C.**, která je v provozu po celý rok vždy v pátek a v sobotu večer.

4.1.8 Hotel Štekl

Výjimečný hotel nejen svou atmosférou a poskytovanými službami, ale především svou polohou a historií leží asi 100 metrů od zámku Hluboká. Hotel nabízí širokou škálu služeb nejen pro hotelové hosty, je i velmi oblíbeným místem k trávení dovolené. Toto dokazují počty příjezdů do hotelu, které bohužel v meziročním porovnání značně klesly. Pokles příjezdů mezi roky 2007 a 2008 je velký, více jak 1400 hostů. Největší úbytek byl zaznamenán u návštěvníků z asijských zemí. Příloha 7 ukazuje z důvodů grafického rozsahu pouze graf celkového vývoje návštěvnosti v jednotlivých letech a graf, kde je znázorněn meziroční úbytek hostů.

Stručná historie

Budova novogotického zámečku stojící při cestě k zámku s poněkud záhadným názvem (Stöckl česky znamená patrová budova) byla postavena na místě staršího objektu, zvaného taktéž Stöckl, s jehož demolicí se začalo roku 1861. V souvislosti se stavbou se musel upravit i zdejší nerovný terén, odstraňovat skála a přeložit cesta k zámku. Stavba nové budovy byla hotova během dvou let. Nutností však ještě bylo zbourat staré koňské stáje a na jejich místě postavit nové. Od roku 1864 mohl Štekl začít sloužit svému účelu, jako stáje, místnosti pro krmivo, psinec a v neposlední řadě jako obydlí schwarzenberských zaměstnanců.

Po konfiskaci začal objekt brzy chátrat, až dospěl do havarijního stavu. Výrazná změna přišla s rekonstrukcí, která byla dokončena v roce 1996. Ze zanedbávané rezidence se stal luxusní hotel s dlouhou a pestrou historií.

Autor: KOVÁŘ, Daniel, KOBLASA, Pavel. Město jménem Hluboká. Vydal Historicko-vlastivědný spolek v Českých Budějovicích, Jelmo 1997. 176 stran.

V dnešní době je hotel ve vlastnictví společnosti NAVATYP GROUP, a. s., která se mimo správy hotelového řetězce zabývá i stavební výrobou, developerskou činností, správou bytových a nebytových prostor a provozem realitních kanceláří.

Hotel Štekl je spolu se čtyřmi dalšími zařízeními součástí hotelového řetězce Hoteltyp spravovaného právě společností Navatyp. V jeho čele stojí ředitelka hotelu.

Služby recepce

Recepce hotelu je v provozu non-stop dvacet čtyři hodin denně. Chod recepce zajišťují čtyři recepční, z nichž jedna na postu vedoucí recepce. Recepční je zodpovědná za správné přidělení pokoje, založení hotelového účtu hosta, jeho správu a zúčtování s hosty. Důležité je také vydávání keycard (klíčový systém magnetických karet WIN-CARD) a jeho naprogramování podle přístupových potřeb hosta. Mezi další recepční služby patří směnárenská činnost, správa rezervačního systému, hotelová pokladna, telekomunikační a směnárenské služby, prodej denního tisku, map, upomínkových předmětů či drogistického zboží aj.

Ubytovací služby

Hotel disponuje celkem 44 pokoji, z nichž je 5 apartmánů, 13 královských pokojů a 26 zámeckých pokojů. Celkem hotel nabízí 88 lůžek a 15 přistýlek. Hotelové pokoje jsou zařízeny ve stejném stylu jako interiér přilehlého zámku. Ani jeden z pokojů není díky specifickému architektonickému řešení a osobité atmosféře stejný. Každý ze 44 pokojů je vybaven vlastní koupelnou s vanou nebo sprchou, toaletou, televizním přijímačem, satelitem, telefonem s přímou volbou, minibarem a trezorem tak, aby splňoval podmínky „first class“ hotelu, i když prozatím neprošel oficiální certifikací. Doplňkem každého pokoje je výzdoba replikami obrazů holandských mistrů. Ceny pokojů jsou různé, podle toho, o jaký typ se jedná.

Restaurační služby

Odbytové prostory hotelu jsou složeny z několika částí – Restaurace Pánů z Růže, Oranžerie, Anglický klub, Regentský sál, Rytířský salonek, Královský salonek, letní terasa. Jako hotelová restaurace, která je otevřena i pro neubytované, slouží Restaurace Pánů z Růže. Restaurace nabízí výběr z řady pokrmů české i mezinárodní kuchyně a mimo jiné i výběr ze široké nabídky vín z českých i zahraničních vinařských oblastí. Díky své velikosti (cca 105m²) je vhodná k pořádání mnoha různých druhů akcí. V restauraci je také možná instalace menšího přenosného tanečního parketu nebo video-projektoru.

Oranžerie, Regentský sál a letní terasa jsou také vhodné pro pořádání větších akcí jako např. svatební hostiny (banket), rauty, firemní akce, školení či konference. V těchto zařízeních je taktéž možná instalace přenosného tanečního parketu a kompletní catering. V letních měsících slouží hotelová terasa velmi často k pořádání barbecue a „grilování“. Rytířský a královský salonek s kapacitou 12 a 14 míst jsou vhodné spíše pro menší uzavřenou společnost. Útulný a velmi elegantní Anglický klub je velmi vhodným místem pro posezení u sklenky dobrého koňaku, slouží většinou jako místo, kde je podáván welcome drink.

Všechny z výše uvedených odbytových prostor mohou být uspořádány ke konání nejrůznějších kongresů, seminářů, incentivních akcí či školení (viz Příloha 8).

Služby wellness centra

Rekonstruované wellness centrum hotelu se nachází v jeho přízemních prostorech a slouží nejen pro hotelové hosty. Návštěvník centra může využít bazénu s teplotou vody 28 °C, protiproudem a podvodními masážemi, vířivé vany, finské sauny, solária, posilovny či regeneračních a thajských masáží. Wellness centrum je otevřeno s výjimkou pondělí celý týden, otevírací doba se liší v pracovní dny (16:00 – 22:30), pátek a neděli (od 14hod), v sobotu (již od 11hod). Hoteloví hosté mají zdarma vstup do bazénu, sauny a vířivé vany.

Parkování

Hotel nabízí možnost parkování v podzemních garážích s kapacitou 22 parkovacích míst. Další možností je parkování na venkovním parkovišti na cca 10 stáních.

Ostatní služby

Hotel Štekl vytváří řadu výhodných balíčků jak pro individuální klienty, tak pro firmy. Zajímavou nabídku tvoří balíčky golfové. Seznam všech balíčků je uveden v Příloze 9.

4.2 Primární údaje

4.2.1 Vlastní šetření

Nedílnou součástí mé bakalářské práce je část primárních údajů. Podkladem k vypracování této části byl řízený rozhovor s ředitelkou hotelu Štekl paní Renatou

Suchomelovou a starostou města Hluboká nad Vltavou Ing. Tomášem Jirsou. Cílem rozhovoru s Ing. Jirsou bylo získat představu o postojích města k rozvoji CR a především získat relativně spolehlivé informace o nových projektech města souvisejících s CR. Tento rozhovor také poskytl objektivní informace o spolupráci města s podnikateli v CR a o jejich chování a postojích k této spolupráci. Rozhovor s pí Renatou Suchomelovou, ředitelkou hotelu Štekl podal kompletní informace o všech částech provozu hotelu Štekl. Přinesl důležité a potřebné údaje nezbytné k dalšímu hodnocení vývoje CR v Hluboké nad Vltavou.

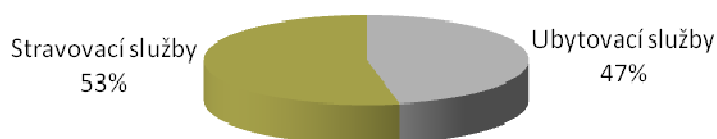
Pro získání významných primárních údajů v dané lokalitě bylo využito i jedné ze základních metod při sběru dat, metody pozorování. V období od srpna 2008 do března 2009 byly sledovány provozovny stravovacích a ubytovacích služeb v Hluboké nad Vltavou. Předmětem zájmu byla nabídka služeb jednotlivých zařízení, kvalita a úroveň obsluhujícího personálu, cenové relace za služby a návštěvnost. Veškeré jevy byly sledovány z pozice hosta a zákazníka, do pozorovaných skutečností a dějů nebylo nijak zasahováno.

Dále bylo k vypracování provedeno dotazníkové šetření. Dotazování probíhalo vyplněním připraveného dotazníku (viz Příloha 10) přímo ve stravovacích a ubytovacích zařízeních ve městě Hluboká nad Vltavou v měsíci lednu 2009. Dotazník obsahoval 20 otázek, jeho cílem bylo zanalyzovat stravovací a ubytovací zařízení v dané oblasti. Dotazník byl vypracován tak, aby nebyl příliš rozsáhlý, nevyžadoval tak k vyplnění mnoho času a úsilí. V závěru dotazníku není opomenuto ani poděkování respondentům za spolupráci. Doba pokládání otázek dotazovaným byla vybrána záměrně. Dotazování a kontakt s respondenty proběhl v měsíci lednu 2009 a tak nenarušil rušný sezónní chod v zařízeních. Pro včasné odhalení nedostatků v dotazníku bylo provedeno předběžné testování dotazníku. Tento předvýzkum byl uskutečněn na malém vzorku respondentů (3 zařízení). Ve městě Hluboká nad Vltavou je provozováno více jak 70 stravovacích a ubytovacích zařízení. Získat dostatečný počet vyplněných dotazníků nebylo vůbec jednoduché. Celkem bylo nakonec získáno zpět od respondentů 52 dotazníků, pro další výzkum bylo použito jen 46 správně vyplněných. Přístup

provozovatelů větších zařízení a sezónních provozoven lze hodnotit jako bezproblémový, otevřený a bezprostřední. Majitelé menších penzionů a restaurací spolupráci však často odmítali s výmluvou na svůj čas, někteří pak z obav o poskytnutí příliš důvěrných informací. Dá se říci, že právě jejich výmluvy poskytly také dostatečné informace o neochotě, neprofesionálním přístupu a relativně malé spolehlivosti.

Marketingovým výzkumem byly v této práci shromážděny důležité údaje potřebné k dalšímu zpracování. Odpovědi respondentů v dotaznících podaly významné a přesné informace o stavu ve stravovacích a ubytovacích zařízeních ve městě Hluboká nad Vltavou. Zjištěná data v této práci jsou využitelná pro lepší orientaci ve zkoumaném regionu, vypovídají o stavu služeb i o možnostech a nových příležitostech na obrovském rozkvétajícím poli CR ve městě Hluboká nad Vltavou.

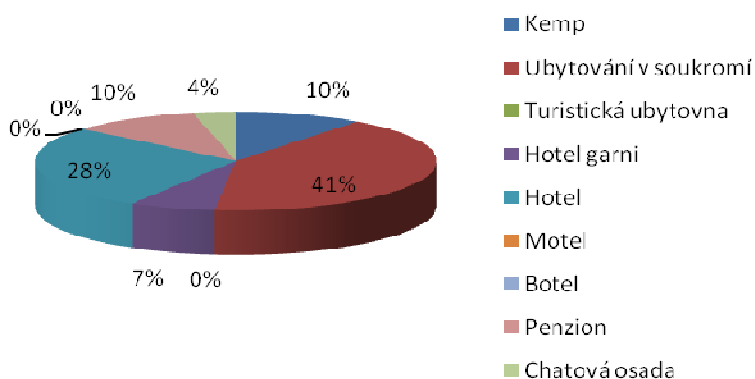
Otázka 1: Graf 4: Jaký je hlavní předmět Vašeho podnikání?



Zdroj: Vlastní šetření

Na otázku první odpovídali subjekty často oběma variantami, protože ubytovací a stravovací zařízení se doplňují. Z výsledků vyplývá, že počet poskytovatelů stravovacích služeb mírně převyšuje počet poskytovatelů služeb ubytovacích, tzn. ve zkoumané oblasti jsou více zastoupeny podniky poskytující stravovací služby.

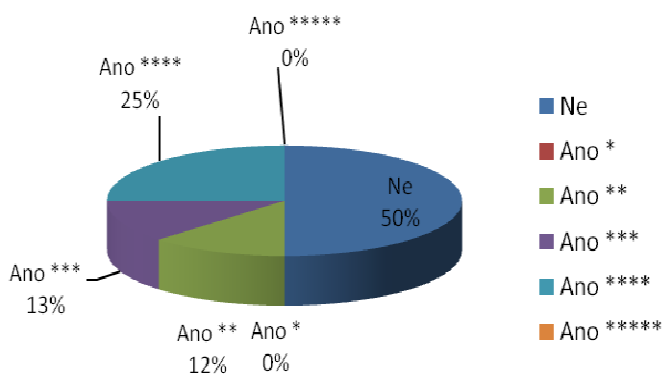
Otázka 2: Graf 5: Jaký typ ubytování nabízíte?



Zdroj: Vlastní šetření

Ubytovací zařízení nejvíce reprezentuje ubytování v soukromí (41 %), následované hotely (28 %). V menší míře region nabízí ubytování v penzionech, kempech a hotelech garni. Výzkum odhalil absenci turistických ubytoven, motelů a botelů, což je pochopitelné vzhledem k poloze zkoumané destinace.

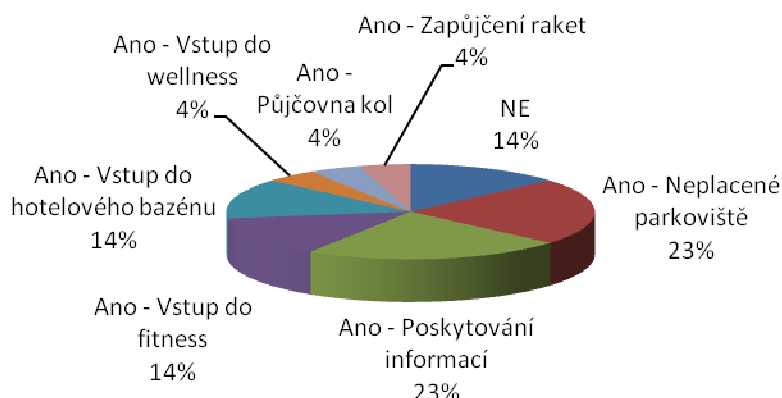
Otázka 3: Graf 6: Je Vaše zařízení klasifikováno dle Oficiální jednotné klasifikace, popřípadě v jaké třídě?



Zdroj: Vlastní šetření

Na třetí otázku odpovídali pouze poskytovatelé ubytovacích služeb v hotelech. Většina z hotelových zařízení dle platného systému klasifikována není. Z klasifikovaných zařízení se ve zkoumaném regionu nejvíce vyskytují čtyřhvězdičkové hotely (25 %), počet dvouhvězdičkových a tříhvězdičkových hotelů je ve stejné míře (13 %).

Otázka 4: Graf 7: Rozlišujete Vámi poskytované služby na placené a neplacené, pokud ano uveďte jaké?



Zdroj: Vlastní šetření

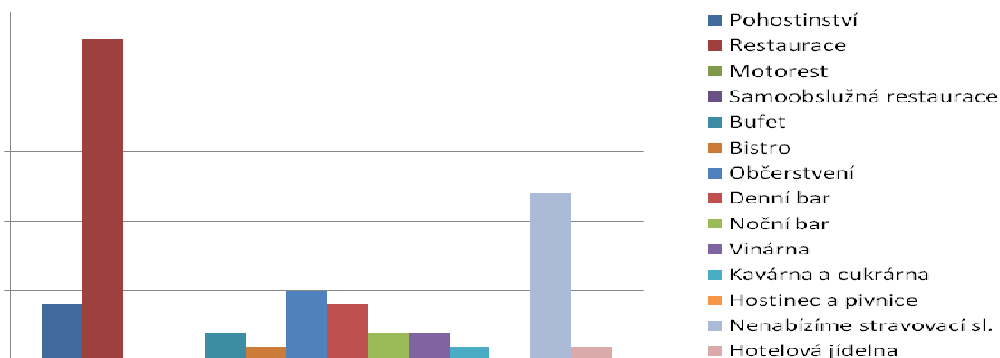
Otázka č. 4 byla položena pouze hotelovým zařízením. Na placené a neplacené nerozlišuje své služby pouze několik dotázaných subjektů. Nejčastější neplacenou poskytovanou službou jsou parkoviště (23 %), poskytování informací a rezervací (23 %). Některé z hotelů poskytují volný vstup do hotelových zařízení typu wellness a fitness.

Otázka 5: Jaká je kapacita ubytovacího zařízení?

(viz Příloha 11)

Z odpovědí vyplývá, že počet pokojů ubytovacích zařízení ve zkoumané oblasti je 490 a celkový počet lůžek je 1416. Největší ubytovací kapacitu jak počtem pokojů, tak počtem lůžek nabízejí hotely (55 %). Hned za hotely se řadí s počtem pokojů kempy (25 %). Menší podíl již zaujímá ubytování v soukromí a penziony (po 7 %). Hotel garni (4 %) a chatová osada (2 %) nabízejí nejnižší počet lůžek z dotazovaných zařízení.

