

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

Studijní program: B6208 Ekonomika a Management
Studijní obor: Obchodní podnikání – cestovní ruch

Analýza ubytovacích a stravovacích služeb v Českém
Krumlově

Vedoucí bakalářské práce
Ing. Roman Švec

Autor bakalářské práce
Kambová Monika

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

Jméno a příjmení: **Monika KAMBOVÁ**

Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**

Studijní obor: **Obchodní podnikání**

Název tématu: **Analýza ubytovacích a stravovacích služeb v Českém Krumlově**

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 Českém Krumlově. 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

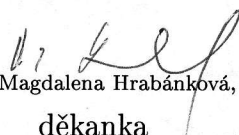
Seznam odborné literatury:

- Hesková, M. a kol.: Cestovní ruch. Praha: Frotuna, 2006.
Indrová, J.: Hotelový management: vybrané kapitoly. Praha: VŠE, 1996.
Kiráľová, A.: Marketing hotelových služeb: předpoklady využití marketingu v hotelu, marketingová strategie, aktivizace marketingového mixu, koordinace marketingových činností. Praha: Ekopress, 2002.
Němčanský, M.: Analýza a kalkulace v cestovním ruchu. Karviná: Slezská univerzita, Obchodně podnikatelská fakulta, 2001.
Smolková, H., Škodová Parmová, D.: Řízení cestovního ruchu v regionech Lipensko a Českokrumlovsko. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 2005.
Zelinka, J., Pásková, M.: 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
EKONOMICKÁ FAKULTA**
Studentská 13 (6)
370 05 České Budějovice
IČ 600 76 658, DIČ CZ60076658


Ing. Kamil Pícha, Ph.D.

vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 30. října 2008

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách.

V Českých Budějovicích dne.....

Podpis studenta.....

Ráda bych poděkovala panu Ing. Romanu Švecovi za trpělivost a aktivitu, kterou mi věnoval při vypracování bakalářské práce, a za podporu ve chvílích časové tísně.

Druhé poděkování věnuji panu Václavu Slancovi, provoznímu hotelu The Old Inn, který mi ochotně poskytl všechny potřebné informace.

Poděkování patří i mé rodině a příteli, kteří mě podporovali po celou dobu mého studia.

OBSAH

1	ÚVOD	7
2	CÍLE A METODIKA	8
2.1	CÍLE.....	8
2.2	PRACOVNÍ HYPOTÉZY	8
2.3	METODIKA	8
3	LITERÁRNÍ REŠERŠE	10
3.1	VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ	10
3.1.1	<i>Obchod</i>	10
3.1.2	<i>Produkt</i>	10
3.1.3	<i>Služby</i>	11
3.1.4	<i>Marketing</i>	14
3.1.5	<i>Cestovní ruch</i>	15
3.2	SLUŽBY V CESTOVNÍM RUCHU	16
3.2.1	<i>Ubytovací a stravovací služby</i>	18
4	ANALÝZA UBYTOVACÍCH A STRAVOVACÍCH SLUŽEB	24
4.1	ANALÝZA SEKUNDÁRNÍCH ÚDAJŮ	24
4.1.1	<i>Historie Českého Krumlova</i>	24
4.1.2	<i>Geografické vymezení města Český Krumlov</i>	25
4.1.3	<i>Demografické vymezení</i>	26
4.1.4	<i>Vývoj nezaměstnanosti v Českém Krumlově</i>	26
4.1.5	<i>Služby cestovního ruchu v Českém Krumlově</i>	26
4.1.6	<i>Plány rozvoje cestovního ruchu</i>	31
4.1.7	<i>Spolupráce s podnikateli</i>	32
4.1.8	<i>Analýza vybraného hotelu THE OLD INN</i>	33
4.2	ANALÝZA PRIMÁRNÍCH ÚDAJŮ	36
4.2.1	<i>Terénní šetření</i>	36
4.2.2	<i>Řízený rozhovor</i>	49
4.3	SYNTÉZA ZJIŠTĚNÝCH ÚDAJŮ	54
4.3.1	<i>Předmět podnikání</i>	54
4.3.2	<i>Ubytovací služby</i>	55
4.3.3	<i>Stravovací služby</i>	56
4.3.4	<i>Sezónnost</i>	57
4.3.5	<i>Segment zákazníků</i>	58
4.3.6	<i>Konkurence</i>	59
4.3.7	<i>Hotelové a restaurační řetězce</i>	59
4.3.8	<i>Zaměstnanci</i>	60
4.3.9	<i>Ziskovost</i>	61
5	NÁVRHY A OPATŘENÍ	62
5.1	STATISTICKÁ DATA.....	62
5.2	OFICIÁLNÍ JEDNOTNÁ KLASIFIKACE.....	62
5.3	ZLEPŠENÍ STRAVOVACÍCH SLUŽEB KEMPU NOVÉ SPOLÍ	63
5.4	RESTAURACE S ŽIVOU MUZIKOU.....	65
5.5	OTEVŘENÍ RYCHLÉHO OBČERSTVENÍ.....	66
5.6	ZÁMECKÉ OCHUTNÁVKY VÍNA	66
5.7	ZALOŽENÍ ŠKOLÍČÍHO CENTRA.....	67
6	ZÁVĚR	69

7	SUMMARY	71
8	SEZNAM LITERATURY	72
8.1	LITERÁRNÍ ZDROJE	72
8.2	INTERNETOVÉ ZDROJE	73
9	SEZNAM GRAFŮ.....	74
10	PŘÍLOHY	75
10.1	SEZNAM PŘÍLOH	75

1 ÚVOD

Český Krumlov patří díky své historii, kulturnímu i sportovnímu vyžití a gastronomii mezi nejnavštěvovanější města celé České republiky. K vysoké návštěvnosti města přispívá i fakt, že historické centrum je zapsáno na seznamu světového dědictví UNESCO. Vzhledem k rychlému rozvoji odvětví cestovního ruchu, který přináší do veřejných i soukromých rozpočtů mnoho finančních prostředků, je potřeba jeho rozkvět stále podporovat nejen vlastním úsilím, ale i dalšími investovanými finančními prostředky. Proto, aby se vložené peníze investorům co nejrychleji vracely, je nutností je investovat co nejefektivněji a ve správnou chvíli. Finance, vložené do zlepšování infrastruktury a zlepšování kvality poskytovaných služeb, se investorům začínají vracet velmi brzy a to v závislosti na rostoucích příjmech z cestovního ruchu.

Nejrentabilnější se zdají být právě služby cestovního ruchu zaměřené na hotelnictví a gastronomii, které dotvářejí celkovou atraktivitu vybrané destinace. Jsou mezi hosty velmi oblíbené, jelikož jim přinášejí velký užitek. Díky hotelovým službám mohou turisté zůstat v oblasti více dní a vidět všechny naplánované cíle, které by za jediný den projít nestihli. Stravovací služby zajišťují kompletní stravování hostů, kterým tak ušetří mnoho práce a času s přípravou teplých i studených pokrmů. Tento naspořený čas mohou návštěvníci opět věnovat prohlídkám dostupných atraktivit.

Práce je zaměřená na analýzu výše zmiňovaných ubytovacích a stravovacích služeb Českého Krumlova, přičemž bude vybrán a podrobněji analyzován i konkrétní podnik.

Závěrem celé práce bych ráda, na základě výsledků z provedené analýzy, navrhla opatření na zlepšení poskytovaných ubytovacích a stravovacích služeb.

2 CÍLE A METODIKA

2.1 Cíle

Cílem této práce je na základě analýzy trhu cestovního ruchu v Českém Krumlově zmapovat a vyhodnotit aktuální situaci ubytovacích a stravovacích služeb. Získat přehled o počtu, významu a úrovni zmiňovaných služeb, zjistit poměr mezi kvalitou a cenou poskytovaných služeb a zaměřit se na vytíženost jednotlivých zařízení.

Dílním cílem je zjištění předpokladů dalšího rozvoje ubytovacích a stravovacích zařízení a sestavení doporučení pro zlepšení nabídky ubytovacích a stravovacích služeb.

2.2 Pracovní hypotézy

1. Ve vybrané oblasti existuje velké množství ubytovacích a stravovacích zařízení v různých úrovních a s odlišnými poskytovanými službami.
2. Je zřejmý poměr mezi kvalitou a cenou poskytovaných služeb.
3. Kvalita ubytovacích a stravovacích služeb je ovlivněna především lidmi pracujícími v této oblasti.
4. Ve vytížení jednotlivých zařízení se objevují vlivy sezónnosti.

2.3 Metodika

Zkoumání analytické části bude nejprve probíhat studiem odborné literatury a sestavením literární rešerše. Dále budu pokračovat analýzou primární nabídky cestovního ruchu, kde se zaměřím na sestavení nejvíce navštěvovaných přírodních a kulturně-historických atraktivit.

Důležitější částí pro bakalářskou práci bude zanalyzování sekundární nabídky cestovního ruchu se zaměřením na informační, dopravní, ubytovací a stravovací služby.

Zásadním úkolem je provedení terénního šetření, které bude probíhat v Českém Krumlově, a bude zaměřeno na nabídku ubytovacích a stravovacích služeb. Způsob provedení terénního šetření jsem zvolila písemným dotazováním přes dostupné

e-mailové adresy ubytovacích a stravovacích zařízení. V případě nedostatečného počtu vrácených dotazníků bude šetření probíhat nejen písemně, ale i tváří v tvář.

Šetření bude sestaveno z několika částí. Nejprve se budu věnovat studiu sekundárních dat, z nichž později připravím dotazník. Abych zjistila správnost položených otázek, provedu pilotní výzkum, po kterém se budu zabývat korekcí dotazníku. Po dokončení úprav otázek provedu dotazníkové šetření.

Pro dokreslení situace proběhne řízený rozhovor s vedoucím vybraného ubytovacího zařízení. Rozhovor si povedu sama na předem domluvené schůzce a pokládané otázky se budou týkat stejných okruhů jako v dotazníku.

Po získání a sběru potřebných dat, provedu vyhodnocení terénního šetření a porovnáím výsledky se stávajícími údaji. Ze syntézy primárních a sekundárních údajů sestavím návrhy a opatření do budoucna.

3 LITERÁRNÍ REŠERŠE

3.1 Vymezení základních pojmů

3.1.1 Obchod

Obchod (PRAŽSKÁ, 2002, s. 24) se většinou jeví jako věc zcela samozřejmá, protože s ním všichni přicházíme do kontaktu a jsme často přesvědčení, že bychom věci uměli dělat lépe. Oč snadnější je radit zelináři „v naší ulici“, o to obtížnější je sledovat např. proces řízení nákupu či prodeje a různé cesty zboží ve velkých řetězcích, v zahraničním obchodě i v obchodních transakcích burzovní povahy.