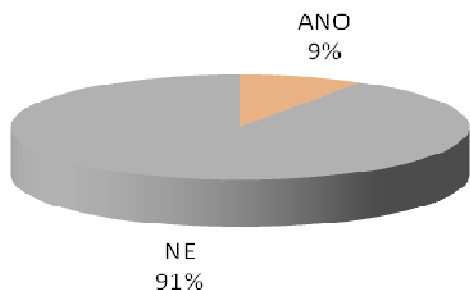
Otázka 6: Graf 10: Jakou formu stravování nabízíte?



Zdroj: Vlastní šetření

Velký počet zařízení ve městě nenabízí stravovací služby (20 %). Největší zastoupení mají ve zkoumaném regionu restaurace (39 %). V Hluboké není motorest, samoobslužná restaurace, hostinec a pivnice. Ostatní formy stravování jsou zastoupeny v přibližně stejném poměru.

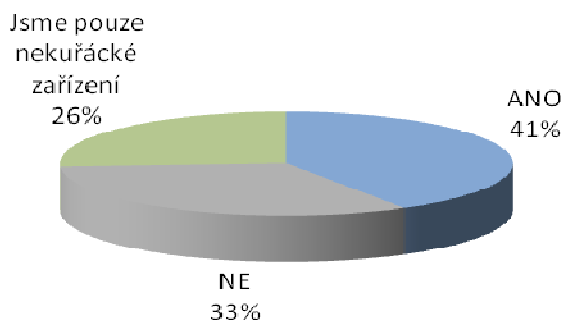
Otázka 7: Graf 11: Jsou součástí Vaší nabídky nápoje či pokrmy připravované z bioproduktů?



Zdroj: Vlastní šetření

Na otázku 7 odpovídaly pouze subjekty poskytující stravovací služby. BIOprodukty jsou mezi místními poskytovateli služeb používány jen velmi zřídka (9 %).

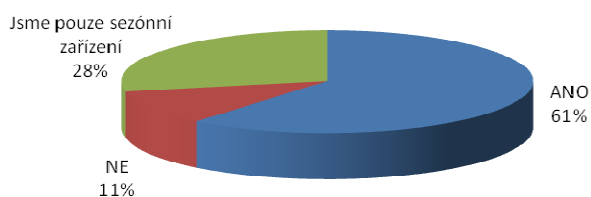
Otázka 8: Graf 12: Oddělujete prostory pro kuřáky a nekuřáky?



Zdroj: Vlastní šetření

Na kuřácké a nekuřácké odděluje prostory 41 % provozoven. Jedna třetina je výhradně nekuřáckými zařízeními, zbylá zařízení (33 %) prostory pro nekuřáky a kuřáky neodděluje vůbec.

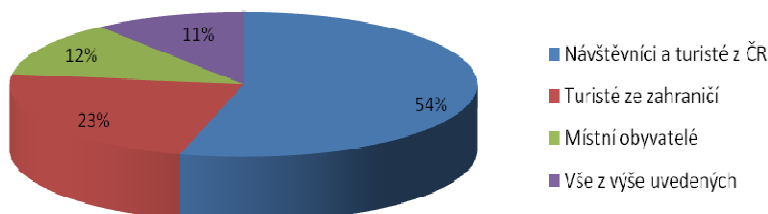
Otázka 9: Graf 13: Je provoz zařízení ovlivněn sezónností?



Zdroj: Vlastní šetření

Většina všech zařízení ve zkoumané oblasti je ovlivněna sezónností. Téměř jedna třetina oslovených zařízení funguje výhradně jako sezónní. Jen část (11 %) dotazovaných odpověděla, že sezónností ovlivněny nejsou.

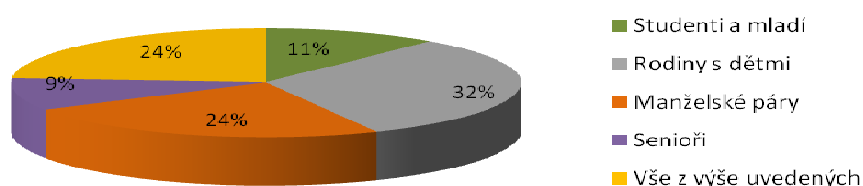
Otázka 10: Graf 14: Jaký geografický segment zákazníků tvoří největší část Vaší klientely?



Zdroj: Vlastní šetření

Segmentem návštěvníků nejpočetněji zastoupeným jsou turisté z České republiky (54 %). Dále je město, respektive stravovací a ubytovací zařízení v něm, navštěvováno turisty ze zahraničí. Místní obyvatelé navštěvují dotazovaná zařízení nejméně. Značná část dotázaných nebyla schopna rozhodnout a uvedla do odpovědi „Jiné“ všechny uvedené možnosti.

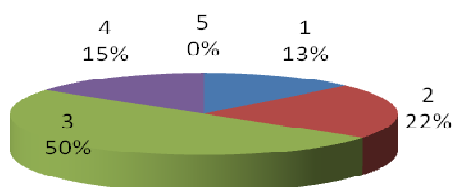
Otázka 11: Graf 15: Který segment navštěvuje Vaše zařízení nejvíce?



Zdroj: Vlastní šetření

Největší návštěvnost byla zaznamenána u rodin s dětmi (32 %). Stejně početní zastoupení (24 %) obsadily ve výsledcích šetření možnosti „manželské páry“ a „vše z výše uvedených“. U „studentů a mladých lidí“ a „seniorů“ vychází téměř stejné početní zastoupení - zbývajících 11 % a 9 %.

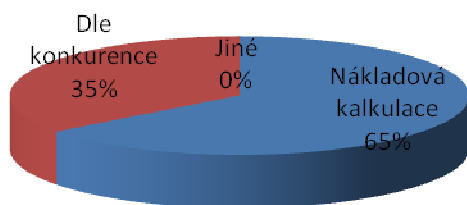
Otázka 12: Graf 16: Jak ohrožující je pro Vás existence konkurence?



Zdroj: vlastní šetření

Polovina z oslovených se cítí být existencí konkurence středně ohrožena. Nižší ohrožení konkurencí pociťuje 22 % z dotázaných. Téměř nulové ohrožení existencí konkurence vnímá stejně početná část respondentů jako ta, jež pociťuje silné ohrožení. Velmi ohrožen se necítí nikdo z dotázaných.

Otázka 13: Graf 17: Jakým způsobem stanovujete cenu?



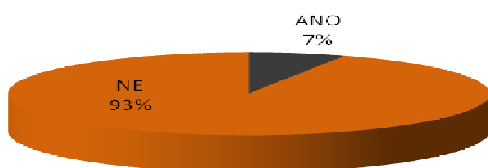
Zdroj: Vlastní šetření

Velká část dotazovaných odpověděla na tuto otázku vyznačením obou možností, tedy ceny stanoví dle nákladové kalkulace s přihlédnutím k cenám konkurence. Nejvíce je ke stanovení ceny používána v zařízeních nákladová kalkulace (65 %). Ceny dle konkurence stanovuje jedna třetina dotázaných.

Otázka 14: Jak byste ohodnotili cenovou úroveň Vašich služeb ve srovnání s konkurencí? (viz Příloha 11)

Cenovou úroveň vlastních služeb ve srovnání s konkurencí hodnotily subjekty podle jednotkové hodnotící škály, nízká cena až cena nejvyšší. Většina dotázaných umístila své ceny na střední úroveň (41 %). Na další méně obsazené pozici jsou provozy uvádějící ceny spíše nižší. 14 % dotázaných považuje své ceny za spíše vyšší, čtyři procenta pak za vysoké. Nízké ceny oproti konkurenci uvádí pouhá desetina dotázaných.

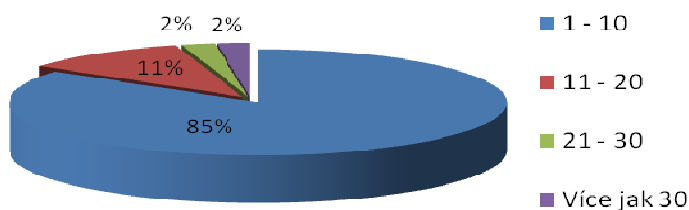
Otázka 15: Graf 19: Je dané zařízení součástí nějakého řetězce?



Zdroj: Vlastní šetření

Jen pouhá tři zařízení ve zkoumaném regionu jsou součástí řetězce - restaurace Švejk, dále společnost Interbohemia, která pronajímá chaty a chalupy v Hluboké nad Vltavou a hotel Štekl patřící do sítě hotelů Hotelyp. Všechna ostatní dotazovaná zařízení (93 %) jsou zařízením samostatným.

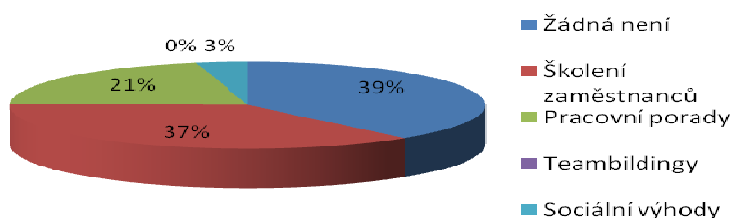
Otázka 16: Graf 20: Kolik zaměstnanců pracuje ve Vašem zařízení?



Zdroj: Vlastní šetření

Nejvíce zařízení zaměstnává 1 – 10 zaměstnanců (85 %). Méně podniků pak zaměstnává 11 – 20 zaměstnanců. Interval 21 – 30 a více jak 30 jsou vyrovnané, zastoupené jen několika málo podniky.

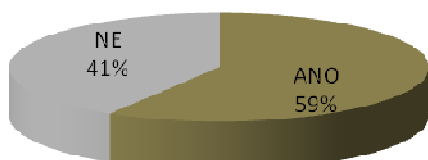
Otázka 17: Graf 21: V čem spočívá spolupráce s Vašimi zaměstnanci?



Zdroj: Vlastní šetření

Odpovědi respondentů ukázaly, že velká část zaměstnanců proškolená je (37 %). Taktéž ale z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že s velkou částí zaměstnanců se nijak nespolupracuje (39 %). Pracovní porady jsou pořádány jen u malého počtu oslovených zařízení. Teambuildingové akce nejsou pořádány ani jedním z podniků. Sociálních výhod mohou čerpat zaměstnanci jen u 4 % dotazovaných ve zkoumané oblasti.

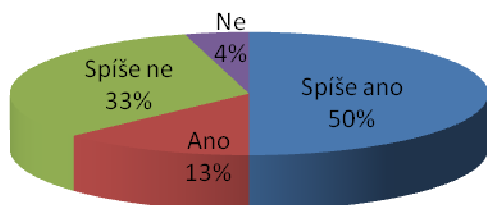
Otázka 18: Graf 22: Zaměstnáváte i členy své rodiny?



Zdroj: Vlastní šetření

Většina respondentů (59 %) zaměstnává i členy své rodiny. Ve zbylé části (41 %) ubytovacích a stravovacích zařízení pracují pouze zaměstnanci.

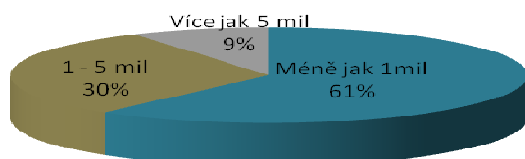
Otázka 19: Graf 23: Jste spokojen(a) se ziskovostí a obsazeností Vašeho zařízení?



Zdroj: Vlastní šetření

Graf ukazuje, že přesně polovina z dotázaných je „spíše spokojena“ se ziskovostí a obsazeností svého zařízení. Odpověď „Ano“ uvedlo pouze 13 % dotázaných. Jedna třetina z dotazovaných je „spíše nespokojena“, zbylá 4 % respondentů uvedla možnost „Ne“, tedy není spokojených vůbec.

Otázka 20: Graf 24: Vámi dosažené tržby za loňský rok byly přibližně?



Zdroj: Vlastní šetření

Na tuto otázku bylo možno odpovědět vyznačením jednoho z intervalů. Největší část dotazovaných (61 %) odpověděla vyznačením prvního intervalu (méně než 1 mil.). 30 % zařízení ve zkoumané oblasti přiznává v dotazníku tržby v intervalu jeden až pět milionů korun. Posledního intervalu (5 mil. a více) dosahuje velmi málo zařízení (9 %).

4.2.2 Řízené rozhovory

Sezónnost a vývoj CR v Hluboké nad Vltavou – Ing. Tomáš Jirsa, starosta města

Po detailním prostudování primární a sekundární nabídky služeb jsem navštívila starostu města Hluboká nad Vltavou Ing. Tomáše Jirsu a položila mu několik otázek týkajících se CR v Hluboké nad Vltavou.

První otázka: Vývoj CR ve městě. Pro správné pochopení mi bylo v mapě vyznačeno původní parkoviště, odkud lidé dříve chodili obdivovat místní zámek. Parkoviště bylo postaveno v Hamrech na levém břehu řeky Vltavy, na místě dnešních stavebnin. K zámku se turisté dostávali z opačné strany než je tomu nyní, lesním parkem. To vše proto, aby turisté nerušili místní obyvatele. Takto umístěné parkoviště sice zajišťovalo klid místním, ale nikdy nemohlo zajistit přínos pro cestovní ruch a vývoj města, návštěvníci až do samého centra města většinou vůbec nedošli. Postupem času a se změnou režimu bylo vystavěno parkoviště nové přímo pod centrem města, napravo od hlavní silnice z Českých Budějovic na Týn nad Vltavou. Nové parkoviště doslova nutí turisty projít městem a navštívit nejen zámek, ale i jiná zařízení. Tak, jak začali lidé navštěvovat i vnitřní město, začali se okolo trasy k zámku situovat nejrůznější prodejny. A prodejci upomínkových předmětů, občerstvení i provozovatelé restaurací si „přicházejí na své“. Čím více turistů procházelo městem, tím se rozšiřovala nabídka i do okolních částí města. V dnešní době existuje řada podnikatelů, kteří nabízejí nejrůznější služby a lákají tak turisty projít celou částí města - obcí Hlubokou nad Vltavou.

Otázka druhá - zároveň palčivý bod pro město: Sezónnost. Podle grafu (viz Příloha 12) je zřejmé, že Hluboká je plně vytižena pouze v době od měsíce dubna do srpna či září, a od té doby je v městě absolutní klid a velmi malý pohyb turistů. Tento problém byl nutný nějakým způsobem řešit a do města přilákat turisty i v mimosezonním období. Příliv návštěvníků z krajského města a okolí v žádném případě nestačí. Řešením problému by mohly být dva „nové typy turistů“ – lázeňští hosté a studenti (viz Příloha 13).

Relaxační a rehabilitační centrum Hluboká nad Vltavou

Město Hluboká nad Vltavou vytvořilo projekt, který samo nemohlo realizovat pro jeho komerční povahu. Proto byla stavba „Relaxačního a rehabilitačního centra“ svěřena firmě Kardiocentrum Vysočina CZA, s. r. o. Náklady na výstavbu nového komplexu se vyšplhají až na astronomických 380 mil Kč. Výstavba je spolufinancována Evropským fondem pro regionální rozvoj dotací ve výši více jak 140 mil Kč.

Relaxační a rehabilitační centrum zajistí doléčení po kardiochorobách, plastickou chirurgii, rehabilitaci a ortopedii pro 150 osob s téměř tisíci procedurami denně.

Samozřejmě budou sauna a bazén, fitness, solná jeskyně, solárium, masáže, zábaly, kadeřnictví, pedikúra, manikúra a kosmetika.

Ubytovací část hlubockého centra bude mít kapacitu sedmdesát šest lůžek a měla by splňovat podmínky pěti-hvězdičkového hotelu (první ubytovací zařízení s pěti hvězdičkami v okrese České Budějovice). Stravovacích služeb centra budou moci využít i neubytovaní návštěvníci v restauraci s celkovou kapacitou 100míst. Centrum poskytne prostor pro taneční parket, pořádání seminářů i workshopů.

Přínosem této stavby by měl být příliv turistů a hostů v zimě, prodloužení jejich doby pobytu a také vytvoření nových pracovních míst (cca 25). Centrum by mělo být otevřeno v r. 2010.

Univerzita

Další možností pro zvýšení ruchu na Hluboké je výstavba univerzity pro 400 studentů. Studenti by ve městě pobývali od září do dubna, čímž by vysokou mírou pomohli k vyrovnání sezónních výkyvů.

Projekt univerzity je již hotov, vznikne rekonstrukcí bývalé schwarzenberské sýpky. Zatím však stavba nebyla zahájena, hledá se investor, který by pokryl asi 80 mil. náklady na stavbu.

Na otázku: Spolupráce s podnikateli a regulace jejich činnosti, přišla také jasná odpověď. Město s podnikateli spolupracuje a to velmi intenzivně. Na pravidelných schůzkách mají podnikatelé možnost vyslovit své potřeby, požadavky, či shledané nedostatky. Naopak město podnikatelům neukládá žádné podmínky, sám starosta Ing. Tomáš Jirsa věří, že trh je nejlepší regulátor a řeší i případné konflikty nebo vydává nezávazná doporučení. Město se snaží vypomoci, kde je potřeba. Příkladem může být úhrada pronájmů stánků při prezentaci podnikatelů na konaných veletrzích. Podmínkou je však hromadný příspěvek a vidina sdružování a spolupráce podnikatelů. Město se také snaží získávat co nejvíce grantů a příspěvků od EU. V rámci této činnosti bylo zřízeno oddělení, které pomáhalo získat pomoc z EU i jednotlivým podnikatelům.

Jedna z posledních otázek: Prezentace města. Prezentaci považuje Ing. Jirsa za velmi důležitou, proto je také součástí jeho každodenní činnosti. Hluboká nad Vltavou má jak oficiální, tak neoficiální webové stránky, vydává brožuru s názvem „Destinace Hluboká

nad Vltavou“, napomáhá při správě infocentra, propagaci na veletrzích, konferencích aj. Velkou odměnou a uznáním za tuto práci je po splnění mnoha podmínek (200 pokojů ve čtyřhvězdičkových hotelech, mezinárodní letiště, jednací sály, dostatek restaurací) zvolení právě Hluboké místem konání „Neformálního zasedání ministrů zahraničí (Gymnich)“. S ním do Hluboké na konci března 2009 přijíždí nejen 27 ministrů zahraničí, 8 ministrů západních zemí a několik ministrů zahraničí s jejich poradci a ochránci, ale především minimálně 250 zahraničních novinářů. Právě zahraniční novináři mohou městu udělat obrovskou reklamu, proto je velmi důležitá jejich spokojenost. V rámci zasedání tedy město připravilo pro novináře doprovodný program, jehož součástí je několik návštěv v okolí – „Návštěva Českého Krumlova“ - jeho prohlídka s průvodcem, „Návštěva Staré obory“ s malým pohoštěním ve staré lovecké chatě, „Prohlídka a ochutnávka v Lihovaru Poněšice“, „Festival Jeden Svět“. Město doporučilo podnikatelům prodloužení pracovní doby a zajištění doprovodného programu, zejména v restauracích.

Výše uvedená fakta svědčí o intenzivním rozvoji města. Tvrzení dokládají i investice od roku 1990 do roku 2008 ve výši 1, 2 miliardy do infrastruktury (1 mld. – soukromé investice, 200 mil. městské), které každým rokem rostou. Mimo již zmiňované výstavby „Relaxačního a rehabilitačního centra Hluboká nad Vltavou“ a univerzity se předpokládá další rozvoj sportovního centra, cyklostezek aj

Hotel Štekl – pí Suchomelová, ředitelka hotelu

Rozhovor s paní Renatou Suchomelovou, ředitelkou hotelu Štekl proběhl přímo v klidném prostředí Regentského sálu hotelu Štekl. Proč je podle slov ředitelky hotel bezkonkurenční? Je jiný. Je jeden z nejkrásnějších v jižních Čechách. Díky své poloze a vzhledu je zážitkovým hotelem. Jednotná klasifikace zatím není povinností, proto nebyl hotel Štekl ještě oficiálně klasifikován. 44 hotelových pokojů obsáhne tři kategorie, zámecký pokoj je kategorií nejjednodušší. Kuřácké prostory od nekuřáckých rozdělují v hotelu jednotlivé restaurace. Restaurace Pánů z Růže je ryze nekuřácká, ale v Anglickém klubu je kouření povoleno. Oranžerie se přizpůsobuje potřebám a požadavkům hostů.

Také zde v hotelu Štekl zasahuje do provozu zařízení velmi intenzivně sezónnost. Celé roční období je rozděleno na hlavní sezónu a mimosezonu. Oproti zkušenostem píředitelky z praxe v hotelu v ČB jsou sezónní výkyvy v Hluboké nad Vltavou hodně vysoké. Téměř 80 % návštěvníků hotelu přijíždí v hlavní sezóně, z velké části jsou to zahraniční hosté. V mimosezóně pak tvoří klientelu spíše česky hovořící návštěvníci, které přilákaly hotelové balíčky. Ty byly sestaveny právě pro zmírnění sezónních výkyvů. Tyto hotelové balíčky jsou rozdělené do třech skupin – romantické a relaxační balíčky, golfové balíčky (hotel spolupracuje s Golf clubem Hluboká), firemní balíčky. Největší návštěvnost hotel zaznamenává u lidí středního věku.

Velmi pozitivně hodnotí píředitelka výstavbu „Relaxačního a rehabilitačního centra“ v Hluboké. Mohlo by se stát obrovským přínosem v boji se sezónností, lidé se budou léčit v tomto centru, ale budou vyhledávat i jiné možnosti stravování, ubytování i odpočinku.

K otázce cen se vyjádřila paní Renata Suchomelová takto: „Je nastavena na tu nejsprávnější úroveň a měla by tak zůstat i do budoucna. Neměla by se zvyšovat“.

Velký důraz se klade v hotelu na výběr zaměstnanců. Důležitý je při výběru post daného pracovníka. U číšníků se předpokládá znalost německého a anglického jazyka nejméně hovorově. Pro post F&B Managera je nutná praxe ve čtyřhvězdičkovém hotelu (5 let), německý jazyk nebo anglický jazyk slovem i písmem, příjemné vystupování a loajalita. Ostatní se prý lze naučit. Paní Suchomelová shledává loajalitu a jazykovou vybavenost jako nejdůležitější předpoklad, až po té vše ostatní. Zaměstnanci hotelu se účastní pravidelných porad a školení.

V současné době je hotel Štekl hojně obsazován. Paní ředitelka požaduje ale stále více. Vedení hotelu proto neustále pracuje na inovacích a zlepšeníh. S obsazeností hotelu souvisí i ziskovost (s tou je vedení hotelu téměř spokojeno).

4.3 Syntéza údajů

Odpovědi, které vyplynuly z dotazníkového šetření, se v mnoha případech shodují s obecně známými teoretickými východisky.

Zřejmá vazba stravovacích a ubytovacích zařízení podporuje tvrzení, že ve zkoumaném regionu převažuje nabídka poskytovatelů stravovacích služeb. Vysokou mírou se na této převaze podílejí sezónní zařízení a malá stravovací zařízení typu občerstvení.

Stejně tak jako výsledky terénního šetření potvrzují i sekundární údaje, že v destinaci Hluboká nad Vltavou je zastoupeno velké množství jednotlivých kategorií ubytovacích zařízení. Nejpočetnější část tvoří nabídka ubytovatelů v soukromí pronajímajících jednu až dvě místnosti svého domu, chatu nebo chalupu k přenocování návštěvníkům města.

Z vyhodnocení dotazníkového šetření dále vyplynulo, že polovina ubytovacích zařízení typu hotel je certifikována, výsledky ale popírá seznam certifikovaných zařízení uveřejněný na www.hotelstars.cz. Certifikovaný kvalitativní standard služeb dle daného systému může ve zkoumaném regionu deklarovat pouze jeden jediný hotel – Parkhotel.

Pět z osmi hotelů v destinaci rozlišuje své poskytované služby na placené a neplacené. Nejfrekventovanějšími neplacenými službami je možnost parkování osobních automobilů v prostorách hotelových parkovišť a poskytování jakýchkoliv informací a rezervací.

Kapacita všech ubytovacích zařízení je 1416 lůžek ve 490 pokojích. Dominující část kapacity ubytovacích zařízení dle výsledků z dotazníků náleží hotelům (266 pokojů, 611 lůžek). Vyjdeme-li ze sekundárních údajů, největší ubytovací kapacitu nabízejí kempy (více jak 614 lůžek bez započtení stanové plochy).

Zkoumaný region nabízí svým obyvatelům i návštěvníkům pestrou nabídku stravování v různých typech stravovacích zařízení. Sekundární i primární údaje potvrzují největší zastoupení restaurací. Největší část stravovacích zařízení odděluje prostory pro kuřáky nebo je výhradně nekuřáckým zařízením. Pouze tři ze zařízení nabízejí BIOprodukty. Ubytovací a stravovací zařízení s výjimkou hotelu Štekl, restaurace Švejk a chaty společnosti Inter Bohemia nejsou součástí řetězce.

Všeobecně známým jevem a problémem v celých jižních Čechách je sezónnost. Výjimkou není ani město Hluboká nad Vltavou. Uváděnou skutečnost potvrzují výsledky dotazníkového šetření – více jak 60 % dotazovaných zařízení je ovlivněno sezónností a 30 % je pouze sezónními zařízeními.

Nejvyšší návštěvnost u oslovených zařízení byla zaznamenána u návštěvníků a turistů z České republiky a rodin s dětmi. Stejně závěry udává i Strategie rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji.

I přes velké množství ubytovacích a stravovacích zařízení z výsledků šetření vyplynulo, že nejvíce zařízení považuje hrozbu existence konkurence pouze jako středně důležitou. A také svou cenu stanovuje většina zařízení dle nákladové kalkulace, nikoli dle konkurence. Pokud ale dotazovaní srovnali svou cenu s konkurencí, nejvíce shledávali její úroveň jako střední.

V ubytovacích a stravovacích zařízeních ve zkoumaném regionu pracuje většinou 1 – 10 zaměstnanců. Velká část zařízení v destinaci je rodinného typu, toto potvrzují i výsledky šetření – v 59 % zařízení jsou zaměstnáni i členové rodiny. Jako viditelnou chybu lze spatřovat absenci spolupráce se zaměstnanci.

Z poslední části dotazníku zaměřené na obsazenost a ziskovost zařízení vyplynulo, že většina zařízení, respektive jejich majitelů či ředitelů je spíše spokojena s obsazeností a ziskovostí. Potvrzením tohoto tvrzení je také řízený rozhovor s ředitelkou hotelu Štekl pí Suchomelovou, která uvádí, že je spíše spokojená, ale vždy je možnost obsazenost a ziskovost vylepšovat.

Nejčastěji dosahované roční tržby jsou do jednoho milionu korun. Tuto skutečnost velmi ovlivňuje převažující počet malých či sezónních zařízení.

5 Návrhy a opatření

Jak je výše uvedeno, město Hluboká nad Vltavou je rychle se rozvíjející město s velkým množstvím turistických zajímavostí a neustále se profilující infrastrukturou. Protože je cestovní ruch pro město velmi významným ekonomickým faktorem, je nutné jej nadále podporovat a rozvíjet.

Zřízení samostatné organizace cestovního ruchu

Ve zkoumané destinaci zatím nebyla zřízena samostatná organizace, která by zajišťovala a koordinovala chod a rozvoj cestovního ruchu. Doposud tuto činnost spravuje městský úřad. Řešením situace by dle mého názoru mohlo být založení organizace velmi podobné destinačnímu managementu. Pro novou organizaci by jako zdroj a zářný příklad mohl posloužit destinační management Českého Krumlova, který se obecně považuje jako vzor pro ostatní města a je velmi uznávaný. Chod organizace by mohl být spravován 1 – 2 zaměstnanci vzdělanými v oboru a s příslušnou praxí. Město by mohlo uvolnit své nebytové prostory nebo volné prostory budovy městského úřadu pro činnost této nově založené organizace. Správa a chod nové organizace s sebou přináší řadu nákladů. Mezi nejvýznamnější náklady patří energie, mzdy zaměstnanců a neposledně nájem nebo správa objektu, ve kterém bude organizace sídlit. Dle mého názoru tyto vynaložené náklady při aktivní činnosti organizace mohou přispět k lepší komunikaci města a místních podnikatelů právě a především pro přístupnější komunikační zdroj. Velkým přínosem organizace by mohlo také být zpracovávání a uveřejňování výsledků statistických dat města Hluboká nad Vltavou.

Klasifikace dle jednotného systému

Dalším problémem, který odhalilo porovnání primárních a sekundárních zdrojů, je neznalost podmínek certifikace. Klasifikace dle jednotného systému není zatím povinná, ale deklarovaný standard služeb založený na certifikaci v každém případě vrhá lepší světlo nejen na poskytovatele služeb, ale i na celou oblast. Pro získání certifikace musí každé ubytovací zařízení po podání žádosti a zaplacení poplatku 3000,-- Kč

(nebo 1500,- Kč) projít následným auditem nezávislých auditorů z řad vyškolených odborníků v oboru. Lze konstatovat, že minimální náklad přinese certifikovanému ubytovacímu zařízení maximální užitek. Každé certifikované zařízení jednoznačně se hlásící ke značce kvality a solidnosti může využívat možností takřka bezplatné a trvalé prezentace. Velkým „plus“ je spolupráce AHR ČR s agenturou CzechTourism a zajištění marketingové podpory certifikovaným zařízením. Za účelem další podpory zařízení byly zřízeny webové stránky v pěti jazykových mutacích (www.hotelstars.cz), kde jsou veškerá certifikovaná zařízení zveřejněna včetně odkazu na jejich domovské webové stránky. Další zajímavou výhodou je AHR ČR vytvořený a pravidelně aktualizovaný katalog, kde jsou uvedena veškerá certifikovaná zařízení. Katalog je vyvořen v několika jazykových mutacích a vydáván na všech zahraničních zastoupeních agentury CzechTourism a informačních centrech v České republice. Certifikace dle jednotného systému také zaručuje účast na všech veletrzích pořádaných agenturou CzechTourism v České republice i v zahraničí prostřednictvím propagačních materiálů a katalogů.

Platnost dosavadní klasifikace končí rokem 2009. Doporučovala bych tedy klasifikovat zařízení až v roce 2010. Myslím si, že většina zařízení by po úpravě případných drobných nedostatků mohla po podání žádosti klasifikací bez velkých obtíží projít a využívat tak veškerých výše zmiňovaných výhod.

Boj se sezónností

Neustále řešeným problémem je sezónnost, nejen ve městě Hluboká nad Vltavou, ale v celém Jihočeském kraji. Jak sezónnost „otupit“, zlepšit a zpestřit nabídku, je složitou a velmi často pokládanou otázkou. Jako krok správným směrem se zdá být výstavba „Relaxačního a rehabilitačního centra“, které by v budoucnu mohlo získat statut lázní. Jako jiné možnosti se nabízí pořádání trhů, slavností, výstav nebo zaměření činnosti některých zařízení na incentivní cestovní ruch. Zejména incentivní cestovní ruch by v budoucnu mohl znamenat velký přínos nejen pro určitá ubytovací zařízení, ale i pro celé město.

Navýšení počtu penzionů

Výsledky provedeného výzkumu také vykazují velký až nadměrný počet nabídky ubytování v soukromí a naopak malý počet penzionů. Protože některá nabízená ubytování v soukromí se za dobu svého provozu změnila, fungují podobně jako penzion, bylo by vhodné zvážit jejich úpravu a přeměnu na ubytovací zařízení typu penzion. Ubytovací zařízení kategorie penzion vyžaduje dle platného systému klasifikace minimálně 5 pokojů s omezeným rozsahem doplňkových a společenských služeb. Přeměna některých „ubytování v soukromí“ v „penzion“ nemusí být ani kapitálově náročná, ale znamenala by pro konkrétního provozovatele zkvalitnění poskytovaných služeb i možnost stát se součástí řetězce či certifikovaným zařízením. Toto doporučení možná narazí na nevoli samotných poskytovatelů ubytování v soukromí. Velká část provozovatelů využívá pronájem ubytovacích kapacit pouze jako přivýdělek ke stálému zaměstnání a nechtějí poskytování ubytovacích služeb věnovat svůj veškerý čas.

Spolupráce a komunikace se zaměstnanci

Výzkum dále odhalil velmi malou spolupráci vedení jednotlivých zařízení se svými zaměstnanci. Právě toto se může odrazit na chování, profesionalitě, zájmu, někdy i ochotě zaměstnanců. V určitých případech je podnětem ke stížnostem návštěvníků oblasti, kteří požadují kvalitu a znalost poskytovaných služeb. Všeobecně známým negativním jevem jsou také jazykové bariéry personálu. Výše nastíněné problémy navrhuji řešit lepší spoluprací a komunikací se zaměstnanci. Pracovníci jednotlivých zařízení by měli být větší mírou zasvěceni do podnikového dění, což by zvýšilo určitý zájem o spolupráci, ale i odkrytí většího množství informací. Důležitými prvky komunikace mezi zaměstnavateli a zaměstnanci je i vize budoucnosti zařízení, která u pracovníků vyvolává pocit vlastní důležitosti, jistoty, popřípadě možnosti kariérního postupu. Dalšími návrhy jsou různá školení (viz Příloha 14), vzdělávací a jazykové kurzy, ty však s sebou přinášejí vynaložení nutných, ale daňově odečitatelných nákladů.

Nový kemp u řeky

V budoucnu se uvažuje o splavnění řeky Vltavy z Českých Budějovic do Prahy. Dá se předpokládat tedy i větší počet vodáků na řece v této lokalitě. Vzniklá situace si vyžádá umístit a zprovoznit u řeky kemp. K tomuto účelu by se mohla využít plocha na pravém břehu řeky Vltavy v blízkosti jezu Hluboká. Kemp by měl obsahovat plochu pro stany, sociální zařízení, malé občerstvení, popřípadě parkovací plochu při příjezdové cestě. Kemp by byl pouze sezónním zařízením.