Obchod je možno chápat v několika základních polohách (PRAŽSKÁ, 2002, s. 27):

- Obchod jako činnost . Obchod jako činnost představuje nejobsáhlejší pojetí. Je to činnost zahrnující nákup a prodej zboží. Obchodní činností se však mohou zabývat i subjekty, jejichž hlavní činností je výroba. Kromě toho představuje obchod i činnosti, při nichž se neobchoduje se zbožím, ale i se službami, s informacemi či s energií, s cennými papíry.
- Obchod jako instituci. V tomto pojetí představuje subjekty zabývající se převážně obchodem, přičemž za obchodní instituce v užším slova smyslu jsou považovány ty subjekty, které nakupují fyzické zboží za účelem dalšího prodeje bez jeho podstatnější úpravy.

3.1.2 Produkt

Lidé uspokojují své potřeby, touhy a přání prostřednictvím produktů. Produkty jsou veškeré výrobky, služby, ale i zkušenosti, osoby, místa, organizace, informace a myšlenky, tj. vše, co se může stát předmětem směny, použití či spotřeby, co může uspokojit potřeby a přání (KOTLER, 2004, s. 32).

Jiné vymezení produktu může být, že produkt je považován za souhrn objektů nebo procesů přinášejících zákazníkovi určitou hodnotu (PAYNE, 1996, s. 14).

3.1.3 Služby

Oproti hmotnému zboží produkty zahrnují i služby, jimiž se rozumí aktivity či užitky nabízené k prodeji, které mají v podstatě nehmotnou povahu a nelze k nim převádět vlastnické právo. Jako příklad mohou být služby bank, aerolinií, hotelů, zpracování daňových přiznání či opravárenské služby pro domácnost (KOTLER, 2004, s. 32).

Služba se dá také definovat jako činnost, která v sobě má určitý prvek nehmotnosti a vyžaduje určitou interakci se zákazníkem nebo s 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 (PAYNE, 1996, s. 14).

3.1.3.1 Kategorie služeb

Služby se mění v závislosti na mnoha faktorech. Příkladem může být, zda jsou zaměřeny na uspokojování osobních či obchodních potřeb, zda vyžadují fyzickou přítomnost zákazníka, zda závisejí spíše na zařízeních nebo na zaměstnancích (PAYNE, 1996, s. 15).

Můžeme je rozdělit do čtyřech kategorií (KOTLER, 1996):

- Pouze hmatatelné zboží, jako je mýdlo, zubní pasta nebo sůl. Tento produkt není doprovázen žádnými službami.
- Hmatatelné zboží s doprovodnými službami, které mají zvýšit přitažlivost zboží spotřebitele. Příkladem je prodej počítačů.
- Důležitá služba s doprovodnými menšími výrobky a službami, jako např. cestování letadlem první třídou.
- Pouze služba, jako je například hlídání dětí nebo psychoterapie.

3.1.3.2 Vlastnosti služeb

Služby mají určité vlastnosti, které je odlišují od výrobních produktů. Službám se obecně přisuzují tyto čtyři vlastnosti (PAYNE, 1996, s. 15):

- Nehmatatelnost – služby jsou do značné míry abstraktní a nehmotné.

- Proměnlivost – služby nejsou standardní a jsou vysoce proměnlivé.
- Nedělitelnost – výroba a spotřeba služeb většinou probíhá současně a za účasti zákazníka.
- Pomíjivost – služby nelze skladovat.

3.1.3.3 Klasifikace služeb

Rozvoji klasifikačních systémů služeb byla v odborných kruzích věnována velká pozornost. Cílem klasifikace je pomoci manažerům ve službách překonat stávající bariéry a čerpat zkušenosti z jiných odvětví, které mají se službami některé společné rysy. Služby lze jednoduše definovat jejich výčtem (PAYNE, 1996, s. 18):

- Maloobchod a velkoobchod.
- Doprava, distribuce a skladování.
- Bankovníctví a pojišťovnictví.
- Nemovitosti.
- Komunikace a informační služby.
- Veřejné služby, vládní a vojenský sektor.
- Zdravotnictví.
- Obchodní, profesionální a osobní služby.
- Rekreační a ubytovací služby.
- Vzdělání.
- Ostatní neziskové organizace.

3.1.3.4 Obecná specifika služeb

Obecná specifika ovlivňují všechny firmy v odvětví služeb a nikdy je nebude možné eliminovat. Šest obecných specifik – neměnné rozdíly, které ovlivňují marketing služeb (MORRISON, 1995, s. 38):

- **Nehmotný charakter služeb.** Výrobky se před zakoupením mohou testovat různými způsoby. Testování se může realizovat díky věcnému charakteru zboží. Oproti tomu služby nelze testovat a hodnotit stejným způsobem. Jsou nehmotné a člověk musí mít zkušenosti s tím, jak „fungují“.

- **Charakter výroby.** Výrobky jsou vyráběny, kompletovány a fyzicky dopraveny na místo prodeje. Většina služeb je vyráběna a spotřebována na témže místě. Výrobní proces lze přesně a komplexně kontrolovat. Kvalitativní kontrola služeb nedosahuje ani takové dokonalosti, ani není tak jednoduché ji zajistit. Všichni zaměstnanci nejsou schopni poskytovat služby stejné úrovně jako někteří jejich kolegové. Z toho je jasné, že proměnlivost úrovně služeb je životní skutečností. Chování jednoho zákazníka může zkazit dobrý dojem nebo zkušenost ostatních a jednání zaměstnanců, jiných zákazníků a jich samotných zvyšuje proměnlivost zážitků.
- **Pomíjivost.** Výrobky mohou být vyráběny na sklad, služby nikoliv. Služby a především čas možný k jejich realizaci nelze skladovat. Jejich životnost je jeden den a méně. Neexistuje žádný sklad pro ukládání poskytovaných služeb.
- **Distribuční cesty.** Kamiony, nákladní vozy, lodě nebo letadla zajišťují fyzickou přepravu vyrobeného zboží na sklad, do maloobchodní sítě nebo přímo zákazníkům. K realizaci co možná nejefektivnějšího pohybu zboží musí marketingoví manažeři výrobních závodů navrhnout distribuční strategie. V odvětví služeb fyzicky neexistuje žádný distribuční systém. Ve skutečnosti jsou to naopak zákazníci, kteří musí přijít do „továrny“ služeb nakoupit. Z tohoto pravidla existuje jen několik málo výjimek, jako například dodávky hotových jídel do domácností a zasílání jízenek cestovními kanceláři či leteckými společnostmi. Přepravní řetězec většiny zboží probíhá ve třech rozdílných prostorech: továrně, maloobchodní jednotce a místě spotřeby. Při nákupu služeb (služeb cestovního ruchu a pohostinství) do tohoto procesu vstupuje pouze jedno místo – místo realizace služby. Většina výrobních závodů nemá svá vlastní prodejní střediska, která by se zabývala maloobchodním prodejem jejich zboží. Právý opak platí v oboru služeb. Přímou kontrolu nad jednotlivými odbytovými středisky služeb zde má např. obchodní řetězec, franchisor nebo jiné podobné skupiny.
- **Podmíněnost nákladů.** U většiny vyráběného zboží je možné přesně určit fixní a variabilní náklady. Jde o běžné, hmotné komodity. Pro služby platí proměnlivost, tak i nehmotnost. Někteří zákazníci vyžadují větší pozornost než

jiní a charakter požadovaných služeb není možné snad nikdy přesně stanovit. Výstupy výrobního závodu mohou být pečlivě programovány a plánovány, objemy produkce v oboru služeb nikoli.

- **Vztah služeb a provozovatele.** Některé služby jsou neoddělitelné od jedince, který je poskytuje.

3.1.4 Marketing

3.1.4.1 Definice marketingu

Marketing více než kterákoliv jiná oblast v podnikání je založen na vztazích se zákazníky. Vytváření hodnoty pro zákazníka a uspokojení jeho potřeb a přání představuje skutečný základ moderního marketingového myšlení a praxe. Nejjednodušší definice říká (KOTLER, 1996, s. 29), že marketing je uspokojení potřeb zákazníka na straně jedné a tvorba zisku na straně druhé. Cílem marketingu je vyhledávat nové zákazníky příslibem získání výjimečné hodnoty a udržet si stávající zákazníky uspokojením jejich potřeb, a současně vytvářet zisk.

Marketing se dá také definovat jako společenský a manažerský proces, jehož prostřednictvím uspokojují jednotlivci i skupiny své potřeby a přání v procesu výroby a směny výrobků či jiných hodnot (KOTLER, 1996, s. 30).

3.1.4.2 Marketing služeb

Marketing služeb představuje výchozí základnu pro rozvoj teorie a praxe marketingu cestovního ruchu. Obě sféry aplikace marketingu pracují se shodnými charakteristikami produktu a to především ve formě služby. Společným znakem marketingového řízení je používání rozšířeného marketingového mixu. V oblasti služeb i cestovního ruchu najdeme na straně podnikatelských subjektů podniky, které patří převážně do kategorie malých a středních podniků. U těchto subjektů se objevují značné rezervy ve využívání marketingových nástrojů pro jejich efektivní řízení (HESKOVÁ, 2006, s. 130).

3.1.4.3 Marketing v pohostinství a cestovním ruchu

Obchodovat zbožím a službami nelze stejnými způsoby. Marketing v tomto oboru se stává například mnohem komplikovanějším a odvětví je stále méně centrálně regulováno. Obecná i související specifika však v pohostinství a cestovním ruchu zůstanou na pořád. To je způsobeno vždy přítomnými rozdíly, které vyžadují zvláštní přístupy k marketingu v tomto oboru. Ty jsou reprezentovány především následujícími přístupy (MORRISON, 1995, s. 47):

- Používání více než jen „4P“.
- Větší význam ústní reklamy.
- Používání emotivní přitažlivosti propagace.
- Složitější ověřování inovací.
- Rostoucí význam dobrých vztahů s komplementárními firmami.

3.1.5 Cestovní ruch

Cestovní ruch hraje v současné moderní společnosti důležitou roli nejen v oblasti národního hospodářství, ale vyznačuje se i významnou spotřebou obyvatelstva. Jeho základními rysy jsou (INDROVÁ, 2004, s.11):

- Dočasnost změny místa stálého bydliště a dočasnost pobytu mimo něj
- Nevýdělečný charakter cesty a pobytu (jsou obvykle realizovány ve volném čase)
- Vztahy mezi lidmi, jež cestovní ruch vyvolává

Cestovní ruch je definován různými autory a rozdílnými způsoby, proto je problém vybrat jednu definici, která by byla nejužitečnější. Z tohoto důvodu je jich uvedeno několik.