Návrh biorestaurace

Z dotazníků vyplynula naprostá absence nabídky bioproduktů ve sledované lokalitě. Absence takovéto nabídky v budoucím lázeňském městečku může být příležitostí a obrovskou konkurenční výhodou. Založení biozařízení považuji za skvělý podnikatelský záměr. V Hluboké se nachází jedinečný objekt právě pro tento záměr. Nová restaurace a obchod s biopotravinami by mohli vzniknout v prostorách Zámecké restaurace, která je v současné době uzavřena. Poloha tohoto objektu je ideální. Restaurace je nedaleko centra města, stojí při jediné hlavní příjezdové cestě do centra, jen několik kroků od hlavního parkoviště a zastávek autobusů. Jako ideální považuji polohu objektu hlavně proto, že se rozkládá přímo nad nově vyrůstajícím „Relaxačním a rehabilitačním centrem Hluboká nad Vltavou“. Název nové restaurace by měl, po dohodě s majitelem provozovny, kopírovat ten původní. Navrhuji „Zámecká BIOrestaurace“. Příjemná a nekuřácká restaurace spojená s bioobchodem by měla nabídnout klidné zastavení, odpočinek a zdravé stravování. Prostory právě této provozovny nabízí obrovské možnosti. V suterénu budovy je velká zařízená kuchyně, několik skladů a místnosti pro personál. Koho někdy zavedly kroky do Zámecké restaurace, dodnes vzpomíná na krásné, rozlehlé a stylově zařízené prostory bývalého schwarzenberského pivovaru. Součástí restaurace je prostorné zázemí pro obsluhující personál. Jsou zde další dva salonky a nádherná letní terasa. Pro vybudování bioobchodu navrhuji využít prostory současné recepce a „výčepu“. Prostorná místnost nalevo od hlavního vchodu budovy by se mohla využívat k různým akcím nebo „škole vaření“, zaměřených hlavně na prezentaci biopotravin. Restaurace by se měla snažit poskytnout kromě kvalitního chuťového zážitku také co nejzdravější potraviny, protože

o tom hlavně „BIO“ obecně je. Nejde to pokaždé u všech jídel a surovin, proto hlavní bionabídka (viz Příloha 15) bude doplněna o konvenční potraviny a nápoje. Další důvod konvenčních potravin a nápojů na jídelním a nápojovém lístku jsou náklady. Biosuroviny a biopotraviny jsou na trhu zatím obecně dražší. V nabídce restaurace by ceny bio i konvenčních jídel a nápojů byly vyrovnané. Navýšená cena u konvenčních potravin by dovolila snížit marži u biopotravin a ceny by tak byly přijatelné pro konzumenty, i s ohledem na konkurenci. Počet ekofarem a výrobců bio stále stoupá. Mnozí ale nejsou schopni vyhovující biopotraviny v daném množství pravidelně dodávat. Dá se říci všeobecně, že distribuční síť biopotravin má zatím stále co dohánět. Přestože jsou ekofarmy a výroby biopotravin pravidelně kontrolovány, zda dodržují přísná pravidla ekologického zemědělství, je zatím nutná kontrola a dobrý výběr dodavatelů bioproduktů (viz Příloha 16) i ze strany provozovatelů restaurace. Díky jednotlivým menu – snídaňové a denní (viz Příloha 17) se bude každý host restaurace moci přesvědčit, že i sladké může být zdravé a ochutnat výborné jednodruhové kávy, vydatně posvačit nebo lehce poobědvat. Nabídka restaurace bude upravena pro dětské hosty, pro ně objednávají rodiče to nejlepší. Bio je trend, bio je zdraví. Více vitamínů, minerálů, žádná „éčka“ a žádné pesticidy.

Návrh kavárny – cukrárny

Dotazníkové šetření ukázalo také absenci zařízení kavárna-cukrárna, cíleného na místní obyvatele. Pro tento typ provozovny navrhuji využít prostory malé kavárny ve Zborovské ulici, která je v současné době také uzavřena. I tento objekt má opět velmi ideální polohu – je velmi blízko centra i hlavního parkoviště a zastávky autobusů. Nachází se v ulici spojující místní supermarket a město, naproti domovu důchodců. Cílem zřízení této kavárny a cukrárny by mělo být vybudování provozovny s nižší cenovou nabídkou určenou všem obyvatelům města. Hlavní sortiment by měly tvořit zákusky a sladkosti (v letních měsících i zmrzlina) pro prodej nejen v cukrárně, ale především „přes ulici“. V okolí Hluboké nad Vltavou a Českých Budějovic je dostatečné množství dodavatelů zákusků a dezertů, u kterých můžeme vybrat zajímavou pestrou nabídku. Tyto dobroty by měl doplnit prodej čokolád, bonboniér a chlazených balených nápojů s sebou. Přímo v zařízení by se prodávaly lahvové alko- i

nealkonápoje. Za nejdůležitější považuji nabízet a podávat výbornou kávu. Kávový lístek by měl obsahovat širší nabídku jednotlivých káv – espresso a další nápoje z něho připravené, nesmí se opomenout zařadit žádanou „tureckou kávu“. Procházející turisty můžeme oslovit také prodejem kávy s sebou. Na místní hosty a důchodce by se mohly zaměřit zajímavé slevové akce.

Hotel Štekl

Další návrhy a opatření budou aplikovány na hotelu Štekl, jehož ředitelka, paní Renata Suchomelová, poskytla velké množství podkladů. Návrhy a opatření mohou být hotelem v budoucnu využity.

Certifikace

Jak již bylo výše uvedeno, hotel je velmi navštěvovaný nejen pro svou historii, vzhled, ale především pro jedinečnost prostředí ve kterém se nachází. Bohužel ani hotel Štekl není hotelem klasifikovaným dle „Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení“. Proto první doporučení vede tímto směrem. Hotel svým vybavením a zařízením pokojů plně odpovídá stanoveným podmínkám „first class“ hotelu a je velká škoda, že není certifikován a tak i lépe prezentován a zvýhodňován. Ke klasifikaci je nutné podání žádosti (viz Příloha 18), která je zpoplatněna 3 000,- Kč, toto je velmi malá částka v poměru k výhodám, které klasifikace poskytuje. Následně po podání žádosti hotel musí projít měsíčním auditem odborných auditorů a po úspěšném vyhodnocení může certifikaci získat.

Wifi pokrytí hotelu

Hotel Štekl nabízí možnost uspořádání kongresové akce, připojení k síti internet je ale pouze v prostorách před recepcí. Zde navrhuji wifi pokrytí alespoň restauračních prostor a několika pokojů. Investice takového typu je kapitálově náročnější, ale může přispět ke zvýšenému zájmu o pořádání kongresových akcí nebo k vyšší četnosti návštěv hotelu obchodními cestujícími.

Senioři – nový segment turistů

Neustále se zvyšující počet občanů v důchodovém věku se zájmem o cestovní ruch vyvolává vznik dalšího segmentu turistů. Senioři upřednostňují dlouhodobější dovolenou a jsou za ni ochotni utratit i více peněz. Tuto skutečnost potvrzuje i „Manuál rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji“. Proto další doporučení směřují k vytvoření balíčku (viz Příloha 19) právě pro seniory. Balíček pro seniory by měl být omezen pouze na mimosezónní období, tzn. měsíce leden až duben, říjen a listopad a snižovat tak dopad sezónních výkyvů.

Nové balíčky služeb

V době podzimu a jara doporučuji hotelu Štekl zařadit další balíčky služeb zaměřené k jiné specializaci Hluboké – k rybníkářství. Přímo ve městě Hluboká sídlí a na vodních plochách hospodaří Rybníkářství Hluboká, a. s. Nabízí se tedy obrovské možnosti spolupráce s touto organizací a přilákat tak nové klienty do hotelu. Navrhuji do nabídky zařadit další nové produkty.

Balíček „Víkend s rybou“ by mohl obsahovat ukázkou výlovu, prohlídku zámku Ohrada a školu vaření. Kurz vaření by samozřejmě měl být zaměřen na úpravu ryb, doporučuji představit především kapra obecného a podpořit tak projekt Ministerstva zemědělství ČR a Evropského rybářského fondu (viz Příloha 20).

Balíček služeb „Týden na rybnících“ by měl opět obsahovat ukázkou výlovu, prohlídku zámku Ohrada i školu vaření. Rozšířit nabídku by mohla oproti předešlému balíčku aktivní účast na výlovu a procházka v ZOO Ohrada po prohlídce zámku Ohrada. Kurz vaření by mohl být ukončen společenským večerem s hudební produkcí. V tomto balíčku by mělo být samozřejmostí zapůjčení rybářských potřeb a vyřízení povolenky k rybolovu na místních vodách. Do nabídky menu doporučuji zařadit rybí speciality a opět připomínám neopomenout domácího kapra obecného. Balíček můžeme doplnit prohlídkou lihovaru Poněšice nebo vyhlídkovou plavbou parníkem po Hněvkovické přehradě.

Boj s „migrací“ zaměstnanců, spolupráce se SŠ a VOŠ CR v ČB

Nejen zlepšení v nabídce hotelu může být „lékem“ pro všechno. Za velmi podstatnou a důležitou považují spolupráci se zaměstnanci. Hotel se potýká se značným odlivem obsluhujícího personálu, zejména mladých, v oboru vyučených zaměstnanců. Důvodem tohoto by mohla být sezónnost či nevyhovující pracovní doba, ale možná se za tímto problémem skrývá jiný reálný stav věci. Zde bych doporučila více a častěji prověřovat skutečné pracovní nasazení personálu, jejich přístup k ostatním kolegům i k hostům. S odcházejícími zaměstnanci doporučuji pohovořit o důvodech jejich odchodu. Jiným východiskem pro tísnivou personální situaci by mohla být spolupráce se vzdělávacími zařízeními, např. se Střední školou a Vyšší odbornou školou cestovního ruchu v Českých Budějovicích. Učni a studenti střední školy na praxi by zajistili nejen dostatek personálu v průběhu celého roku, ale i pravděpodobnou možnost získání stálé síly vychované přímo pro hotel.

Programy pro klienty nově zřizovaného „centra“

Opatření do budoucna by také měla být zaměřena na návštěvníky „Relaxačního a rehabilitačního centra“, kteří budou vyhledávat nejen možnosti občerstvení, ale i ubytování, popřípadě doprovodného programu v době svého pobytu a léčení v „Centru“.

6 Závěr

Tato bakalářská práce podrobně analyzuje ubytovací a stravovací zařízení ve zkoumané oblasti – Hluboká nad Vltavou, shrnuje celou řadu nabízených a poskytovaných služeb v cestovním ruchu a ukazuje na další nové možnosti a směry rozvoje ubytovacích a stravovacích zařízení v této destinaci.

Hlavním cílem práce byla analýza nabídky ubytovacích a stravovacích služeb v Hluboké nad Vltavou. Vedlejší cíle měli podat celkový přehled o stravovacích zařízeních, jejich počtu a úrovni nabízených služeb.

Po důkladném prostudování „seznamu certifikovaných zařízení“ na stránkách Asociace hotelů a restaurací České republiky bylo zjištěno, že ačkoli všechny hotely v Hluboké nad Vltavou počet hvězdiček uvádějí, jen jediný hotel Parkhotel se v seznamu certifikovaných zařízení nachází.

Sepsání celé bakalářské práce předcházelo sestavení literární rešerše, vlastní zkoumání a pozorování, řízené rozhovory a dotazníkové šetření v ubytovacích a stravovacích zařízeních. To vše postupně potvrzovalo a vyvracelo dané hypotézy.

Vyhodnocení dotazníkového šetření ukázalo, že ve zkoumané oblasti jsou zařízení velmi ovlivněna sezónností. Výchozí hypotézu o velkém vlivu sezónnosti potvrzuje dále i starosta města Ing. Tomáš Jirsa, ředitelka hotelu Štekl paní Renata Suchomelová, uzavřená zařízení v zimním období i velmi nízký počet návštěvníků zaznamenaný v době provádění výzkumu. Potvrzení této hypotézy dokládá také dokument „Strategie rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji“.

Segmentem návštěvníků nejpočetněji zastoupeným v celkovém počtu všech hostů ubytovacích a stravovacích zařízení jsou turisté z České republiky. Výsledky dotazníkového šetření i samotné pozorování vyvrací hypotézu, že ubytovací a

stravovací zařízení ve zkoumané oblasti navštěvují nejvíce zahraniční hosté. Turisté z České republiky společně s místními obyvateli tvoří nejsilnější skupinu navštěvující ubytovací a stravovací zařízení v Hluboké nad Vltavou.

Subjekty poskytující stravovací služby zaskočila otázka „bioprodukty“. Velmi malá nebo žádná nabídka biopotravin ve stravovacích zařízeních a také dotazníkové šetření vyvrací hypotézu, že stravovací zařízení v tomto regionu nabízí produkty z biopotravin.

V Hluboké nad Vltavou je více jak 25 poskytovatelů ubytování v soukromí, což prezentuje, dle výsledků dotazníkového šetření, 41 % ze všech typů ubytování. Následováno je nabídkou ubytování v hotelích (28 %). Vzhledem k poloze zkoumané oblasti a menší míře zastoupení ostatních typů ubytování můžeme potvrdit hypotézu o přesycení trhu nabídkou ubytování v soukromí.

V bakalářské práci jsem se podrobně zabývala hotelem Štekl. Pro správné přiblížení a dokreslení aktuálních problémů jsem aplikovala výsledky šetření opět na hotel Štekl. Mnou navrhované nové balíčky služeb pro období podzimu a jara by mohly hotelu Štekl pomoci přilákat nové hosty v mimosezóně. I další má doporučení (např. wifi pokrytí celého hotelu) by mohl hotel Štekl v budoucnu využít.

Všechna navrhovaná opatření by měla podporovat intenzivní rozvoj ubytovacích a stravovacích zařízení ve zkoumané oblasti a pro tato zařízení být inspirací.

Neshledala jsem nedostatky ani problémy v prezentacích zařízení či města a regionu, v dopravní infrastruktuře nebo v kulturní, sportovní a další volnočasové nabídce zařízení v Hluboké nad Vltavou. Úroveň služeb cestovního ruchu je v této zkoumané oblasti vysoká, jen jazyková vybavenost byla u některého obsluhujícího personálu na neuspokojivé úrovni.

V úplném závěru by se slušelo poděkovat samotnému Janu Adolfu II. ze Schwarzenbergu a jeho manželce Eleonoře za světoznámou podobu zámku, za rozvoj kraje i za železniční spojení.

7 Summary

This bachelors thesis analyses in detail the accommodation and boarding services in the region in and surrounding Hluboka nad Vltavou. Contained herein is a summary of offered and available services in tourist trade in the area, showing the possibilities and directions that the services may take.

The main goal of this work was the analysis of boarding and accommodation offered in the town Hluboka nad Vltavou. The secondary goal was to establish an over all preview, standard and count of all boarding and accommodation services.

After a complete study of a list certificated facilities on the pages of the Association of Hotels and Restaurants of the Czech Republic, it was found that among all the hotels present in the town use the star system of evaluation but the only hotel that was certified and listed was the Parkhotel.

During the writing of this thesis research was performed through literary sources, personal investigation, observation, interviews and questionnaires at the locations concerned. The facts gathered both confirmed certain points in the hypothesis but there were also unexpected results.

The evaluation of the questionnaires showed that the business season had a large influence on the establishments within the observed area. This was confirmed by the town mayor, Ing. Tomas Jirsa, and the manager of the hotel Stekl, Miss Renata Suchomelova'.

The hypothesis is further confirmed by the document “ The strategy of the development of tourism in South Bohemia”.

The largest portion of people who took a part in this survey were nationals of the Czech Republic. The results of the questionnaires and personal observations turned out to be

controversial towards the hypothesis, in that the touristic facilities are mostly frequented by foreigners. Tourists from the Czech Republic together with the local residents compose the strongest component of the use of the touristic facilities present in the town.

Under the topic of cuisine arose the question of organic produce. A very small portion or non-at all of restaurants provided the option of offering organic produce to its customers, even though this option was supposedly available. This was confirmed using questionnaires.

In Hluboka nad Vltavou there are over 25 private boarding establishments, which makes up 41% of all questionnaire reviewed accommodations. From the total of all questionnaires hotels made up 28%. With regards to the location of the town and the types of accommodation available, we can confirm the hypothesis that the market for private accommodation is saturated.

In this thesis, the main focus was on the hotel Stekl. For a closer comparison and actualization of current problems, I have applied the results to hotel Stekl.

Hotel Stekl agreed that by offering new packages and services they could entice visitors during the off season periods of spring and autumn. Other ideas were also put forwards such as complete wifi coverage of the whole hotel would be beneficial in the future.

All recommendations mentioned would help the intensive growth of accommodation and boarding services in the region, and could become an inspiration for other similar businesses.

I didn't find any problems with the presentation of the hotels, town, region, transport infrastructure or cultural and sport activities in Hluboka.

The level of services provided by the establishments that cater for tourists is very high, with the only minor problem being a slight language barrier in some places.

In conclusion I would to thank Jan Adolf II von Schwarzenberg and his wife Eleonora for the world known structure of the Hluboka castle, for the development of the region and the railway line connection.

8 Použité zdroje

8.1 Literární zdroje

[1] BERÁNEK, Jaromír. *Řízení hotelového provozu*. Havlíčkův Brod: Grada publishing, 2007. 240 s. ISBN 978-80-86724-30-0

[2] BERÁNKOVÁ, Kateřina. *Bio – módní výstřelek nebo cesta k normálu? – La Cucina Italiana*, 2008, č. 32, s. 78-81. ISSN 214-8164

[3] ČERNÝ, J., KRUPIČKA, J.: *Moderní hotel*. Úvaly: Ratio, 2007. 224s. ISBN 80-86351-07-6

[4] ČERTÍK, Miroslav. a kol. *Cestovní ruch, vývoj, organizace a řízení*. 1. vyd. Praha: OFF, 2000. 352 s. ISBN 80-238-6275-8

[5] DŘEVIKOVSKÝ, František. *Všestranný rádce pro živnost hostinskou a její příbuzná odvětví*. 2. vyd. Praha: nakladatelství R. Fiala, 1938

[6] HESKOVÁ, Marie a kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 1. vyd. Praha: Frotuna, 2006. 223 s. ISBN 80-7168-948-3.