Nejvíce používaná definice byla vymezena na Mezinárodní konferenci o statistice cestovního ruchu, která se uskutečnila v červnu 1991 a pořádala ji Světová organizace Cestovního ruchu (UNWTO): „Cestovní ruch je definován jako činnost osoby, cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí a to na dobu kratší než

je stanovena (mezinárodní CR méně než 1 rok, DCR méně než 6 měsíců), přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.“

Pro účely statistického sledování CR je cestovní ruch vymezen jako: „ Činnost lidí cestujících a zdržujících se mimo místo svého obvyklého prostředí po dobu nejvýše jednoho roku za účelem rekreace, obchodu nebo z jiného důvodu.“

Cestovní ruch (HORNER, 2003, s. 53) se obecně definuje jako krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností. Tato definice je sice na první pohled jednoduchá a jasná, naopak ale nezohledňuje přesné časové a také účelové vymezení. Je zde například opomenuto cestování za prací, které má na cestovním ruchu také velký podíl a ne vždy to musí být pro člověka příjemná záležitost.

Dále se cestovní ruch vymezuje definicí, která říká: „cestovní ruch znamená dočasnou změnu místa pobytu, tj. cestování a přebývání mimo místo trvalého bydliště, ne déle než 1 rok, zpravidla ve volném čase za účelem rekreace, rozvoje poznání a spojení mezi lidmi“ (RYGLOVÁ, 2005, s. 6).

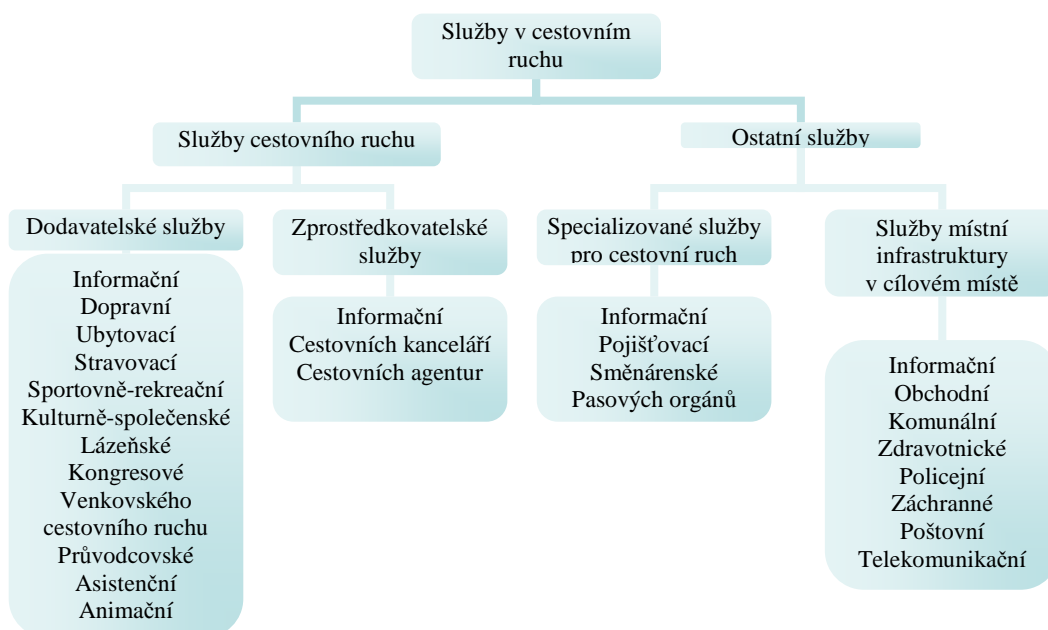
Svou definici sepsalo i Mezinárodní sdružení expertů cestovního ruchu - AIEST. Tato zní: „cestovní ruch je souhrn jevů a vztahů, které vyplývají z cestování nebo pohybu osob, přičemž místo pobytu není trvalým místem bydlení a zaměstnání“.

3.2 Služby v cestovním ruchu

Služba (HESKOVÁ, 2006, s. 97) je ekonomický statek, jehož podstatou je činnost a jehož hodnota je určena užitekem, který přináší. Poskytnutí služby se od výrobku liší tím, že jde o nemateriální činnost. Do procesu poskytování služby je nevyhnutelné začlenit i vnější faktor (zákazníka a zboží), v důsledku čehož dochází k souladu výroby služby s její spotřebou, a pomíjivostí služby (nemožnost vytváření zásob). V cestovním ruchu jde o široký sortiment služeb poskytovaných účastníkům cestovního ruchu.

Služby v cestovním ruchu (HESKOVÁ, 2006, s. 106) se dají rozdělit na služby cestovního ruchu a ostatní služby. Služby cestovního ruchu jsou výlučně nebo převážně určeny na uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu, ostatní služby jsou určeny převážně místnímu obyvatelstvu s tím, že účastníkům cestovního ruchu je určena část jejich produkce.

Schéma 1 Struktura služeb v cestovním ruchu



Podle výkladového slovníku (ZELENKA, 2002, s. 268) jsou tyto služby poskytované turistům, návštěvníkům a cestujícím. Můžeme je dále dělit:

- podle způsobu placení
 - placené
 - neplacené
- podle způsobu zajištění dostupnosti
 - předem rezervované
 - nerezervované.

Služby pohostinství a cestovního ruchu mají specifické charakteristiky, které se nenachází u jiných služeb. Dále platí, že služby cestovního ruchu a pohostinství nejsou zcela totožné. Zahrnují jak společnosti nabízející sériově vyráběné hamburgery, tak i ty, které připravují individuální cesty do zahraničí. Existuje osm základních zvláštností služeb pohostinství a cestovního ruchu (MORRISON, 1995, s. 44):

- Kratší expozitura služeb.
- Výraznější vliv psychiky a emocí při nákupu služeb.
- Větší význam vnější stránky poskytování služeb.
- Větší důraz na úroveň a image.
- Složitější a proměnlivější distribuční cesty.
- Větší závislost na komplementárních firmách.
- Snazší kopírování služeb.
- Větší důraz na propagaci mimo sezony.

3.2.1 Ubytovací a stravovací služby

Pro naši práci jsou z tohoto komplexu služeb nejdůležitější dvě velké skupiny služeb. Služby ubytovací a stravovací, na které bude práce dále zaměřena.

3.2.1.1 Ubytovací služby

Souvisejí s pobytovou stránkou cestovního ruchu. Umožňují přenocování nebo přechodné ubytování účastníků cestovního ruchu. Jsou významným předpokladem vzniku a rozvoje zejména dlouhodobého cestovního ruchu. Jejich součástí jsou také služby, které s pobytem hosta v ubytovacím zařízení souvisejí. Jde o podávání informací, úschovu zavazadel a jejich přepravu v ubytovacím zařízení, buzení hostů, půjčování společenských her, úschovu cenností v hotelovém trezoru, rezervování míst v odbytových střediscích, zprostředkování telefonických hovorů, podávání telegramů, prodej vybraných druhů zboží, časopisů, literatury, upomínkových předmětů, květin, praní a žehlení prádla, čištění a žehlení oděvů, sekretářské a další služby (ORIEŠKA, 1999, s. 9).

Tyto související služby však nejsou poskytovány ve všech ubytovacích zařízeních v plném rozsahu, ale jsou poskytovány podle toho, do jaké kategorie a třídy se hotel řadí. Dají se vyčlenit tři typy ubytování podle toho, jestli poskytují plné, částečné nebo vůbec žádné služby.

Třída vyjadřuje úroveň poskytovaných služeb projevující se jak ve vybavení, tak i ve vlastní kvalitě a rozsahu poskytovaných služeb. Podle současně platné klasifikace v České republice se ubytovací zařízení značí následovně (INDROVÁ, 2004, s. 36):

* TOURIST

** ECONOMY

*** STANDARD

**** FIRST CLASS

***** LUXURY

Dále se ubytovací zařízení člení podle mnoha kritérií (INDROVÁ, 2004, s. 34-37):

- 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.

- podle druhu zařízení a jeho funkce při uspokojování potřeb cestující veřejnosti (kategorie)
 - **Hotel** – ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty, vybavené pro poskytování přechodného ubytování a služeb s tím spojených (zejména služby stravovací). Hotely se člení do pěti tříd.
 - **Hotel garni** – má vybavení jen pro omezený rozsah stravovacích služeb (nejméně snídaně) 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.
 - **Botel** – představuje ubytovací zařízení umístěné v trvale zakotvené osobní lodi.
 - **Penzión** – 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.
 - **Turistická ubytovna** – je jednodušší ubytovací zařízení pro přechodné ubytování hostů a větším počtem lůžek v ubytovacích místnostech. Zařazuje se od jedné do dvou 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.
 - **Kemp** – ubytovací zařízení pro přechodné ubytování buď ve vlastním zařízení hostů (stan, obytný přívěs) popřípadě i v ubytovacích objektech provozovatele (chaty, sruby, bungalovy), nebo v jejich samostatně pronajímaných částech. Kempy jsou zařazovány do jedné do čtyř hvězdiček.

Ubytovací zařízení se také může členit podle (RYGLOVÁ, 2005, s. 23):

Charakteru zařízení na:

- pevná: hotely, motely, penziony, ubytovny, chatové osady, kempy a ubytování v soukromí
- pohyblivá: lodě, lůžkové vozy, lehátkové vozy, botely a obytné přívěsy

Časového využití na:

- celoroční (základní fond ubytovacích kapacit)
- dvou-sezónní (léto, zima)
- jedno-sezónní (léto nebo zima)

Provozovatele na:

- zařízení volného cestovního ruchu
- vázaného cestovního ruchu (chaty, ubytovny, zotavovny, lázeňské léčebny)

Druhu zařízení na:

- hromadná
- individuální

3.2.1.2 Stravovací služby

Zabezpečují uspokojování základních potřeb výživy účastníků cestovního 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 (ORIEŠKA, 1999, s.9).

Podle jiné autorky (INDROVÁ, 2004, s. 41) představuje stravování nejen potřeby výživy, ale i možnost seznámit se s určitým specifickým prvkem kultury daného národa či regionu a to především pro účastníky mezinárodního cestovního ruchu. Autorka se také zmiňuje o motivu účasti na cestovním ruchu právě z důvodu poznání těchto specifických zvyklostí či gastronomických produktů.

Zcela s tímto názorem souhlasím, jen bych doplnila, že motiv cestování za gastronomickými zážitky může být důležitý i v rámci domácího cestovního ruchu.

Například v České republice můžeme zmínit cestování domácích turistů na Jižní Moravu za poznáním vinných sklípků a ochutnávkou místních vinných odrůd.