[7] HORÁKOVÁ, H. *Strategický marketing*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. 200s. ISBN 80-247-0447-1

[8] HESKOVÁ, M. a kol. *Základy marketingu*, 1 vyd. České Budějovice: ZF Jihočeské univerzity, 2000. 168s. ISBN 80-7040-455-8

[9] HORNER, S., SWARBROOKE, J. *Cetovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, 2003. 486s ISBN 80-247-0202-9.

- [10] INDROVÁ, Jarmila a kol. *Cestovní ruch I*. 1. vyd. Praha: VŠE., 2004. 114 s. ISBN 80-245-0799-4.
- [11] KIRÁČOVÁ, A.: *Marketing hotelových služeb*. Praha: Ekopres, 2006. 148s. ISBN 80-86929-05-1
- [12] KOTLER, P., ARMSTRONG, G. *Marketing*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2004. 856s. ISBN 80-247-0513-3
- [13] KOTLER, P. a kol. *Marketing management*. 12. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. 788s. ISBN 978-80-247-1359-5
- [14] KOVÁŘ, D., KOBLASA, P. *Město jménem Hluboká*. Jelmo: Historicko-vlastivědný spolek v Českých Budějovicích, 1997. 176s.
- [15] MANINOVÁ, Jarka. *Žijte BIO - Chef Gurmán*, 2008, č. 9, s. 88-90. ISSN 1801-4917
- [16] MRÁČKOVÁ, E. *Co nás letos čeká COT: časopis pro profesionály v cestovním ruchu*, 2009, č. 1, s. 9. ISSN 1212-4281
- [17] ORIEŠKA, Ján. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: IDEA SERVIS, 1999. 244 s. ISBN 80-85970-27-9.
- [18] OTAVA, J. *Dobré ráno, Praho - Inovace bez legrace COT: časopis pro profesionály v cestovním ruchu*, 2009, č. 1, s. 34. ISSN 1212-4281
- [19] PAYNE, A. DOBEŠOVÁ, V. *Marketing služeb*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. 247s. ISBN 80-7169-276-X
- [20] PECHOVÁ, T. *Bio zahrada – La Cucina Italiana*, 2009, č. 36, s. 57. ISSN 214-8164

[21] PRAŽSKÁ, L. a kol. *Obchodní podnikání – Retail management*. 2. vyd. Praha: Management Press, 1998. 880s. ISBN 80-85943-48-4

[22] SKŘIVÁNKOVÁ, D. *Bio vína – Víno & Styl*, 2009 č. 2, s. 34-41. ISSN 1801-0881

[23] ZELENKA, J., PÁSKOVÁ, M. *Cestovní ruch: výkladový slovník*. 1. vyd. Praha: MMR, 2002. 448 s.

8.2 Internetové zdroje

Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky 2006-2009, dostupné na: <http://www.ahrcr.cz/oficialni-jednotna-klasifikace-ubytovacich-zarizeni-2006-9/>

Doporučení upravujícího základní ukazatele pro kategorizaci hostinských a ubytovacích zařízení, 1994, dostupné na: <http://www.cestovni-ruch.cz/kategorizace/doporuceni.htm>

Strategie rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji, 2002, dostupné na: [http://www.kraj-jihocesky.cz/index.php?par\[id_v\]=1195&par\[lang\]=CS](http://www.kraj-jihocesky.cz/index.php?par[id_v]=1195&par[lang]=CS)

Manuál rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji, 2007, dostupné na: <http://www.jccr.cz/pages/dokumenty/manual-pro-rozvoj-cestovniho-ruchu-v-jihoceskem-kraji.php>

- ♦ www.hluboka.cz
- ♦ www.visithluboka.cz
- ♦ <http://hlubokanadvltavou.info>
- ♦ www.hlubokanadvltavou.eu
- ♦ www.budejovicko-sever.cz
- ♦ www.sporthotelbarborka.cz
- ♦ www.restaurace-kapr.cz

- ♦ www.parkhotel-hluboka.cz
- ♦ www.hotelzavis.cz
- ♦ www.hotelhluboka.cz
- ♦ www.h-r.cz
- ♦ www.podhrad.cz
- ♦ www.baseball.hluboka.cz
- ♦ www.penzionvltavan.cz
- ♦ www.czso.cz/csu/2008edicniplan.nsf/p/4018-08
- ♦ www.czechtourism.cz
- ♦ http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabdetail.jsp?cislotab=MOS+ZV01&kapitola_id=5&kontext=t&razeni=ta&pro_3980560=544485
- ♦ www.risy.cz/index.php?pid=231&kraj=-1&zuj=544485#nezamestnanost
- ♦ www.hotelstars.cz/?page=5&lng=cz
- ♦ www.ahrcr.cz/informace-z-oboru/hotelove-hvezdicky-v-novem
- ♦ www.vzdelanivcr.cz
- ♦ www.ckrumlov.info/docs/cz/dstman.xml
- ♦ www.businessinfo.cz/cz/clanek/kvalita-jakost/vice-jistoty-transparentnosti-dosluzeb/1000513/52455/?rtc=1
- ♦ www.hotelstekl.cz
- ♦ www.hoteltyp.com/cz/27.html
- ♦ www.biosummit.cz
- ♦ www.ebiotop.cz
- ♦ www.hnutiduha.cz/bio/?jihocesky
- ♦ www.biokvalita.cz
- ♦ www.rozmaryna.cz

9 Přehled použitých zkratk

CR	Cestovní ruch
ČB	České Budějovice
AJG	Alšova jihočeská galerie
NZM.....	Národní zemědělské muzeum
SOŠE.....	Střední odborná škola elektrotechnická
D. D. C.....	Disco dance club
EU	Evropská unie
AHR ČR.....	Asociace hotelů a restaurací České republiky

10 Seznam tabulek a grafů

10.1 Seznam tabulek

Tabulka 1: Demografická ročenka města Hluboká nad Vltavou 1998 až 2007

Tabulka 2: Počet nezaměstnaných a míra nezaměstnanosti v Hluboké nad Vltavou

Tabulka 3: Požadavky na vybavení pokoje „first class“ hotelu

Tabulka 4: Přehled ubytovatelů v soukromí

Tabulka 5: Kapacita ubytovacích zařízení

Tabulka 6: Ekozemědělci v Jihočeském kraj (přehled možných dodavatelů)

10.2 Seznam grafů

Graf 1: Návštěvnost zámku Hluboká v jednotlivých letech

Graf 2: Návštěvnost hotelu Štekl v letech 2007 – 2009

Graf 3: Rozdíl v návštěvnosti hotelu mezi roky 2007 a 2008

Graf 4: Jaký je hlavní předmět Vašeho podnikání?

Graf 5: Jaký typ ubytování nabízíte?

Graf 6: Je Vaše zařízení klasifikováno dle „Oficiální jednotné klasifikace“, popřípadě v jaké třídě?

Graf 7: Rozlišujete Vámi poskytované služby na placené a neplacené, pokud ano, uveďte jaké?

Graf 8: Počty pokojů v jednotlivých typech ubytovacích zařízení

Graf 9: Celkový počet lůžek v jednotlivých typech ubytovacích zařízení

Graf 10: Jakou formu stravování nabízíte?

Graf 11: Jsou součástí Vaší nabídky nápoje či pokrmy připravené z bioproduktů?

Graf 12: Oddělujete prostory pro kuřáky a nekuřáky?

Graf 13: Je provoz zařízení ovlivněn sezónností?

Graf 14: Jaký geografický segment zákazníků tvoří největší část Vaši klientely?

Graf 15: Který segment navštěvuje Vaše zařízení nejvíce?

Graf 16: Jak ohrožující je pro Vás existence konkurence?

Graf 17: Jakým způsobem stanovujete cenu?

Graf 18: Jak byste ohodnotili cenovou úroveň Vašich služeb ve srovnání s konkurencí?

Graf 19: Je dané zařízení součástí nějakého řetězce?

Graf 20: Kolik zaměstnanců pracuje ve Vašem zařízení?

Graf 21: V čem spočívá spolupráce s Vašimi zaměstnanci?

Graf 22: Zaměstnáváte i členy své rodiny?

Graf 23: Jste spokojen(a) se ziskovostí a obsazeností Vašeho zařízení?

Graf 24: Vámi dosažené tržby byly přibližně?

Graf 25: Sezónnost v Hluboké nad Vltavou

Graf 26: Možná řešení problému sezónnosti v Hluboké nad Vltavou

11 Seznam příloh

- Příloha 1: Tabulka 1: Demografická ročenka města Hluboká nad Vltavou 1998 až 2007
- Příloha 2: Tabulka 2: Počet nezaměstnaných a míra nezaměstnanosti v Hluboké nad Vltavou
- Příloha 3: Návštěvnost určitých turistických cílů v České republice 2007
- Příloha 4: Graf 1: Návštěvnost zámku Hluboká v jednotlivých letech
- Příloha 5: Tabulka 3: Požadavky na vybavení pokoje „first class“ hotelu
- Příloha 6: Tabulka 4: Přehled ubytovatelů v soukromí
- Příloha 7: Graf 2: Návštěvnost hotelu Štekl,
Graf 3: Rozdíl v návštěvnosti hotelu mezi roky 2007 a 2008
- Příloha 8: Uspořádání jednotlivých prostor hotelu Štekl ke konání kongresových akcí
- Příloha 9: Seznam všech hotelových balíčků
- Příloha 10: Dotazník
- Příloha 11: Tabulka 5: Kapacita ubytovacích zařízení
Graf 8: Počty pokojů v jednotlivých typech ubytovacích zařízení
Graf 9: Celkový počet lůžek v jednotlivých typech ubytovacích zařízení
Graf 18: Jak byste ohodnotili cenovou úroveň Vašich služeb ve srovnání s konkurencí?
- Příloha 12: Graf 25: Sezónnost v Hluboké nad Vltavou
- Příloha 13: Graf 26: Možná řešení problému sezónnosti v Hluboké nad Vltavou
- Příloha 14: Návrhy školení zaměstnanců
- Příloha 15: Nabídka biopokrmů (příklad jídelního lístku) a kalkulace vybraných pokrmů
- Příloha 16: Seznam možných dodavatelů surovin
Tabulka 6: Ekozemědělci v Jihočeském kraji
- Příloha 17: Nabídka snídaňových a speciálních menu, příklad kalkulace snídaňového menu
- Příloha 18: Žádost o klasifikaci ubytovacího zařízení dle AHR ČR

Příloha 19: Návrh balíčků pro seniory

Příloha 20: Projekt Ministerstva zemědělství a Evropského rybářského fondu – Ryba domácí

Příloha 21: Obrazová příloha

Příloha 1:

Tabulka 1: Demografická ročenka města Hluboká nad Vltavou 1998 až 2007

Rok		1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Stav obyvatel k 31.12.		4 383	4 421	4 495	4 546	4 625	4 682	4 678	4 764	4 827	4 921
v tom ve věku:	0 - 14	784	756	752	754	759	771	788	763	748	767
	15 - 64	3 026	3 086	3 167	3 216	3 284	3 315	3 309	3 414	3 478	3 544
	65 +	573	579	576	576	582	596	581	587	601	610
Průměrný věk		37,4	37,5	37,7	37,8	38,0	38,4	38,6	39,1	39,3	39,4
muži		2 161	2 185	2 227	2 274	2 322	2 338	2 326	2 368	2 413	2 438
v tom ve věku:	0 - 14	414	399	396	392	407	399	406	386	388	383
	15 - 64	1 541	1 574	1 616	1 664	1 694	1 714	1 706	1 772	1 804	1 827
	65 +	206	212	215	218	221	225	214	210	221	228
ženy		2 222	2 236	2 268	2 272	2 303	2 344	2 352	2 396	2 414	2 483
v tom ve věku:	0 - 14	370	357	356	362	352	372	382	377	360	384
	15 - 64	1 485	1 512	1 551	1 552	1 590	1 601	1 603	1 642	1 674	1 717
	65 +	367	367	361	358	361	371	367	377	380	382
Živě narození		39	36	43	47	50	38	51	38	44	56
v tom:	muži	24	17	25	21	31	15	25	20	25	23
	ženy	15	19	18	26	19	23	26	18	19	33
Zemřelí		53	48	42	42	34	39	57	39	50	44
v tom:	muži	34	21	16	18	14	21	31	24	25	23
	ženy	19	27	26	24	20	18	26	15	25	21
Přistěhovalí		91	134	131	142	197	233	200	227	194	217
v tom:	muži	48	66	60	70	94	108	97	119	105	96
	ženy	43	68	71	72	103	125	103	108	89	121
Vystěhovalí		63	84	58	131	134	175	198	140	125	135
v tom:	muži	26	38	27	80	63	86	103	73	60	71
	ženy	37	46	31	51	71	89	95	67	65	64
Přírůstek:	celkový	14	38	74	16	79	57	-4	86	63	94
	přirozený	-14	-12	1	5	16	-1	-6	-1	-6	12
	stěhováním	28	50	73	11	63	58	2	87	69	82

Zdroj: Český statistický úřad

Příloha 2:

Tabulka 2: Počet nezaměstnaných a míra nezaměstnanosti v Hluboké nad Vltavou

Rok 2008	Evidovaní nezaměstnaní*	EAO	Míra nezaměstnanosti v %
leden	68	2389	2,8
únor	68	2389	2,8
březen	71	2389	3,0
duben	64	2389	2,7
květen	65	2389	2,7
červen	57	2389	2,4
červenec	70	2389	2,9
srpen	77	2389	3,2
září	81	2389	3,4
říjen	74	2389	3,1
listopad	71	2389	3,0
prosinec	77	2389	3,2
Průměr**	70,25		2,9
Rok 2009			
leden	97	2389	4,1
únor	104	2389	4,4

Zdroj: Úřad práce v Českých Budějovicích

***Evidovaní nezaměstnaní** – ti, kteří nemají žádnou objektivní překážku pro přijetí zaměstnání. Za dosažitelné se nepovažují uchazeči o zaměstnání ve vazbě, ve výkonu trestu, uchazeči v pracovní neschopnosti, uchazeči, kteří jsou zařazeni na rekvalifikační kurzy, nebo uchazeči, kteří vykonávají krátkodobé zaměstnání, a dále uchazeči, kteří pobírají peněžitou pomoc v mateřství nebo kterým je poskytována podpora v nezaměstnanosti po dobu mateřské dovolené [online]. [cit. 6. 2. 2009]. Dostupný na WWW: <http://portal.mpsv.cz/sz/stat/nz>

** Dopočtená hodnota

Metodická poznámka:

"Podle oficiální metodiky se míra registrované nezaměstnanosti na úrovni ČR, krajů a okresů počítá na základě výsledků výběrového šetření pracovních sil. Míra nezaměstnanosti v obcích, mikroregionech, ORP a POU se z důvodu nedostupnosti dat o zaměstnaných na úrovni těchto územních celků počítá na základě ekonomicky aktivního obyvatelstva." [online]. [cit. 6. 2. 2009]. Dostupný na WWW: <http://portal.mpsv.cz/sz/stat/nz>

Příloha 3:

TOP 5 nejnavštěvovanějších hradů a zámků

1. Státní hrad a zámek Český Krumlov	350 tisíc
2. Státní zámek Lednice	320 tisíc
3. Státní zámek Hluboká nad Vltavou	285 tisíc
4. Státní hrad Karlštejn	276 tisíc
5. Arcibiskupský palác a zahrady v Kroměříži	187 tisíc

Zdroj: CzechTourism, Návštěvnost turistických cílů v ČR 2007

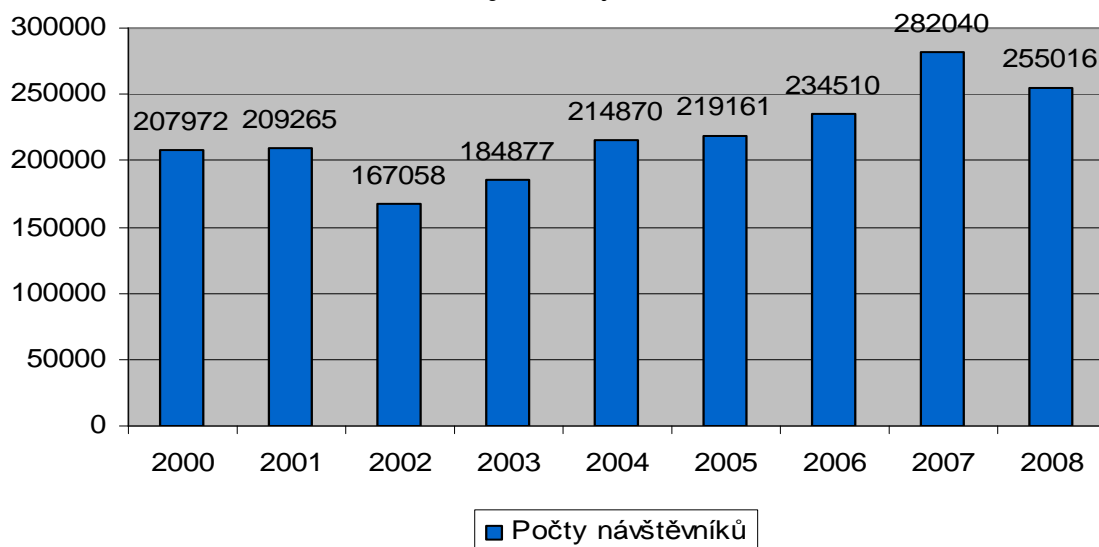
Nejnavštěvovanější cíle v Jihočeském kraji