Zajištění stravování může mít různé formy (INDROVÁ, 2004, s.42):

- individuální stravování – účastník cestovního ruchu si může stravování zajišťovat sám, což znamená, že si přípravu pokrmů a nápojů realizují samotní účastníci cestovního ruchu ve zvoleném čase a prostoru, s vynaložením sil a prostředků, které odpovídají jejich okamžitým možnostem a potřebám.
- společné stravování – jedná se o hromadnou přípravu pokrmů a nápojů pro velké skupiny osob, kdy výroba, odbyt i konečná spotřeba jsou ve většině případů místně i časově úzce propojeny.

Společné stravování je dále rozdělováno na **veřejné – restaurační**, kde není předem známa klientela ani to co bude konzumovat, zákazník hradí plnou cenu produktu tak, jak je stanovena podnikatelem a nabídka vyráběného sortimentu je poměrně široká. V druhém případě se jedná o **účelové stravování** specificky vymezených skupin osob např. Školní, závodní, nemocniční, ústavní stravování. Jde svým způsobem o uzavřenou formu společného stravování, která nemá vztah k cestovnímu ruchu, proto se dále budeme zabývat stravováním restauračním.

Další autorka (RYGLOVÁ, 2005, s. 21) se ve svých učebních textech zmiňuje o restauračních službách, které plní nejenom funkci uspokojení potřeb výživy, ale důležitá je jeho funkce jako společenského styku a zábavy lidí, popřípadě přechodného ubytování.

Restaurační stravování uspokojuje potřeby zákazníků prostřednictvím tří funkcí (INDROVÁ, 2004, s. 42):

1. **funkce stravovací** – základní spočívá v zajištění výživy podáváním hlavních jídel během dne
2. **funkce doplňková** představuje možnost občerstvení mezi hlavními jídly a nabídky nápojů

3. **funkce společensko zábavní** vytváří podmínky pro uspokojení potřeby společenské komunikace, setkávání, zábavy, her, rozptýlení v zařízeních restauračního stravování.

Autoři (INDROVÁ, 2004 a ORIEŠKA, 1999) dělí restaurační stravování do dvou velkých skupin:

1. **Restaurace** – slouží k podávání hlavních jídel během dne
 - Restaurace, pohostinství, motorest
 - Samoobslužné restaurace (jídlna)
 - Rychlé občerstvení, bufet, bistro, kiosek
 - Jídelní železniční vozy a jiná zařízení pro přepravu cestujících.
2. **Bary** – nabízejí zákazníkům uspokojení především společensko-zábavních potřeb
 - Denní bary (grill bar, snack bar, aperitiv bar, lobby bar, pizzerie)
 - Noční bary (noční kluby, varieté, dancing, diskotéka)
 - Provozovny specializované na podávání nápojů (vinárny, kavárny, espresso, hostince, pivnice a pivní výčep)

Hotelovým hostům jsou často nabízené různé formy stravování v hotelových restauracích nebo mimo ně po dohodě s některou restaurací nacházející se nedaleko ubytovacího zařízení. Tyto formy jsou:

- Ubytovaní se snídaní – nejčastěji v penzionech
- Polopenze – snídaně a jedno hlavní jídlo (nejčastěji večeře)
- Plná penze – snídaně, oběd, večeře
- All inclusive – celodenní stravování, kde i nápoje jsou zahrnuty v ceně pobytu

4 ANALÝZA UBYTOVACÍCH A STRAVOVACÍCH SLUŽEB

4.1 Analýza sekundárních údajů

4.1.1 Historie Českého Krumlova

Název Krumlov dostalo město podle tvaru území, kterému se německy říkalo „Krumme Aue“, což v překladu znamená „Křivý luh“. Slovo Český mu bylo přiděleno až v pozdějších dobách pro odlišení od Moravského Krumlova.

První a nejstarší osídlování je zaznamenáno již ze starší doby kamenné. O významné osídlení se zasadili až Keltové a jméno Krumlova bylo poprvé zmíněno až roku 1253, kdy bylo založeno za vlády Přemysla Otakara II.. Vznikalo ve dvou stavebních etapách. První část se nazývala Latrán a byla postavena přímo pod krumlovským hradem. Byla určena pro obyvatele, kteří se starali o chod hradu. Druhá část města vznikala na „zelené louce“.

Roku 1302 byla krumlovská panství přidělena rodu Rožmberků, kteří později Krumlov učinili hlavním sídlem svého rodu. V tomto období zaznamenalo město i hrad největší rozkvět. Rozvíjela se řemesla a obchod, stavěly se honosné měšťanské domy a město mělo nejrůznější práva. K roku 1376 čítalo město 96 domů. Renesanční přestavby městských domů i zámku v šestnáctém století se nejvíce podílely na tom, jak Český Krumlov vypadá dnes.

Posledním z rodu Rožmberků byl Petr Vok, který kvůli svým velkým dluhům musel město přenechat císaři Rudolfovi II. Habsburskému. Habsburkové ho o něco později přidělili rodu Eggenberků, kteří se o město starali po tři generace. Rod Eggenberků vymřel počátkem 18. století a město získávají jejich dědicové – Schwarzenberkové.

V polovině 19. století žilo ve městě okolo 5000 obyvatel a docházelo k dalšímu velkému rozvoji města. Byl zde ubytován prapor pěšího vojska, působily zde dvě obecně vzdělávací školy, hudební škola a pracovní škola. Ve městě byly otevřeny dvě

papírny, továrna na sukno, přádelna lnu, mouku vyráběly tři mlýny a pivo se vařilo ve dvou pivovarech. Změny nastaly i v architektuře města, a to hlavně po zrušení městských hradeb a městských bran. Na konci 19. století byly otevřeny tuhové doly a několik dalších továren.

Od poloviny 60. let 20. století je kladen důraz na péči a zachování památek Českého Krumlova.

4.1.2 Geografické vymezení města Český Krumlov

Český Krumlov je okresní město v Jihočeském kraji a leží zhruba 25 km jižně od krajského města České Budějovice. Samotné město se nachází v nadmořské výšce 492 m n.m. v údolí řeky Vltavy, která městem protéká. Rozkládá se na úpatí Chráněné krajinné oblasti Blanský les, což svědčí o překrásné okolní krajině. Středověké centrum města, které je obkloповáno meandrem řeky Vltavy, je od roku 1963 městskou památkovou rezervací a od roku 1992 je zapsáno na seznamu světového dědictví UNESCO. Český Krumlov s rozlohou 22,16 km² a s 13 752 obyvateli v r. 2007 je rozdělen do deseti městských částí, kterými jsou Domoradice, Horní Brána, Latrán, Nádražní předměstí, Nové Dobrkovice, Nové Spolí, Plešivec, Slupenec, Vnitřní město a Vyšný. Mapy vymezující Český Krumlov jsou uvedeny v příloze 1.

Český Krumlov je jako město i jako bývalý okres především díky své poloze členem a zakladatelem Euroregionu Šumava – jihozápadní Čechy. Dalšími členy jsou okresy Klatovy, Domažlice, Prachatice a Strakonice. Protože se jedná o přeshraniční sdružení, jeho členové jsou i zahraniční partneři německý Bayerischer Wald – Unterer Inn a Horno-rakouský Mühlviertel. Hlavní činností tohoto Euroregionu je zkvalitnění a koordinace přeshraniční spolupráce, reprezentace regionu, výměna informací, správa Dispozičního fondu INTERREG IIIA a účast na tvorbě strategií rozvoje a programů EU. Všechny tyto činnosti jsou velmi důležité pro rozvoj cestovního ruchu ve všech 125 členských městech i obcích.

4.1.3 Demografické vymezení

Všechna statistická data jsou uváděna v tabulkách a grafech v příloze 2.

Z tabulky 1 (viz. příloha 2) je vidět, že v roce 2007, kdy probíhalo statistické šetření bydlelo v Českém Krumlově celkem 13 752 obyvatel. Z toho bylo 2 030 dětí ve věku do 14 let, největší počet byl 9 924 obyvatel v produktivním věku 15 – 64 let a nejméně obyvatel bylo důchodového věku, a to 1 798 obyvatel.

4.1.4 Vývoj nezaměstnanosti v Českém Krumlově

Tabulka 2 (viz. příloha 2) říká, jak proměnlivá je míra nezaměstnanosti v Českém Krumlově. Od roku 1997 míra nezaměstnanosti stoupala až do roku 1999. V roce 2000 už došlo k mírnému poklesu, ale v roce 2002 již zase rostla až do roku 2004, kdy došlo k nové metodice výpočtu. Po novém výpočtu byla tato míra o 0,9 % nižší než při staré metodice. Zlom nastal mezi lety 2006 a 2007, kdy míra nezaměstnanosti klesla o 2,3 % a v roce 2008 se snížila na minimum 5,6 %. V současné době je situace odlišná a nezaměstnanost se dramaticky mění.

4.1.5 Služby cestovního ruchu v Českém Krumlově

V literární rešerši jsem služby vymežila již teoreticky. Nyní je potřeba služby zanalyzovat také prakticky. V Českém Krumlově jsou poskytovány všechny základní veřejné služby, které jsou v rešerši vyjmenované. V této části se zaměřím především na služby týkající se cestovního ruchu, které jsou pro bakalářskou práci podstatné. V literární rešerši jsem služby rozdělila na dodavatelské a zprostředkovatelské. Bez všech těchto služeb by se cestovní ruch nemohl rozvíjet, proto je důležité je opět rozebrat z praktického hlediska. Zabývat se budu pouze dodavatelskými službami.

4.1.5.1 Informační služby

Informační služby jsou v Českém Krumlově poskytovány ve čtyřech informačních centrech, která jsou umístěna na strategických místech města. Nejvyužívanější je INFOCENTRUM Český Krumlov, které se nachází přímo na hlavním náměstí v centru města. Poskytuje veškeré potřebné informace i služby jako je možnost objednávek

jakýchkoliv služeb poskytovaných místními podnikateli, bezhotovostní platby, možnost platby v eurech, nabídka ubytování, prodej turistických suvenýrů, úschovna zavazadel a bezbariérový přístup.

Další informační kanceláře jsou Zámecké informační centrum, Informační a servisní centrum a ČESKÝ KRUM LOVE s.r.o.. Všechny poskytnou potřebné informace jak pro turisty, tak pro místní podnikatele i občany.

4.1.5.2 Dopravní služby

Nejjednodušší doprava do Českého Krumlova je automobilem nebo autobusem po mezinárodní silnici. Pro tyto dopravní prostředky je zde mnoho vyhrazených parkovišť, která jsou po celém městě značena naváděcím systémem a nacházejí se nedaleko centra, kde se nedá parkovat díky pěší zóně. Prostředky dálkové dopravy využívají dvě hlavní zastávky. Jedna je blízko centra u severní části města a druhá je na autobusovém nádraží, které je nejbližší zastávkou k jižní části centra.