1. Státní hrad a zámek Český Krumlov	350 tisíc
2. Státní zámek Hluboká nad Vltavou	285 tisíc
3. ZOO Ohrada, Hluboká nad Vltavou	265 tisíc

Zdroj: CzechTourism, Návštěvnost turistických cílů v ČR 2007

Příloha 4:

Graf 1: Návštěvnost zámku Hluboká v jednotlivých letech



Zdroj: Zámek Hluboká nad Vltavou

Příloha 5:

Tabulka 3: Požadavky na vybavení pokoje first class hotelu

Druh požadavku	First class			
	povinný požadavek		povinně volitelný požadavek	
	pokoj	lůžko	pokoj	lůžko
Obecné požadavky na vybavení pokoje				
Bezpečnostní zámkový systém u vchodových dveří do pokojů	X			
Bezpečnostní zámkový systém u vchodových pokojových dveří do pokojů, se záznamem vstupů			X	
Dveře jsou opatřeny kukátkem			X	
Dveře jsou opatřeny bezpečnostním řetízkiem			X	
Dveře jsou opatřeny samozavíráním			X	
Únikový plán s označením výchozího místa ve vstupním prostoru se zákl. bezpečnostními informacemi	X			
Základní informace o hotelovém režimu a poskytovaných službách	X			
Visačka "Nerušit"/ "Uklidit"	X			
Vybavení pokoje				
Osvětlení pokoje s vypínačem u vstupních dveří	X			
Centrální ovládání osvětlení pokoje u vstupních dveří a z lůžka			X	
Lůžko min. 100 x 200 cm (dvoulůžko min. 200 x 200 cm)		X		
Noční stolek nebo polička		X		
Vhodná lampička ke čtení		X		

Stůl nebo pracovní deska s vhodným osvětlením a židlí	X			
Nástěnné zrcadlo	X			
Mobilní nebo pevný stojan na zavazadlo (kufříbox)	X			
Skříň nebo vestavěná skříň s prostorem na ramínka a poličkami na prádlo	X			
Věšáková stěna	X			
Zrcadlo na výšku postavy	X			
Povlečení		X		
Polštář a příkrývka		X		
Denní přehoz				X
Rezervní příkrývka a polštář			X	
Konferenční/jídelní stůl	X			
Křeslo/polokřeslo/čalouněná židle		X		
Koš na odpadky	X			
Popelník s výjimkou nekuřáckých pokojů	X			
Sklenka na nápoje		X		
Otvírák lahví	X			
Ramínko na šaty		X (6ks)		
Rozhlasový příjem ovladatelný z lůžka			X	
Barevný televizní přijímač s dálkovým ovládáním	X			
Internetová přípojka (bezdrátové nebo pevné připojení)			X	
Telefon s přímou volbou	X			
Hotelové desky s prospektem, psacími potřebami, blokem a dopisními papíry, obálkou			X	

Informace o interním telefonním systému	X			
Nabídkový lístek jídel a nápojů s donáškou na pokoj	X			
Desky s nabídkovým listem snídaňového servisu			X	
Taška na špinavé prádlo, ceník praní prádla			X	
Čistící potřeby na boty			X	
Kartáč na šaty	X			
Šití	X			
Lžice na boty	X			
Záclony			X	
Závěsy nebo jiné vybavení s možností dobrého a snadného zatemnění	X			
Minibar s ceníkem zboží			X	
Trezor s návodem k obsluze	X			
Individuální ovládání teploty			X	
Individuální ovládání výměny vzduchu			X	
Hygienické vybavení na pokoji				
Vana s teplou a studenou vodou s ruční sprchou			X	
Sprchový kout nebo vana s teplou a studenou vodou	X			
Závěs nebo zástěna kolem sprchy nebo vany	X			
Umyvadlo s ukládací plochou nebo policí na hygienické potřeby	X			
WC	X			
WC štětka s pouzdrém			X	
Umyvadlo s teplou a studenou vodou s ukládací plochou nebo policí na hygienické potřeby	X			

Zrcadlo nad umyvadlem	X			
Osvětlení nad zrcadlem	X			
Úchytka na ručníky		X		
Ručník		X		
Osuška		X		
Župan				X
Předložka	X			
Mýdlo		X		
Šampon		X		
Toaletní papír s držákem na WC papír (na každou toaletu)	X			
Rezervní toaletní papír (na každou toaletu)	X			
Hygienické sáčky	X			
Sklenka v hygienickém obalu k čištění zubů		X		
Koupačí čepice				X
Hygienické ubrousky	X			
Odpadkový koš	X			
Zásuvka s označením napětí k použití holicího strojku nebo vysoušeče vlasů	X			
Vysoušeč vlasů	X			
Úchytka na odložené šatstvo	X			

Zdroj: Asociace hotelů a restaurací České republiky

Příloha 6

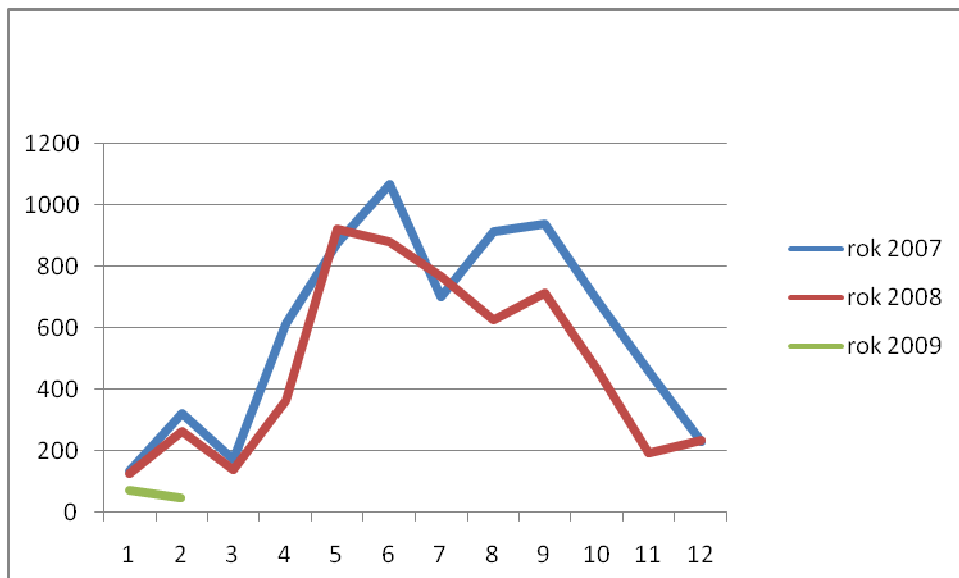
Tabulka 4: Přehled ubytovatelů v soukromí

Název ubyt. zařízení	Ulice	Číslo popisné
Apartment Pension Kalivoda	Nádražní	528
Apartment Mašková	Žižkova	1198
Apartmenty u plovárny	Podskalí	1021
Penzion BC	5. května	585
Penzion Fanny	Jiráskova	250
Agency Inter Bohemia	Pod Kánínem	1051
Adamová Eliška	Horní	118
Bezděková Jitka	Husova	399
Brázda Jiří	Jiráskova	520
Cinkl Jiří	Luční	915
Dvořák Vladimír	Bavorovice	101
Dudková Miriam Apartmán ANNA	Podskalí	146
JAUKER Jiří Apartmán No. 455	Jiráskova	455
Privát Frdlík	Tyršova	4
Hrušková Lucie	Luční	903
Chadimová Drahoslava	Revoluční	958
Chalupa Josef, Ing.	Žižkova	1067
Klepalová Božena	Ve školách	959
Kodešová Antonie	Zahradní	892
Machová Marie	Žižkova	243
Malecha František	Právní	634
Mašková Jana	Žižkova	96 a 239
Obst Jaromír, Ing.	Ruská	699
Papoušková Zdeňka	Zahradní	891
Radová Marcela	Haškova	804
Šťastný David	Smetanova	410
Štěpka Václav	Jeznice	26
Ubytování Munice	Munice	23
Vácha Jaromír	Nová	815
Musil Josef	Jeznice	20
Chalupa Munice	Munice	23
Privát Trávníčková	Zeyerova	811
Apartmán Prantl Stanislav	Masarykova	54

Zdroj: Oficiální (www.hluboka.cz) a neoficiální (www.hlubokanadvltavou.eu) webové stránky města Hluboká nad Vltavou

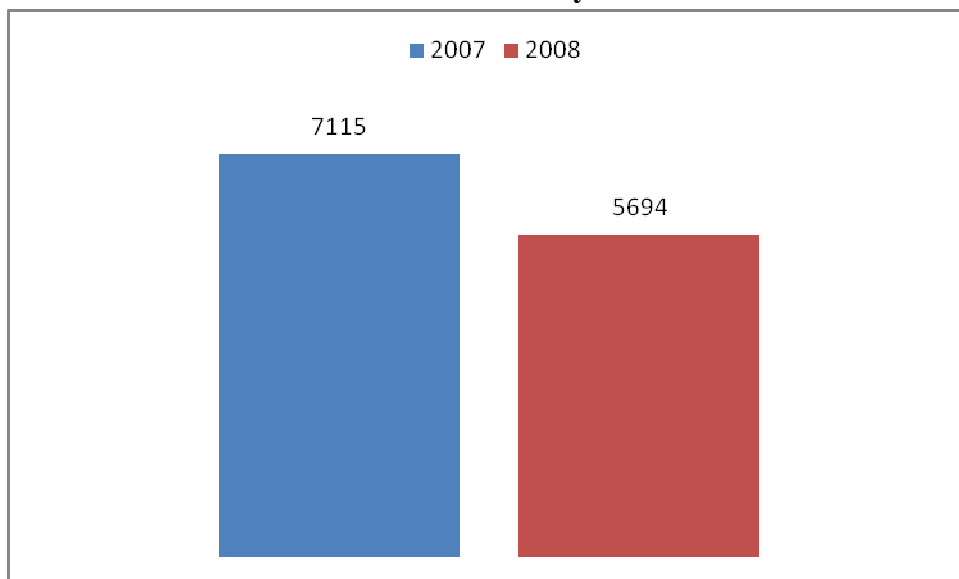
Příloha 7:

Graf 2: Návštěvnost hotelu Štekl v letech 2007 - 2009



Zdroj: Hotel Štekl

Graf 3: Rozdíl v návštěvnosti hotelu mezi roky 2007 a 2008



Zdroj: Hotel Štekl

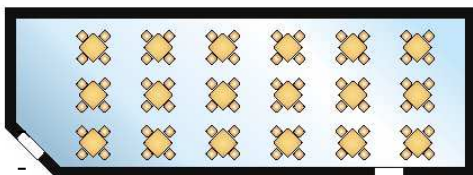
Příloha 8:

Uspořádání jednotlivých prostor hotelu Štekl ke konání kongresových akcí

1. Restaurace Pánů z růže

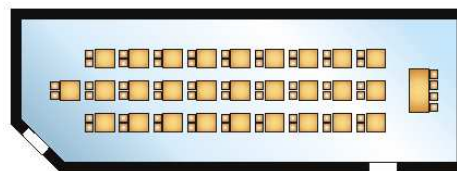
- ◆ Rozměr místnosti 20,6 x 6,8 m
- ◆ Výška stropu 4,5 m - klenba
- ◆ Šířka / výška dveří 1,35 x 2,05 m, 1,45 x 2,05 m
- ◆ Podlahová krytina koberec
- ◆ El. Proud 220 V - 17 zásuvek
- ◆ Taneční parket přenosný
- ◆ Uspořádání místnosti (příklad):

- Restauriční (kapacita 72 míst)



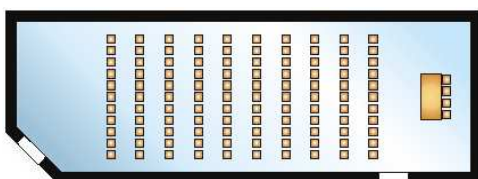
Zdroj: Hotel Štekl (www.hotelstekl.cz)

- Školní (kapacita 60 míst)



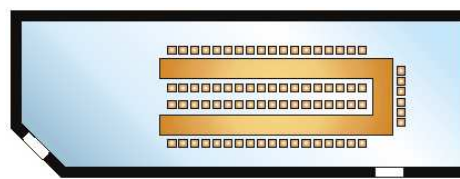
Zdroj: Hotel Štekl (www.hotelstekl.cz)

- Divadelní (kapacita 120 míst)



Zdroj: Hotel Štekl (www.hotelstekl.cz)

- Tabule „U“ (kapacita 80 míst)



Zdroj: Hotel Štekl (www.hotelstekl.cz)

2. Regentský sál

- ◆ Rozměr místnosti 13,8 x 5,2 m
- ◆ Výška stropu 2,8 m
- ◆ Šířka / výška dveří 0,9 x 1,95 m, 1,1 x 1,95 m
- ◆ Podlahová krytina koberec
- ◆ El. Proud 220 V - 4 zásuvky
- ◆ Taneční parket přenosný

3. Královský salonek

- ◆ Rozměr místnosti 6 4 x 4,4 m
- ◆ Výška stropu 3,3 m - klenba
- ◆ Šířka / výška dveří 0,9 x 2,05 m

- ♦ Podlahová krytina koberec
- ♦ El. Proud 220 V - 3 zásuvky
- ♦ Taneční parket ne

4. Rytířský salonek

- ♦ Rozměr místnosti 6,2 x 3,9 m
- ♦ Výška stropu 3,3 m - klenba
- ♦ Šířka / výška dveří 0,95 x 2,05 m
- ♦ Podlahová krytina koberec
- ♦ El. Proud 220 V - 4 zásuvky
- ♦ 3 v kuchyňce
- ♦ Taneční parket ne

5. Anglický klub

- ♦ Kapacita 30 míst pouze v restauračním uspořádání
- ♦ Rozměr místnosti 14,4 x 7,6 m
- ♦ Výška stropu 4,5 m - klenba
- ♦ Šířka / výška dveří 1,2 x 2,05 m, 1,4 x 2,05 m
- ♦ Podlahová krytina koberec
- ♦ El. Proud 220 V - 1 zásuvka
- ♦ Taneční parket ne

6. Terasa

- ♦ Kapacita:
 - 120 míst restaurační uspořádání
 - 100 míst školní uspořádání
 - 148 míst divadelní uspořádání
 - Tabule 60 – 134 míst (dle tvaru)
- ♦ Rozměr 10,8 x 40 m
- ♦ El. Proud 220 V - 4 zásuvky
- ♦ Taneční parket ano

7. Oranžerie

- ♦ Kapacita:
 - 80 míst restaurační uspořádání
 - 60 míst školní uspořádání
 - 95 divadelní uspořádání
 - Tabule 50 – 70 míst (dle tvaru)
- ♦ Rozměr 8,8 x 22 m
- ♦ El. Proud 220 V - 8 zásuvek
- ♦ Taneční parket ano

Příloha 9:

Seznam všech hotelových balíčků („Hotelová aranžmá“)

1. Romantické a relaxační balíčky

◆ Romantický pobyt pro zamilované

- Ubytování na 1 noc v romantickém zámeckém pokoji
- Pokojové aranžmá zahrnuje lahev sektu s jahodami, ovocnou miskou a vázanou kyticí z růží
- Pětichodový love dinner při svíčkách a lahev vína 0,75 v restauraci „Pánů z Růže“
- Snídani na pokoji s kaviárem a sektem

Cena za pobyt pro 2 osoby - mimosezona 5.500,- Kč - sezona 7.100,- Kč

◆ „Letní sen“ Jižních Čech

- Ubytování na 2 noci v zámeckém pokoji včetně bohaté snídaně
- Přivítání „letním aperitivem“ v anglickém klubu
- Slavnostní čtyřchodové menu v restauraci „Pánů z Růže“
- Projížďka v kočáře taženém koněm městem Hluboká a po jeho blízkém okolí
- V pozdním odpoledni posezení na terase u osvěžujícího long drinku a zmrzlinového poháru
- Večer rozloučení formou jihočeského čtyřchodového menu při svíčkách

Cena za pobyt pro 2 osoby - sezona 11.600,- Kč

◆ Relaxační aranžmá zámeckého hotelu Štekl

- Ubytování na 1 noc ve stylovém zámeckém pokoji včetně bohaté snídaně
- „Welcome drink“ v anglickém klubu
- Hodina thajské nebo kondiční masáže
- Volný vstup do hotelového bazénu a fitness
- Půlhodinový pobyt v hotelové sauně
- Slavnostní čtyřchodová večeře při svíčkách v restauraci „Pánů z Růže“

Cena za pobyt pro 2 osoby - mimosezona 6.600,- Kč - sezona 8.200,- Kč

◆ „Zimní pohádka“ Jižních Čech

- Ubytování na 2 noci v zámeckém pokoji včetně bohaté snídaně
- Přivítání „zimním aperitivem“ v anglickém klubu
- Volný vstup do hotelového bazénu a fitness
- Slavnostní čtyřchodové menu v restauraci „Pánů z Růže“
- Zimní prohlídka zámku Hluboká a zámeckého parku(ÚT-SO 4.11-31.1. vyjma 21.12-05.01.)
- V pozdním odpoledni posezení v hotelovém baru u horkého čaje a domácích moučníků
- Večer rozloučení formou jihočeského čtyřchodového menu při svíčkách.

Cena za pobyt pro 2 osoby - mimosezona 8.900,- Kč

◆ **Romantický večer pro 2 osoby bez ubytování**

- 2 thajské masáže – ROYAL AROMA Massage 90 min a ROYAL THAI Massage 90 min v hotelovém masážním centru.
- Wellness pro 2 osoby zahrnuje koupání do bazénu po dobu 1 hodiny, hodinový pobyt v sauně, 30 minut ve whirlpoolu a hodinu ve fitness.
- Čtyřtyřchodová večeře při svíčkách – vždy na výběr z aktuálního hotelového menu 1 lahev vína 0,75l (bílé nebo červené) a 2 nealko nápoje dle vlastního výběru.

Cena za pobyt pro 2 osoby - mimosezona 4.500,- Kč - sezona 4.500,- Kč

◆ **Romantická noc pro 2 osoby ve dvoulůžkovém pokoji**

- Ubytování na 1 noc v romantickém královském pokoji včetně snídaně do postele
- Pokojové aranžmá zahrnuje lahev Bohemia sektu s jahodami a vázanou kyticí z růží
- V masážním hotelovém centru budou poskytnuty 2 thajské masáže – ROYAL AROMA Massage 90 min a ROYAL THAI Massage 90 min.
- Wellness pro 2 osoby zahrnuje volný vstup do bazénu po dobu 1 hodiny, hodinový pobyt v sauně, 30 minut ve whirlpoolu a 1 hodinu ve fitness.
- Večer čtyřchodová love dinner při svíčkách – vždy na výběr z aktuálního hotelového menu 1 lahev vína 0,75l (bílé nebo červené) a 2 nealko nápoje dle vlastního výběru

Cena za pobyt pro 2 osoby - mimosezona 8.900,- Kč - sezona 10.900,- Kč

◆ **Romantický víkend pro 2 osoby ve dvoulůžkovém pokoji**

- Ubytování na 2 noci v romantickém královském pokoji včetně snídaně do postele
- Pokojové aranžmá zahrnuje lahev Bohemia sektu s jahodami a vázanou kyticí z růží
- V masážním hotelovém centru budou poskytnuty 2 thajské masáže – ROYAL AROMA Massage 90 min a ROYAL THAI Massage 90 min.
- Wellness pro 2 osoby zahrnuje volný vstup do bazénu po dobu 1 hodiny, hodinový pobyt v sauně, 30 minut ve whirlpoolu a 1 hodinu ve fitness.
- Večer čtyřchodová love dinner při svíčkách – vždy na výběr z aktuálního hotelového menu 1 lahev vína 0,75l (bílé nebo červené) a 2 nealko nápoje dle vlastního výběru

Cena za pobyt pro 2 osoby - mimosezona 11.900,- Kč - sezona 14.900,- Kč

2. Golfové balíčky

◆ **Víkendový golf**

1x nocleh se snídaní v zámeckém pokoji

1x večeře - tříchodové menu v restauraci „Pánů z Růže“

2x Green Fee o víkendu

2x žeton na driving range

Cena balíčku pro jednu osobu od 4.800,- Kč Cena balíčku pro dvě osoby od 7.400,- Kč

◆ **Labužník a Golf**

2x nocleh se snídaní v zámeckém pokoji

2x večeře - tříchodové menu v restauraci „Pánů z Růže“

2x Green Fee
3x žeton na driving range

Cena balíčku pro jednu osobu od 8.100,- Kč Cena balíčku pro dvě osoby od 11.900,- Kč

◆ **Hole in one**

4x nocleh se snídaní v zámeckém pokoji
4x večeře - tříchodové menu v v restauraci „Pánů z Růže“
4x Green Fee
10x žeton na driving range
4x lekce výuky golfu (30 min/ lekce)

Cena balíčku pro jednu osobu od 17.600,- Kč. Cena balíčku pro dvě osoby od činí 26.800,- Kč

◆ **Totální golf**

7x nocleh se snídaní v zámeckém pokoji
5x večeře - tříchodové menu v v restauraci „Pánů z Růže“
6x Green Fee
10x žeton na driving range
2x lekce výuky golfu (30 min/ lekce)

Cena balíčku pro jednu osobu od 27.300,- Kč. Cena balíčku pro dvě osoby od 39.400,- Kč

3. Firemní balíčky

◆ **Jednodenní firemní balíček bez ubytovacích služeb**

- jednodenní pronájem prostor
- zapůjčení techniky/ plátno, flipchart, fixy, DVD přehrávač /
- konferenční nápoje po celý den
- oběd formou buffé

◆ **Dvoudenní firemní balíček vč. ubytovacích služeb na 1 noc**

- ubytování v zámeckém pokoji
- dvoudenní pronájem prostor
- zapůjčení techniky/ plátno, flipchart, fixy, DVD přehrávač /
- konferenční nápoje po oba dny
- oběd formou buffé
- večeře formou buffé

◆ **Třídenní firemní balíček vč. ubytovacích služeb na 2 noci**

- ubytování v zámeckém pokoji na 2 noci
- dvoudenní pronájem prostor
- zapůjčení techniky/ plátno, flipchart, fixy, DVD přehrávač /
- konferenční nápoje po oba dny
- 2× oběd formou buffé
- 2× večeře formou buffé

Ceny firemních balíčků se odvíjejí od doby pobytu v hotelu, počtu ubytovaných a sezónním obdobím.

Zdroj: Hotel Štekl

Příloha 10:

Dotazník

Dobrý den, jmenuji se Jana Dudáková, jsem studentkou Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích a zpracovávám svou bakalářskou práci na téma „Analýza ubytovacích a stravovacích služeb v Hluboké nad Vltavou“ .

V rámci této práce provádím u podnikatelů podnikajících v oblasti stravovacích a ubytovacích služeb výzkum jejich stavu, kapacit, poskytovaných služeb a konkurenceschopnosti.

Prosím zaškrtněte odpověď, která Vám nejvíce vyhovuje. Ve většině otázek je možná volba pouze jedné odpovědi, vyjma těch, které jsou označeny odkazem „více odpovědí“.

Všechny Vámi uvedené informace budou sloužit pouze ke zpracování mé bakalářské práce. Zpracovávány budou anonymně a nebudou jednotlivě uveřejněny.

1. Jaký je hlavní předmět Vašeho podnikání? [Více možností]

- Poskytování ubytovacích služeb
- Poskytování stravovacích služeb

Pokud jste poskytovatelem pouze stravovacích služeb, pokračujte prosím otázkou 6.

2. Jaký typ ubytování nabízíte?

- Kemp
- Ubytování v soukromí
- Turistická ubytovna
- Hotel garni
- Hotel
- Motel
- Botel
- Penzion
- Jiné, prosím upřesněte

.....

Pokud jste označili jinou odpověď než „Hotel“, pokračujte otázkou 5.

3. Je Vaše zařízení klasifikováno dle Oficiální jednotné klasifikace?

- Ne
- Ano *
- Ano **
- Ano ***
- Ano ****
- Ano *****

4. Rozlišujete Vámi poskytované služby na placené a neplacené?

- Ne
- Ano, prosím vypište ty neplacené.....
.....

5. Jaká je kapacita ubytovacího zařízení?

- Počet pokojů.....
- Celkový počet lůžek.....

6. Jakou formu stravování nabízíte?

[Více možností]

- Pohostinství
- Restaurace
- Motorest
- Samoobslužná restaurace
- Bufet
- Bistro (fast food)
- Občerstvení (kiosek)
- Denní bar (gril bar, pizzerie, snach bar)
- Noční bar (night club, dancing)
- Vinárna
- Kavárna a cukrárna
- Hostinec a pivnice
- Nenabízíme stravovací služby
- Jiné, prosím uveďte

7. Jsou součástí Vaší nabídky nápoje či pokrmy připravované z bioproduktů?

- Ano
- Ne

8. Oddělujete prostory pro kuřáky a nekuřáky?

- Ano
- Ne
- Jsme pouze nekuřácké zařízení

9. Je provoz zařízení ovlivněn sezónností

- Ano
- Ne
- Jsme pouze sezónní zařízení

10. Jaký geografický segment zákazníků tvoří největší část Vaši klientely?

[Více možností]

- Návštěvníci a turisté z České republiky
- Turisté ze zahraničí
- Místní obyvatelé
- Jiné, prosím uveďte.....

11. Který segment navštěvuje Vaše zařízení nejvíce:

[Více možností]

- Studenti a mladí lidé
- Manželské páry
- Rodiny s dětmi
- Senioři
- Jiné, prosím uveďte.....

12. Jak ohrožující je pro Vás existence konkurence?

1 2 3 4 5

Neohrožuje Velmi ohrožuje

13. Jakým způsobem stanovujete cenu?

[Více možností]

- Nákladovou kalkulací
- Podle konkurence
- Jiné, prosím uveďte.....

14. Jak byste ohodnotili cenovou úroveň Vašich služeb ve srovnání s konkurencí?

1 2 3 4 5

Nízká Vyšší

15. Je dané zařízení součástí nějakého řetězce?

- Ano, prosím uveďte jméno řetězce
- Ne

16. Kolik zaměstnanců pracuje ve Vašem zařízení?

- 1 – 10
- 11 – 20
- 21 – 30
- Více jak 30

17. V čem spočívá spolupráce s Vašimi zaměstnanci? [Více možností]

- Žádná není
- Školení zaměstnanců
- Pracovní porady
- Teambuildingy
- Sociální výhody
- Jiné, prosím vypište.....

18. Zaměstnáváte i členy své rodiny?

- Ano
- Ne

19. Jste spokojen(a) se ziskovostí a obsazeností Vašeho zařízení?

- Spíše Ano
- Ano
- Spíše Ne
- Ne

20. Vámi dosažené tržby za loňský rok byly přibližně?

- Méně jak 1 milion Kč
- 1 až 5 milionů Kč?
- Více než 5 milionů Kč?

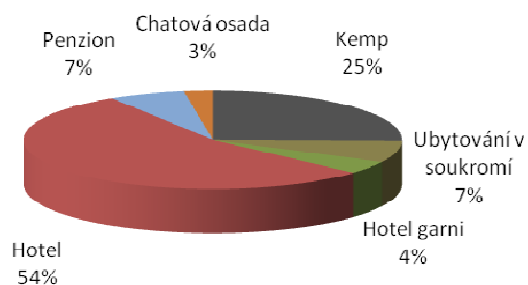
Děkuji za Váš čas pro vyplnění dotazníku a přeji příjemný zbytek dne.

Příloha 11:

Tabulka 5: Kapacita ubytovacích zařízení

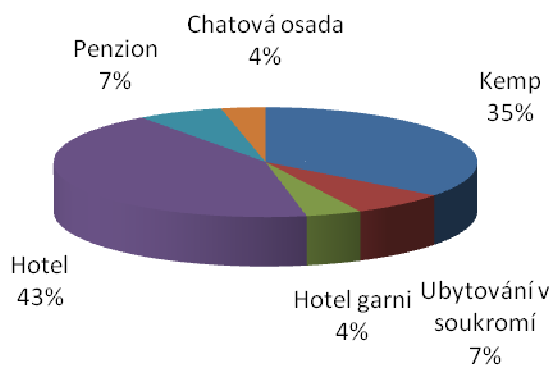
počet pokojů	490
počet lůžek	1416

Graf 8: Počty pokojů v jednotlivých typech ubytovacích zařízení



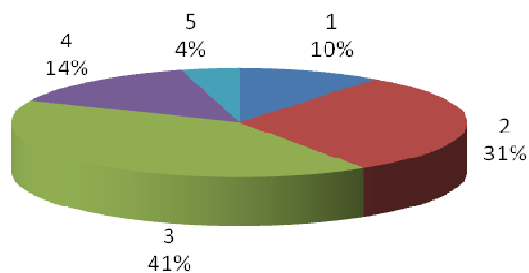
Zdroj: Vlastní šetření

Graf 9: Celkový počet lůžek v jednotlivých typech ubytovacích zařízení



Zdroj: Vlastní šetření

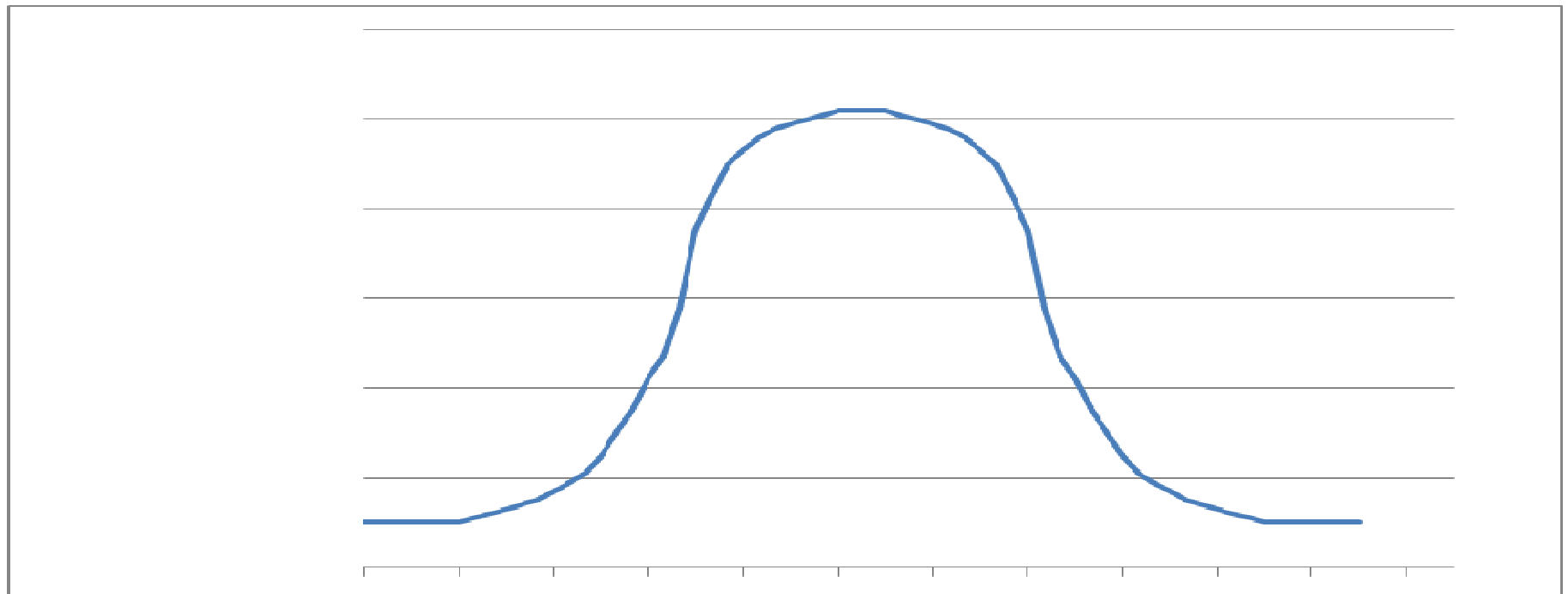
Graf 18: Jak byste ohodnotili cenovou úroveň Vašich služeb ve srovnání s konkurencí?