Do Českého Krumlova se dá přijet i vlakem, který staví na vlakovém nádraží. To se nachází asi 30 minut docházkové vzdálenosti od centra nebo je možnost využít místních autobusových linek.

Nejbližší mezinárodní letiště se nachází v rakouském Linci vzdáleném přibližně 70 kilometrů od Českého Krumlova. Často využívané je i letiště Praha, kdy hlavním cílem turistů může být hlavní město a Český Krumlov navštíví pouze v rámci výletu. Opomenout bych neměla ani nově využívané vnitrostátní letiště v Plané u Českých Budějovic, které je nyní v rozvoji a do budoucna se plánuje jeho rozšíření i pro mezinárodní lety.

Z grafu 1 (viz. příloha 3) je vidět, že největší návštěvnost byla ve sledovaném období mezi roky 2002 - 2005 vždy v letní sezóně a to v měsících červenci a srpnu.

4.1.5.3 Ubytovací služby

Ubytovací služby jsou v Českém Krumlově jednou z nejdůležitějších služeb pro místní cestovní ruch. Bez široké nabídky ubytovacích zařízení by město nemohlo být navštěvováno v takové míře jako je. Jak jsem se již zmiňovala v literární rešerši, je důležité aby v turistické destinaci bylo zastoupeno ubytovací zařízení všech kategorií i tříd. Rozdělím tedy zařízení opět i prakticky.

Tabulka 3 (viz. příloha 2) znázorňuje počet ubytovacích zařízení v porovnání s celým Jihočeským krajem a ostatními okresními městy. Je vidět, že okres Český Krumlov s celkovým počtem 982 ubytovacích zařízení jasně vede nad ostatními městy a to i ve všech kategoriích.

Z tabulky 4 (viz. příloha 2) je patrné, že okres Český Krumlov má největší počet ubytovacích zařízení i v rozdělení podle možnosti stravování, charakteru provozu a kategorie počtu zaměstnanců. Pouze v kategorii nad 20 zaměstnanců se nachází větší počet zařízení v oblastech České Budějovice, Jindřichův Hradec, Tábor a Prachatice.

V tabulce 5 (viz. příloha 2) je zobrazen souhrnný přehled počtu ubytovacích zařízení, počtu pokojů, počtu lůžek a počtu zaměstnanců ve srovnání s Jihočeským krajem. Zde je vidět nižší počet zaměstnanců oproti okresu Jindřichův Hradec.

Z tabulky 6 (viz. příloha 2) je patrný seznam všech ubytovacích zařízení města Český Krumlov. Celkový počet ubytovacích zařízení je 76 a z tabulky je zřejmé, jaká ubytovací zařízení se ve zkoumaném místě nachází a do jakých kategorií a tříd se rozdělují. Většina zařízení se nachází přímo v centru města a je vidět, že Český Krumlov se může pyšnit i jedním pětihvězdičkovým hotelem. Dále se zde nalézá šest hotelů se čtyřmi hvězdičkami, šest hotelů se třemi hvězdičkami a jeden Garni hotel. Nejvíce ubytovacích zařízení s počtem 43 se zařazuje do kategorie penzion. Dále se zde nacházejí dva kempy, čtyři turistické ubytovny a několik blíže nespecifikovaných ubytovacích zařízení.

Výše uvedená data jsou poskytována statistickým úřadem, kde je uvedeno 76 ubytovacích zařízení. Když jsem tyto počty zjišťovala z kompletního katalogu ubytovacích zařízení v Českém Krumlově, který je zveřejněn v Oficiálním informačním systému regionu Český Krumlov, zjistila jsem, že se jich ve městě nachází 139.

Z následujícího grafu 2 (viz. příloha 3) je zřejmé, že největší zastoupení mají v Českém Krumlově menší ubytovací zařízení s počtem 10 a méně pokojů. Tento výsledek koresponduje s největším počtem ubytovacích zařízení v kategorii penzion.

Z dalšího grafu 3 (viz. příloha 3) se dá vyčíst vývoj počtu lůžek v letech 1998 – 2005, kdy celková kapacita během těchto let postupně vzrostla z 1284 lůžek na 2 835. Nejvíce vzrostl počet penzionů a to jak v centru tak mimo něj. Naopak jiné ubytování v centru zaznamenalo v posledních dvou letech značný pokles. Tento celkový rozvoj je způsoben velkou poptávkou zahraničních i tuzemských turistů, v druhé řadě pak rozvojem celého města, které podporuje i rozvoj místních podnikatelů.

V dalším grafu 4 (viz. příloha 3) je vidět vývoj v počtu přenocování opět v letech 1998 – 2005. Kdy do roku 2001 tento počet neustále vzrůstal, v roce 2002 nastal razantní pokles ze 163 152 přenocování až na pouhých 110 573. Tento pokles byl způsoben katastrofickými povodněmi, které v roce 2002 zasáhly téměř celou Českou republiku a zahraniční turisté měli do České republiky znemožněný přístup. V dalších letech už je opět zaznamenán nárůst na 218 154 přenocování. Nejvíce turisté přespávají v hotelích a penzionech.

4.1.5.4 Stravovací služby

Stravovací služby jsou nedílnou součástí cestovního ruchu, proto se jimi budu zabývat o trochu více. Stejně jako u ubytovacích služeb, tak i u stravovacích služeb existují různé formy a kategorie stravování, jejichž teoretické vymezení je popsáno v literární rešerši. V Českém Krumlově se využívají obě formy stravování, já se budu více zabývat společným restauračním stravováním, kterého je v Krumlově velká nabídka.

Stejně jako ubytovací služby jsem i stravovací porovnávala s ostatními okresy v Jihočeském kraji. Z tabulky 7 (viz. příloha 2) jsem zjistila, že Český Krumlov se s celkovým počtem 286 pohostinských provozoven umístil na 4. místě za Českými Budějovicemi, Jindřichovým Hradcem a Tábořem, který má pouze o 2 provozovny více. Oproti ostatním okresům se v Českém Krumlově nachází nejvíce provozoven s pouze sezónním charakterem provozu a o dost více provozoven, kde se podávají kromě nápojů i pokrmy, když nebereme v úvahu okres České Budějovice, který má i v tomto případě převahu.

Většina z pohostinských zařízení se nachází v centru města a některá z nich jsou součástí ubytovacích zařízení. Přesné počty, které by udávaly přehled všech stravovacích zařízení ve městě Český Krumlov, nejsou dostupné. Proto uvedu alespoň přibližný počet zveřejněný Oficiálním informačním systémem regionu Český Krumlov, kde je nabízeno 30 stravovacích zařízení různých typů.

4.1.5.5 Kulturně – společenské služby

Kulturně – společenské služby jsou pro Český Krumlov jedny z nejdůležitějších poskytovaných služeb. Různá provozovaná kulturní zařízení a pořádané kulturní akce jsou prvotním lákadlem většiny turistů a návštěvníků Českého Krumlova. Od návštěvnosti kulturních zařízení a akcí je odvíjena i návštěvnost ubytovacích a stravovacích zařízení.

Jedním z největších lákadel pro návštěvníky je Státní hrad a zámek Český Krumlov, který svou architektonickou úrovní, kulturní tradicí i rozlohou patří mezi nejvýznamnější památky nejen v Čechách, ale i ve středoevropské oblasti. Původně gotický hrad ze 13. stol., který byl ve 14. stol. rozšířen a v 16. stol. renesančně přestavěn. V 17. a 18. stol. byly provedeny barokní a rokokové úpravy.

Dalšími hojně navštěvovanými atraktivitami města jsou Egon Schiele Art Centrum, WAX museum, Muzeum útrpného práva a Otáčivé hlediště. Nejnavštěvovanější kulturní akcí jsou Slavnosti pětilisté růže.

4.1.5.6 Sportovně – rekreační služby

Sportovní služby jsou pro Český Krumlov také důležité a mají svůj specifický segment návštěvníků.

Z tabulky 8 (viz. příloha 2) vyplývá, že se v Českém Krumlově nachází jeden krytý bazén, 16 hřišť, 8 tělocvičen, 1 otevřený stadion, 1 zimní stadion a 18 zařízení pro tělovýchovu. Kromě těchto zařízení, která slouží spíše pro místní obyvatelstvo, zde návštěvníci najdou i mnoho dalších sportovních zařízení.

Na návštěvníky v Českém Krumlově čekají různé možnosti trávení aktivního odpočinku. Mohou si zahrát tenis, zaplavat si v krytém bazénu, zabruslit si na zimním stadionu, zahrát si bowling a kuželky nebo potrápít tělo v některém z místních fitness center. Velmi oblíbená je i jízda na koních.

Nejpopulárnějším sportem je vodácká turistika po řece Vltavě. Trasa vedoucí z Vyššího Brodu přes Český Krumlov do Boršova nad Vltavou je jednou z nejoblíbenějších v celé České republice. „Vodáci“, kteří projíždějí Českým Krumlovem, se na návštěvu tohoto města obvykle těší nejvíce ze všech zastávek. Většinou ve městě tráví dva dny s přespaním ve vodáckém kempu Nové Spolí, kde jsou poskytovány služby na standardní úrovni. Přesto by měl provozovatel kemp stále udržovat a renovovat, z důvodů rostoucích požadavků klientů. „Vodáci“ stále více navštěvují centrum města, z čehož vyplývá, že při uzpůsobení poskytovaných služeb může být tento segment velice zajímavý.

4.1.6 Plány rozvoje cestovního ruchu

Rozvojem cestovního ruchu v Českém Krumlově se zabývá Destinační management Český Krumlov, který tvoří na každý rok marketingový plán s přesně stanovenými cíli.

V roce 2009 se chtějí pracovníci Destinačního managementu zaměřovat na individuální klienty, kdy cílem je navázat na podporu domácího cestovního ruchu z roku 2008.

Český Krumlov by mohl na našem trhu uspět jako tradiční cíl poznávací městské turistiky v rámci prodloužených víkendů a jako exkluzivní destinace pro bohatou, náročnou českou klientelu. Tento úsudek vychází z prognóz, které stále hovoří o rostoucím trendu domácí dovolené, který bude ale velmi pozvolný.

Kromě domácího trhu se rozvoj bude zaměřovat i na trhy příhraniční, kdy bude snaha nalákat turisty ze sousedních států Rakouska a Německa. Ze vzdálenějších zemí se marketing zaměří na východní Evropu, především na destinace Maďarsko a Rusko, jejichž návštěvnost a poptávka každoročně stoupá a z původních skupinových zájezdů se profiluje individuální klientela.

Na rok 2009 má Destinační management připraveno šest prioritních aktivit. První z nich je projekt vytvoření sítě profesních sdružení v oblasti služeb cestovního ruchu a kultury ve městě. Druhou velmi důležitou součástí je pokračování v zavádění systému ucelených pobytových balíčků, kdy jde o prodloužení pobytu návštěvníků a motivaci k návštěvě města i v období mimosezóny (říjen – březen). K tomu slouží i další z cílů a tím je otevření nové „Zimní“ expozice zámku. Proto, aby se mohly všechny cíle naplňovat musí se dále pokračovat v rozvoji Informačního systému cestovního ruchu a nezapomínat také na mediální a reklamní kampaň např. formou cílené inzerce a bezplatné prezentace v médiích. Poslední prioritou je realizace propagační kampaně oslav 700 let města.

4.1.7 Spolupráce s podnikateli

Město Český Krumlov se snaží spolupracovat s podnikateli poskytující veškeré služby cestovního ruchu. Spolupráce probíhá za pomoci setkání nazývaných Jourfix, což je poradní sbor cestovního ruchu. Setkání Jourfix provádí oddělení destinačního managementu v Českém Krumlově, která se konají jednou za dva měsíce, vždy 3. čtvrtěk v měsíci. Setkání nejsou povinná a zúčastnění, kteří se chtějí zapojit do diskuze k předem známým tématům, se musejí předem přihlásit.

Důvodem setkání je udržování komunikace, informování podnikatelů, získání zpětné vazby, zachování kontinuity spolupráce, tvoření vizí do budoucnosti, pružné reagování na aktuální dění a změny, aktivní podílení na dění v cestovním ruchu a diskuze na aktuální problematiku.

4.1.8 Analýza vybraného hotelu THE OLD INN

Hotel THE OLD INN, který se dříve nazýval „Měšťák“ je luxusní čtyřhvězdičkový hotel nacházející se přímo na náměstí Českého Krumlova. Jeho poloha je výhodná hlavně pro turisty, kteří chtějí být v centru dění a nepřipravít se o jedinečnou atmosféru. Hotel se skládá ze tří nově zrekonstruovaných historických budov a nabízí hostům výběr ubytování z 52 pokojů a apartmánů.

Stravování je poskytováno jak pro hotelové hosty, tak pro jiné zákazníky ve třech restauracích, kde se mohou hosté občerstvit a příjemně posedět.

Hotelovým hostům je k dispozici i hotelové parkoviště, které se nachází nedaleko centra a také pětihvězdičkového hotelu Růže, který je starší sestrou původního „Měšťáku“ a poskytuje hotelu The Old Inn svoje služby. Fotografie hotelu jsou uvedeny v příloze 4.

4.1.8.1 Ubytování

Hotel disponuje 52-mi pokoji včetně apartmá. Všechny pokoje jsou vybaveny kompletním sociálním zařízením, barevným televizorem se satelitním příjmem programů, minibarem, fénem, rádiem a telefonem s přímou volbou. K dispozici jsou i polštáře a pokrývky pro alergiky.

Ceny za ubytování jsou rozdělené do tří sezón: hlavní sezóna, mimosezóna a svátky, kdy ceny o svátcích jsou momentálně stejné jako v hlavní sezóně. Jsou uváděné včetně snídaně, magistrátního poplatku a DPH. Hosté si mohou připlatit polopenzi a parkoviště. Mohou si přivést domácího mazlíčka, který je za příplatek. Naopak jsou poskytovány i slevy, kdy děti do 3 let jsou ubytovány zdarma a od 3 do 12 let mají 50% slevu.

4.1.8.2 Stravování

Hlavním gastronomickým provozem je restaurace hotelu The Old Inn, která je návštěvníky velmi vyhledávána hlavně díky své ideální poloze. Každého návštěvníka jistě potěší profesionální personál, který hostům servíruje speciality české i mezinárodní kuchyně v dobových kostýmech. Restauraci nesmí chybět letní zahrádka, která se zde také nachází a je z ní pěkný výhled na náměstí. Pro každé roční období kuchaři vytvářejí speciální gurmánský kalendář, jehož speciality mohou hosté ochutnat.

Další gastronomickou provozovnou hotelu je Pivnice Láb. Tato klasická staročeská hospůdka se pyšní výborným pivem a podávají se zde pokrmy typické české kuchyně. U vstupu vítá každého hosta Švejk sloužící jako dekorace. Tato hospůdka občasně slouží i jako Sportbar, ve který se mění při vysílání významných sportovních událostí, a hosté zde mohou sledovat přímé přenosy na projekčním plátně.

Pro svou jedinečnou atmosféru je v hotelu oblíbený Grill restaurant Katakomy, což je podzemní restaurace, která je svým prostředím naprosto ojedinělá a nachází se v nedávno objevených unikátních sklepeních hotelu ze 13. století. Pokrmy jsou zde připravovány přímo před hosty na dřevěném uhlí podle původních středověkých receptur.

Jednou z dalších aktivit gastronomického personálu, na kterou se specializují je poskytování cateringových služeb a s tím souvisejících doplňkových služeb jako jsou rauty, párty, gardenparty, recepce, firemní večírky a oslavy.

4.1.8.3 Hotelové služby

Hotelová recepce je otevřená 24 hodin denně a její pracovníci jsou připraveni podávat hostům veškeré potřebné informace. Dále zajišťují službu buzení telefonem, k dispozici je zde čistící obuvi a nosič zavazadel. Recepční provozují i drobný obchod se suvenýry. Dalšími hotelovými službami jsou čistírna, kadeřník nebo holič, kosmetické studio, praní a žehlení, sekretářské služby, směnářenské služby, průvodcovské služby a k dispozici je i hotelová bezpečnostní agentura.

4.1.8.4 Sportovní a relaxační služby

Tyto služby zajišťuje sesterský hotel Růže, který poskytuje relaxační bazén s protiproudem, posilovnu vybavenou značkovými posilovacími stroji, klasickou finskou saunu, solárium a široký výběr z provozovaných masáží. U bazénu se nachází malý bar, který nabízí chlazené nealkoholické nápoje.

4.2 Analýza primárních údajů

4.2.1 Terénní šetření

4.2.1.1 Potřebné informace

Pro správné zanalyzování ubytovacích a stravovacích služeb v Českém Krumlově jsem musela provést terénní šetření, které proběhlo pomocí dotazníkového průzkumu a řízeného rozhovoru. V první části jsem si určila, jaké informace potřebuji získat.

Sestavila jsem si dotazník o 21 otázkách. První otázka byla identifikační a zároveň filtrační a zjišťovala o jaké zařízení se jedná. Pokud šlo o zařízení poskytující pouze stravovací služby, dotazovaní respondenti pokračovali až 7 a 8 otázkou, které byly zaměřeny na stravovací zařízení. Otázky 2 - 6 se týkaly identifikace provozovaného ubytovacího zařízení. Ostatní otázky byly zaměřeny na zákazníky, konkurenci, zaměstnance a ziskovost zařízení. Poslední otázka byla také identifikační a zjišťovala, kdo dotazník vyplňoval. Sestavený dotazník je k nahlédnutí v příloze 5.

4.2.1.2 Získávání informací

Dotazníky byly rozeslány na všechny dostupné E-mailové adresy jednotlivých ubytovacích a stravovacích zařízeních. Ze 150 rozeslaných dotazníků se vrátilo 27 vyplněných, z nichž všechny se vztahovaly k ubytovacím zařízením. Z důvodu pouze 18% návratnosti a písemné nespolupráci stravovacích zařízení jsem se rozhodla pokračovat ještě v dotazování tváří v tvář. Tímto způsobem se mi podařilo posbírat dalších 19 vyplněných dotazníků.

Písemné šetření probíhalo v průběhu ledna a šetření tváří v tvář probíhalo v únoru. V obou těchto měsících je v Českém Krumlově mimosezónní období a majitelé popřípadě zaměstnanci provozoven mají více času se dotazníky zabývat. Toto tvrzení se mi potvrdilo i při šetření tváří v tvář, při kterém jsem obcházela otevřená ubytovací a hlavně stravovací zařízení. I přes nevhodně zvolenou dobu obědů, byla tato zařízení téměř prázdná a většinou nebyl s vyplněním dotazníku příliš velký problém. Někteří respondenti se občas nechtěli vyjádřit k posledním dvou otázkám týkajících se

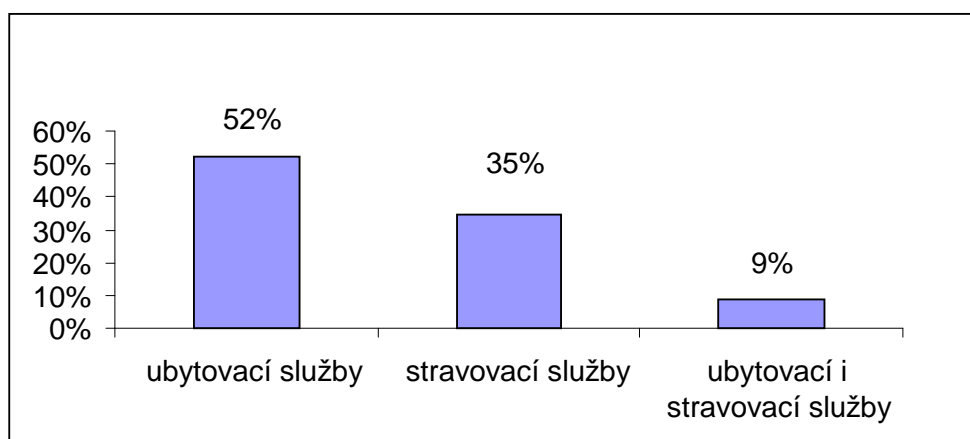
spokojenosti se ziskovostí zařízení a dosahovaných tržeb. Po bližším prozkoumání a zjištění, že odpovědi mají velice široké rozpětí, byly i tyto otázky nakonec zodpovězeny. Přesto celkový počet všech vyplněných dotazníků nebyl velký a to především z důvodu, že mnoho zařízení je v mimosezóně zcela zavřených a v některých případech jsem se setkala i s neochotou dotazovaného personálu.

4.2.1.3 Vyhodnocení terénního šetření

4.2.1.3.1 Předmět podnikání

V první otázce, která byla zaměřena na předmět podnikání, jsem zjistila, že ze všech dotázaných respondentů jich 52% poskytuje ubytovací služby, 35% poskytuje pouze stravovací služby a 9% se zaměřuje na poskytování jak ubytovacích tak stravovacích služeb.