Zdroj: Vlastní šetření

Příloha 12:

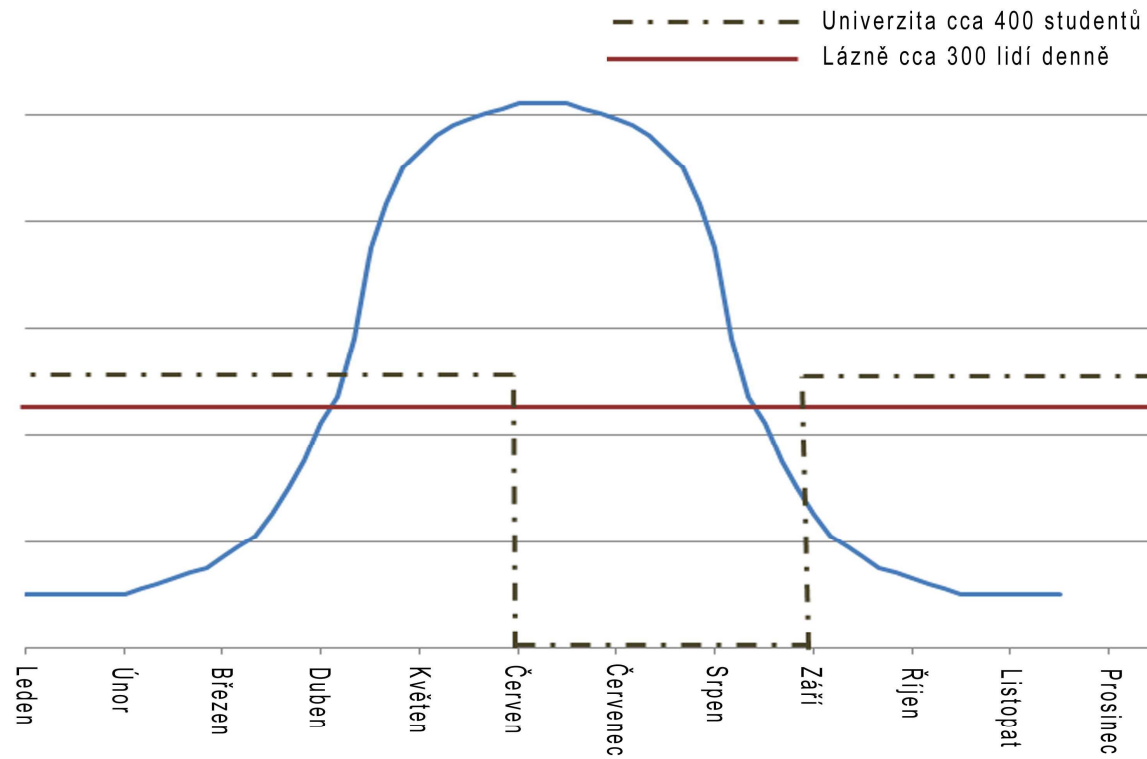
Graf 25: Sezónnost v Hluboké nad Vltavou



Zdroj: Ing. Tomáš Jirsa, starosta města Hluboká nad Vltavou

Příloha 13:

Graf 26: Možná řešení problému sezónnosti v Hluboké nad Vltavou



Zdroj: Ing. Tomáš Jirsa, starosta města Hluboká nad Vltavou

Příloha 14:

Návrhy školení zaměstnanců

Návrh	Přibližná cena v Kč
1. Samostudium	120,-- na 1 zaměstnance
<ul style="list-style-type: none">♦ Využití materiálů Virtuálního školícího centra na stánkách agentury CzechTourism (www.vzdelavanivcr.cz). Materiály lze z webových stránek získat zdarma, nutné je počítat s náklady na tisk. Tyto materiály by byly poskytnuty zaměstnancům a ty by je museli do určité doby prostudovat. Po určité době by mohli být přezkušováni.♦ Vytvoření překladu základních frází pro komunikaci v ČR v několika jazycích a poskytnout je zaměstnancům k samostudiu.	
2. Vzdělávací programy AHR ČR	od 4 500,-- na 1 zaměstnance
<ul style="list-style-type: none">♦ Zaměstnanci se zúčastní jedno – dvoudenního školení, kde získají nejen teoretické, ale i praktické dovednosti ve své profesi.	
3. Kurzy pořádané SŠ a VOŠ CR v ČB	5000,-- na 1 zaměstnance
<ul style="list-style-type: none">♦ Zaměstnanci daného zařízení se mohou zúčastnit kurzů, kde si rozšíří své dovednosti a znalosti ve svém oboru. Nabízené jsou různé druhy kurzů zaměřených spíše na praktické dovednosti, než na komunikaci se zákazníky.	

Příloha 15:

Nabídka biopokrmů (příklad možného jídelního lístku)

Studené předkrmy

Nakládaný kozí sýr s bílou plísní

Rostbífový sendvič

Polévky

Rýžová polévka s italskou klobásou

Rajčatová polévka

Brokolicový krém s nivou

Teplé předkrmy

Rozpečený kozí sýr s bazalkou, bagetka

Toust s kozím sýrem a cibulkou s brusinkami

Sýrový sendvič

Pokrmů z ryb

Kapr plněný slaninou a křenem

Kapr v rajském kabátku

Pstruh se smetanovou omáčkou

Pokrmů z drůbežího masa

Kuře v ledovém salátu

Kuřecí prsíčka s kozím sýrem, teplou čočkou a pečenou zeleninou

Kuře v olivovo-sýrové krustě

Pokrmů z vepřového masa

Vepřové žebírko dušené v jablečném octu

Špenátová panenka

Masové kuličky se sýrem

Pokrmý s hovězího masa

Pikantní roštěny s chilli omáčkou

Hovězí steak na pepři

Hovězí steak s topinkami a salátem

Bezmasé pokrmý

Rizoto s quinou a pečenou zeleninou

Čočka s kozím sýrem

Saláty

Teplý kuřecí salát

Salát z řepy

Okurkový salát se sýrem Akawi

Rýžový kuřecí salát

Mrkev s bazalkou

Těstoviny

Linguine s plísňovým sýrem

Špagety po formansku

Moučníky

Bramborové knedlíky se švestkami a mákem

Pohankové knedlíky s třešněmi

Skořicové lívance s medem

Přílohy

Vařené brambory

Bramborové hranolky

Rýže

Těstoviny

Pečivo

Kalkulace vybraných pokrmů

Rostbífový sendvič

Suroviny (Kč)	Množství (g)	Cena/kg (Kč)	Cena
Tvaroh	50	132, --	6, 60
Smetana	50	168, --	8, 40
Křen	10	290, --	2, 90
Žervé	40	240, --	9, 60
Bylinková sůl	5	365, --	1, 825
Nízký roštěnc	50	400, --	20, --
Chléb	50	39, -- / 700g	2, 43
Celkem za suroviny			51, 755
Náklady na zaměstnance			17, --
Náklady na energie a odpisy			10, --
Marže (30 %)			15, 53
Celkem			94, 30

Sýrový sendvič

Ciabatta (bagetka)	1 ks	14, -- / ks	14, --
Olivový olej	5	440, --	2, 20
Ementál	4	350, --	1, 40
Camembert	10	520, --	5, 20
Rajče	20	120, --	2, 40
Eidam	10	375, --	3, 75
Celkem za suroviny			28, 95
Náklady na zaměstnance			15, --
Náklady na energie a odpisy			10, --
Marže (30 %)			9, --
Celkem			62, 75

Brokolicová polévka

Olivový olej	10	440, --	4, 40
Česnek	2	230, --	0, 46
Jarní cibulka	30	47, --	1, 41
Sušený tymián	2	900, --	1, 80
Brokolice	120	109, --	13, --
Camembert	25	520, --	13, --
Chilly papričky	5	180, --	0, 90
Sůl	2	52, --	0, 10
Pepř	1	1057, --	1, 10
Mrkev	20	49, --	0, 98
Celer	15	75, --	1, 13
Petržel	20	110, --	2, 20
Celkem za suroviny			40, 48
Náklady na zaměstnance			17, --
Náklady na energie a odpisy			12, --
Marže (30 %)			12, 10
Celkem			69, 70

Hovězí steak s topinkami a salátem

Pekingské zelí	100	120, --	12, --
Červená cibule	20	50, --	1, --
Rajče	50	120, --	6, --
Camembert	25	520, --	13, --
Hovězí svíčková	150	820, --	123, --
Chléb	100	35, --	3, 50
Česnek	5	230, --	1, 15
Dresink	15	80, --	1, 20
Sůl	3	52, --	0, 16
Pepř	2	1057, --	2, 11
Celkem za suroviny			163, 12
Náklady na zaměstnance			29, --
Náklady na energii a odpisy			15, --
Marže (30 %)			48, 94
Celkem			256, --

Kuře v olivovo – sýrové krustě

Strouhanka	40	100, --	4, --
Sýr Eidam	40	375, --	15, --
Olivy	5	367, --	1, 83
Sušené chilly papričky	3	840, --	2, 52
Kuřecí maso	100	260, --	26, --
Hladká mouka	20	21, --	0, 42
Vejce	0, 5 ks	6, --/ks	3, --
Sůl	3	52, --	0, 16
Pepř	2	1057, --	2, 11
Celkem za suroviny			55, 04
Náklady na zaměstnance			18, --
Náklady na energii a odpisy			15, --
Marže (30 %)			16, 51
Celkem			104, 55

Příloha 16:

Nabídka dodavatelů biosurovin

Internetový obchod:

- Biotop (www.ebiotop.cz)
- Biosféra (www.biosfera.cz)
- Biokvalita (www.biokvalita.cz)
- Rozmarýna – biopotraviny (www.rozmaryna.cz)

Kamenné obchody v Českých Budějovicích:

- PÍ – centrum, biopotraviny (Panská ulice)
- Slunečnice (Chelčického ulice)
- Zeleninový bar (Náměstí Přemysla Otakara II.)

Tabulka 6: Ekozemědělci v Jihočeském kraji (výběr):

Ekozemědělci	Místo provozování činnosti	Nabídka Biosurovin
Petr a Gabriela Dostálkovi	Trhové Sviny	sezónní prodej zeleniny
Agro – Mambak	Horní Dvořiště	chov mléčného a masného skotu, pěstování obilovin a luskovin
Hana Langová	Slavonice	prodej kozích sýrů, tvarohu a mléka
Bio-rodina, s. r. o	Vlachovo březí	prodej zeleniny a vajec
Eduard Kraml	Stachy	prodej brambor a telecího masa
Ekofarma Branišov	Stachy	prodej masného skotu
Biofarma Slunečná	Volary Želnavá	prodej hovězího, jehněčího a kůzlečího masa, mléka, sýrů, jogurtů, smetany a másla
Farma KOFA	Bavorov	prodej kozího mléka a sýrů
Farma MLÝNEC	Jistebnice	prodej zeleniny a bylinek
Ekostatek Ludvíkov	Jistebnice	sezónní prodej zeleniny, bylinek, medu, vajec, hovězího masa a hus

Zdroj: www.hnutiduha.cz/bio

Příloha 17:

Nabídka snídaňových menu

- I. Vaječná bagetka
Čerstvý pomerančový džus
Espresso
Biočokofigurka

- II. Rýžový pudink
Bílá káva
Čaj
Pletenec s rozinkami
Bílý jogurt

- III. Letní vejce z pánve
Celozrnný chléb
Čerstvý mandarinkový džus
Čaj, káva
Ovocný chlebíček

Nabídka speciálních menu

- I. Meloun se sýrem a mátou
Luxusní zámecká česnečka
Hovězí plátky na zázvoru, opékané brambory
Skořicové lívance s medem
Espresso
Vida organica Malbec - růžové víno
EdePils – světlý ležák
Michlovský laurot – červené víno

- II. Nakládaný kozí sýr s bazalkou
Hovězí vývar s masem a bylinkovými noky
Pikantní bramborová tortila, zelný salát
Hruškový koláč

Kalkulace snídaňového menu

Suroviny	Množství (g)	Cena za kg	Cena
Vaječná bagetka			
Vejce	1 ks	6, -- /ks	6, --
Kozí sýr	25	250, --	6, 25
Žervé	20	235, --	4, 70
Petrželová nať	5	550, --	2, 75
Pažitka	5	600, --	3, --
Plnotučná hořčice	10	80, --	0, 80
Pekingské zelí	40	120, --	4, 80
Rajče	20	120, --	2, 40
Bagetka	1 ks	11, --	11, --
Sůl	2	52, --	0, 10
Celkem za suroviny			41, 80

Čerstvá pomerančová šťáva

Pomeranč	400	82, --	32, 80
Káva Espresso			
Káva	7	480, --	3, 35
Mléko	20	29, --	0, 58
Cukr	4	39, --	0, 16
Celkem za suroviny			4, 09

Biočokolofgurka 1 ks 15, --

Celkem za jednotlivé složky menu	93, 69
Náklady na zaměstnance	14, --
Náklady na odpisy a energie	8, --
Marže (30 %)	28, 11

Celkem za snídaňové menu 143, 80

Příloha 19:

Pohádkový týden pro seniory (návrh)

- ♦ Ceny v balíčku byly kalkulovány se 45 % slevou z pultových cen
- ♦ Cena prohlídky zámku je počítána jako 150,-- Kč na osobu

Balíček zahrnuje:

✓ Ubytování na 6 nocí v Zámeckém pokoji hotelu Štekl	11 880,--
✓ 6 x kontinentální snídaně	
✓ 5 x večeře formou bufetu	
✓ 1 x slavnostní tříchodové menu pro 2 osoby	300,--
✓ Volný vstup do hotelového bazénu po celou dobu pobytu	
✓ 2 x 30 min. pobyt v sauně (nebo ve whirlpoolu)	
✓ 2 x thajská masáž dle výběru	1 400,-
✓ 1 x vstup do zámku Hluboká pro 2 osoby	300,--
✓ 1 x vstup do Vorařského muzea (x Lihovar Poněšice x muzeum historických vozidel Pořežany, vyjížďka městem kočárem taženým koňmi) – 2 osoby	360,--
✓ 1 x večer s hudbou a tancem	400,--
<hr/>	
Celkem pro 2 osoby včetně DPH	14 640,--

Prodloužený víkend pro seniory (návrh)

- ♦ Cena balíčku je kalkulována jako 55 % pultových cen hotelu
- ♦ Cena prohlídky zámku je počítána jako 100,-- Kč na osobu

Balíček zahrnuje:

✓ Ubytování na 2 noci v Zámeckém pokoji hotelu Štekl	3 960,--
✓ 2 x snídaně formou bufetu	
✓ 1 x večeře formou bufetu	
✓ 1 x slavnostní tříchodové menu	400,--
✓ 1 x vstup do zámku Hluboká pro 2 osoby	200,--
✓ Volný vstup do hotelového bazénu po celou dobu pobytu	
✓ 1 x 30 min. pobyt v solné jeskyni pro 2 osoby	600,--
✓ 1 x večer s hudbou a tancem	400,--
<hr/>	
Celkem pro 2 osoby včetně DPH	5 290,--

Příloha 20:

Projekt Ministerstva zemědělství a Evropského rybářského fondu


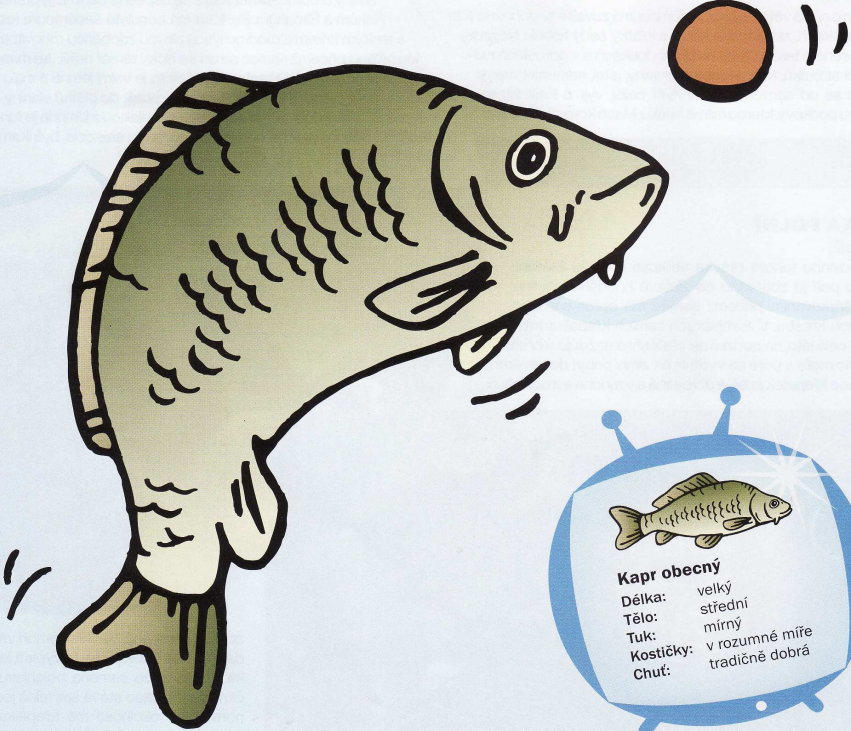
Pro vaše dotazy zřízena infolinka 810 810 820
(cena za sazbu místního hovoru)

WWW.RYBADOMACI.CZ


Představuje se Vám

Kapr obecný


Kapr je báječný společník a bodrý brach. Všude, kde se objeví se všední chvíle mění ve veselou náladu a nádhernou pohodu, kterou hravě dokáže přenést i na Váš stůl. A to nejen o Vánocích... Pravidelná konzumace jeho výtečného masa má příznivý vliv na štíhlou linii i celkovou kondici.



Kapr obecný
Délka: velký
Tělo: střední
Tuk: mírný
Kostičky: v rozumné míře
Chuť: tradičně dobrá



EVROPSKÝ RYBÁŘSKÝ FOND
INVESTOVÁNÍ DO UDRŽITELNÉHO
RYBOLOVU



MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ
ČESKÉ REPUBLIKY

Zdroj: La Cucina Italiana (32/2008)

Příloha 21:
Obrazová příloha

Obrázek 1: Zámek Hluboká



Zdroj: www.zamek-hluboka.eu

Obrázek 2: Terasa zámecké restaurace



Zdroj: www.zamek-hluboka.eu

Obrázek 3: Pohled na město Hluboká nad Vltavou



Zdroj: www.hluboka.cz

Obrázek 4: Kostel



Zdroj: www.hluboka.cz

Obrázek 5: Letecký snímek golf. hřiště



www.golf.hluboka.cz

Obrázek 6: Logo Rybářství Hluboká, a.s



www.hluboka.rybarstvi.cz

Obrázek 7: Letecký snímek hotelu



Zdroj: www.hotelstekl.cz

Obrázek 8: Areál hotelu Štekl



Zdroj: www.hoteltyp.cz

Obrázek 9: Restaurace Pánů z růže



Zdroj: www.hotelstekl.cz

Obrázek 10: Oranžerie



Zdroj: www.hotelstekl.cz

Obrázek 11: Královský salonek



Zdroj: www.hotelstekl.cz

Obrázek 12: Královský pokoj



Zdroj: www.hoteltyp.cz