Graf 5: Předmět podnikání



Zdroj: vlastní šetření

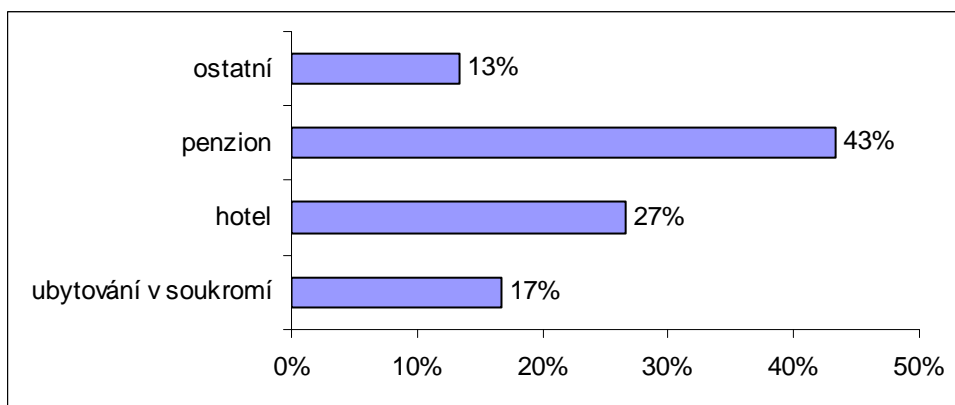
4.2.1.3.2 Kategorie a třídy ubytovacího zařízení

Z druhého a třetího grafu je zřetelné, že největší zastoupení ubytovacího zařízení mají v Českém Krumlově penziony, kterých bylo 43% z dotázaných respondentů poskytujících ubytovací zařízení, z čehož pouze 13% se zařazuje do Oficiální jednotné klasifikace a to do třídy STANDARD. 27% zastoupení mají hotely, z nichž 10% se řadí do třídy STANDARD, 6% do třídy FIRST CLASS a 3% patří do třídy LUXURY. 17%

z dotazovaných respondentů poskytuje ubytování v soukromí a zbylých 13% poskytuje ubytování jinou formou (hostely a apartmány).

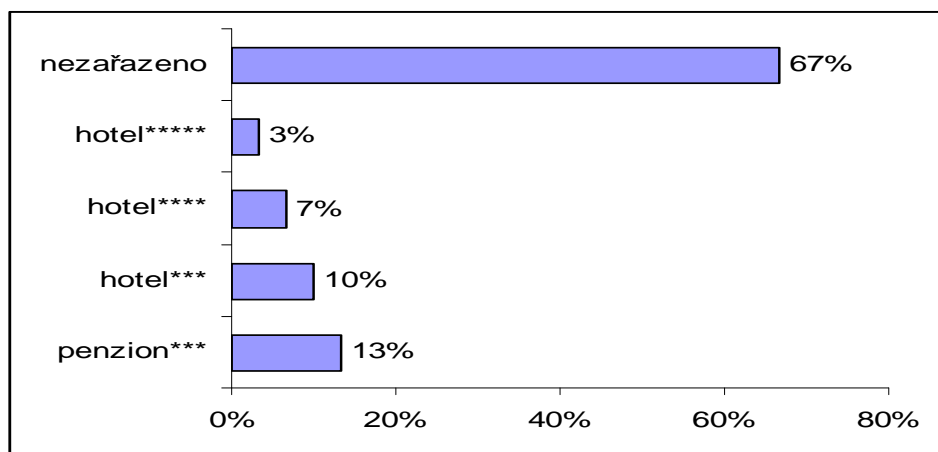
Ze šetření vyšlo, že 68% dotazovaných zařízení není zařazeno v Oficiální jednotné klasifikaci. Údaje o Oficiální jednotné klasifikaci mohou být lehce zkreslené z důvodu špatné informovanosti personálu. Většina ubytovacích zařízení v Českém Krumlově se sice značí určitým počtem hvězdiček vyjadřujících kvalitu, ale jen málo z nich je opravdu zařazeno v Oficiální jednotné klasifikaci.

Graf 6: Kategorie ubytovacího zařízení



Zdroj: vlastní šetření

Graf 7: Třídy ubytovacího zařízení



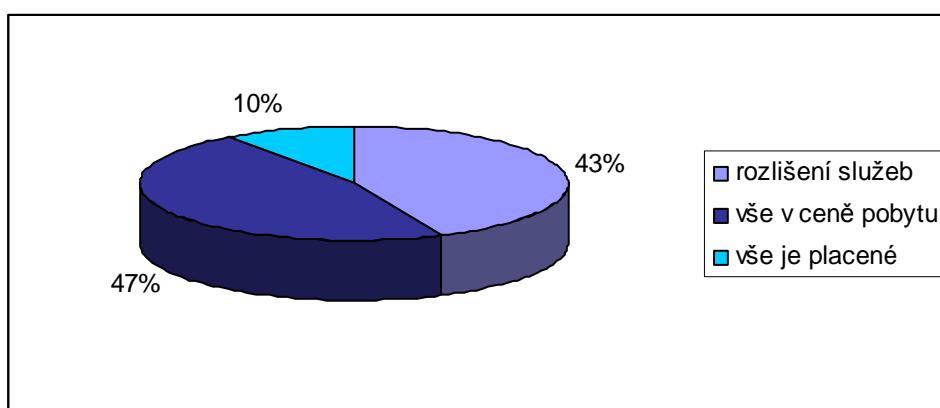
Zdroj: vlastní šetření

4.2.1.3.3 Služby

Téměř stejným poměrem respondenti odpověděli, že mají veškeré služby zahrnuty v ceně pobytu (47%) nebo je rozlišují na placené a neplacené (43%). Pouze 10% dotázaných odpovědělo, že veškeré služby jsou placené.

Tento výsledek mi ukazuje úroveň ubytovacích zařízení, o které se dá říct, že je vysoká. Vzhledem k tomu, že ve většině ubytovacích zařízení nemusejí hosté vydávat již žádné další finanční prostředky kromě platby za ubytování nebo platí pouze za nadstandardní služby.

Graf 8: Placené a neplacené služby

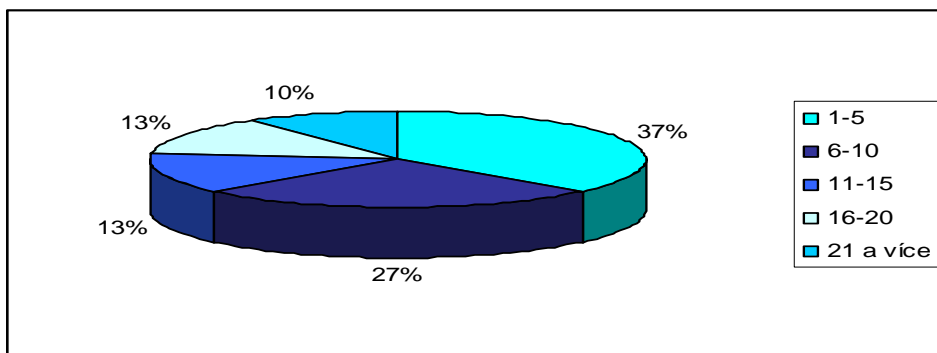


Zdroj: vlastní šetření

4.2.1.3.4 Kapacita ubytovacího zařízení

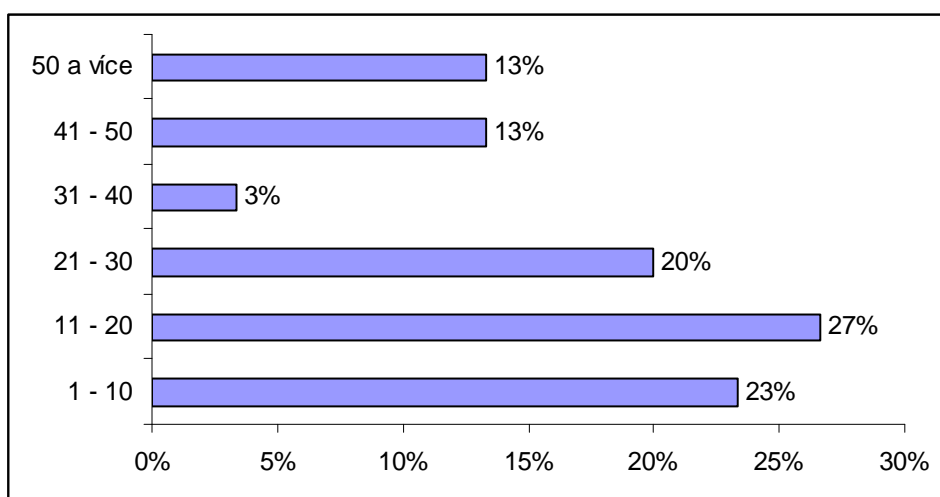
Kapacitu ubytovacího zařízení jsem zjišťovala pomocí počtu pokojů a počtu lůžek v daných ubytovacích zařízeních. Z důvodu otevřených otázek jsem si pro vyhodnocení vytvořila kategorie pokojů i lůžek. Z pátého a šestého grafu vyplývá, že 37% ubytovacích zařízení má 1 – 5 pokojů a 27% ubytovacích zařízení disponuje 6 – 10 pokoji. S tím souvisí i počet poskytovaných lůžek, který se nejvíce pohybuje v rozmezí 11 – 20 lůžek. Pouze o 3% méně ubytovacích zařízení poskytuje 1 – 10 lůžek. Nejmenší zastoupení v počtu pokojů a to 10% mají ubytovací zařízení s více než 20 pokoji a pouze 3% ubytovacích zařízení mají mezi 30 – 40 lůžky.

Graf 9: Počet pokojů



Zdroj: vlastní šetření

Graf 10: Počet lůžek



Zdroj: vlastní šetření

4.2.1.3.5 Poskytování stravovacích služeb

Stravování neposkytuje 19% dotázaných respondentů. Z toho vyplývá, že tito podnikatelé jsou zaměřeni pouze na poskytování ubytovacích služeb a většinou se jedná o provozování ubytování v soukromí.

Mnoho provozovatelů (13%) poskytující ubytovací i stravovací služby je zaměřeno na stravování pouze formou podávaných snídaní, což opět dokazuje provozování velkého počtu penzionů, které obvykle nemají vlastní restauraci.

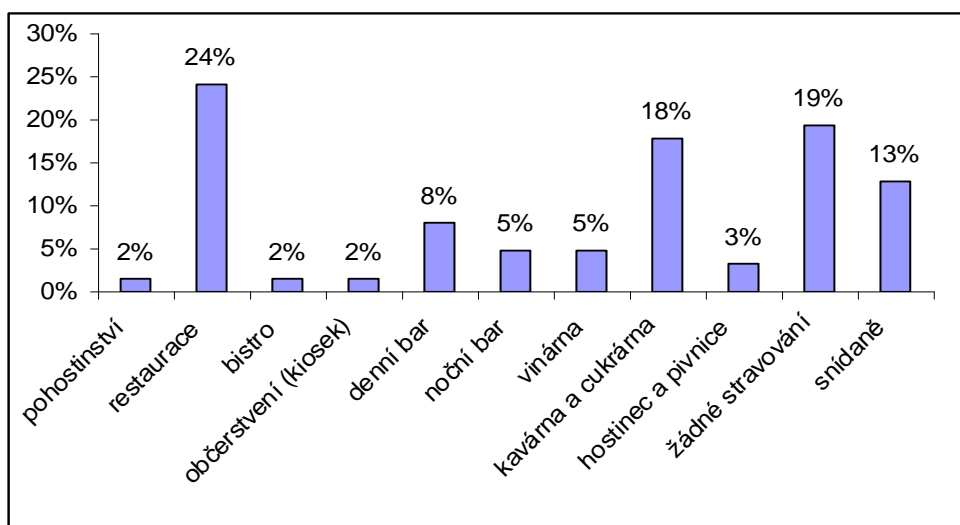
Ostatní provozovatelé (24%), kteří poskytují ubytovací i stravovací služby nebo pouze stravovací služby, nejvíce provozují stravovací zařízení formou restaurace. Díky tomu je v Českém Krumlově mnoho restauračních možností a veřejné stravování se zde stává opravdovým zážitkem.

Pokud si návštěvníci nebo turisté chtějí zajít na kávu, čaj či něco sladkého, mohou navštívit některou z kaváren nebo cukráren, které mají v centru města dokonce 18% zastoupení a jsou na rozdíl od ostatních forem oblíbené i u místních obyvatel.

Již v menší míře se vyskytují i další formy stravování jako jsou pohostinství, bistra a denní bary, které slouží jako doplněk restauračních zařízení.

Pro návštěvníky, kteří se chtějí jít v Českém Krumlově příjemně pobavit, nabízí město několik nočních barů, vináren, hostinců a pivnic.

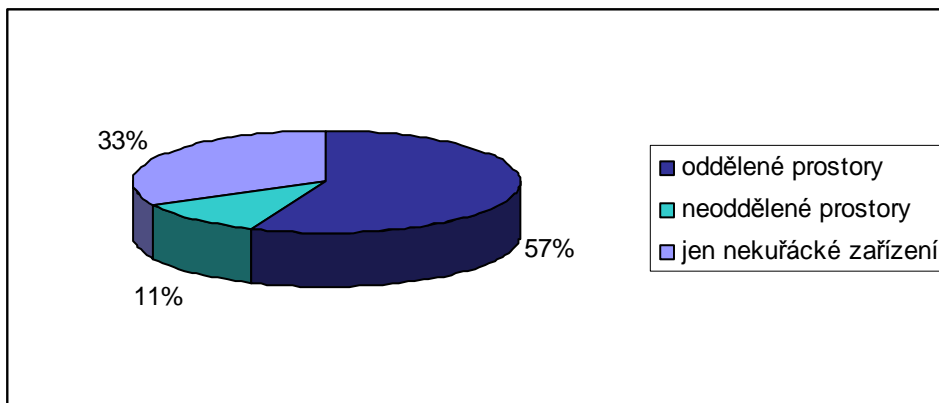
Graf 11: Formy stravovacích služeb



Zdroj: vlastní šetření

Více než polovina výše uvedených zařízení odděluje kuřácké a nekuřácké prostory. Třetina z nich je dokonce pouze nekuřáckým zařízením. Ostatní zařízení, která tyto prostory neoddělují, mohou mít v budoucnosti nemalé problémy související s porušováním zákona o ochraně před alkoholismem a jinými toxikomaniemi.

Graf 12: Oddělení kuřáckých a nekuřáckých prostor

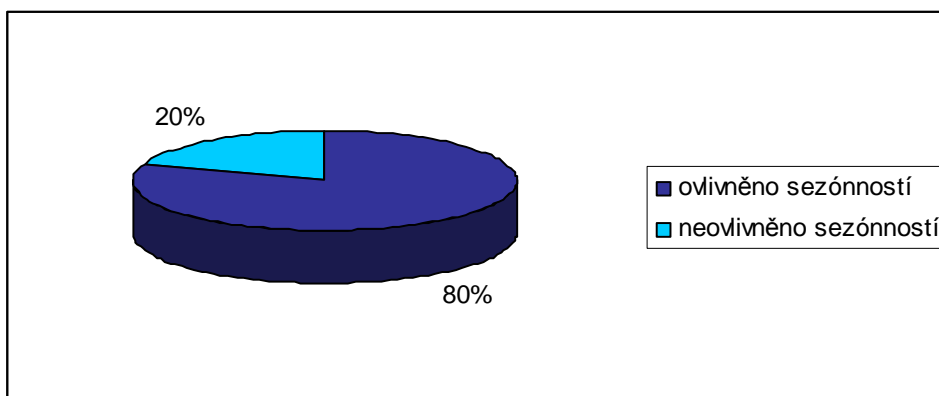


Zdroj: vlastní šetření

4.2.1.3.6 Sezónnost zařízení

Přesně 80% všech zařízení je ovlivněno sezónností a pouze 20% vliv sezóny nepociťuje. To znamená, že v zimním období jsou kapacity ubytovacích a stravovacích zařízení naprosto nevytížené a některá zařízení jsou přes zimu dokonce částečně nebo zcela zavřená.

Graf 13: Sezónnost



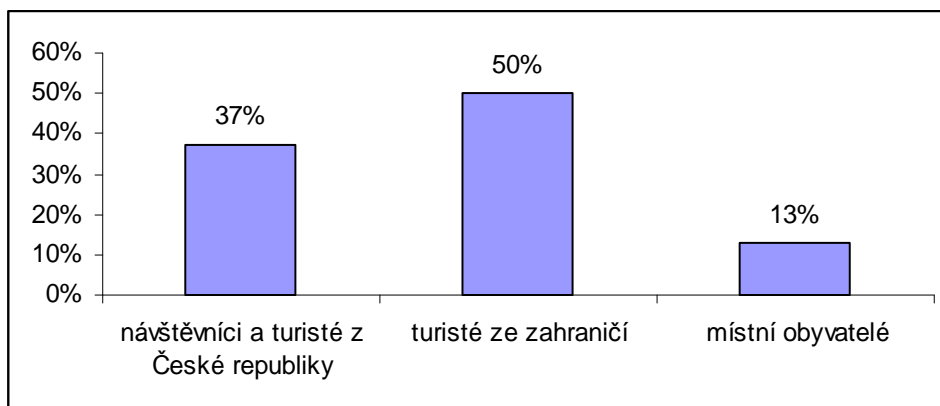
Zdroj: vlastní šetření

4.2.1.3.7 Segmenty zákazníků

Z geografického hlediska navštěvují Český Krumlov nejvíce zahraniční turisté, kteří tvoří přesně polovinu všech účastníků cestovního ruchu. Nemalý podíl (37%) mají na návštěvnosti zmiňované oblasti i návštěvníci a turisté z České republiky a z 13% jsou

zařízení navštěvována i místními obyvateli. V tomto případě se jedná hlavně o návštěvnost stravovacích zařízení typu kavárna a cukrárna, popřípadě noční bar.

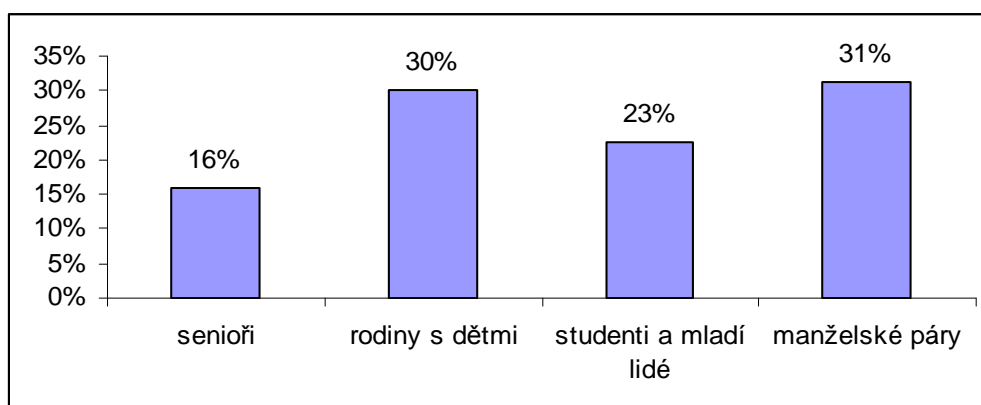
Graf 14: Geografický segment zákazníků



Zdroj: vlastní šetření

Při porovnání jednotlivých skupin, kdy téměř ve stejném poměru (31 a 30%) jsou nejčastějšími hosty manželské páry a rodiny s dětmi. Studenti a mladí lidé zaujmají třetí místo se 23% a nejméně navštěvují ubytovací a stravovací zařízení lidé v důchodovém věku. Nicméně většina dotázaných uvedla, že velké zastoupení mají kombinace všech skupin.

Graf 15: Demografický segment návštěvníků podle věkových skupin



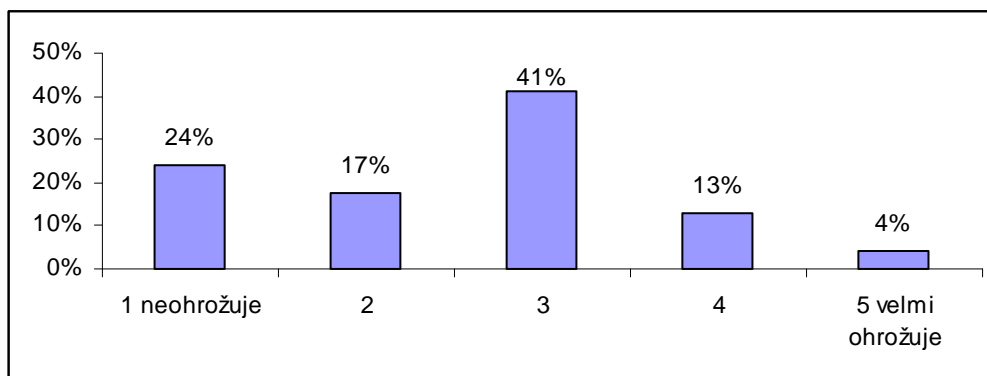
Zdroj: vlastní šetření

4.2.1.3.8 Hodnocení konkurence

Ze všech dotázaných podnikatelů se 41% cítí průměrně ohrožených okolní konkurencí. Dalších 24% provozovatelů si nemyslí, že by je existující konkurence jakýmkoliv způsobem ohrožovala. V podobném poměru odpověděli ti, kteří se cítí mírně nebo více ohroženi. Pouze 4% respondentů se považují konkurencí velmi ohrožena, což může být dáno velkou podnikatelskou sítí ubytovacích a stravovacích zařízení.

Schopnost konkurovat vyplývá hlavně z kvality poskytovaných služeb, která je zde zajišťována nekvalifikovaným personálem, tudíž je stále co zlepšovat.

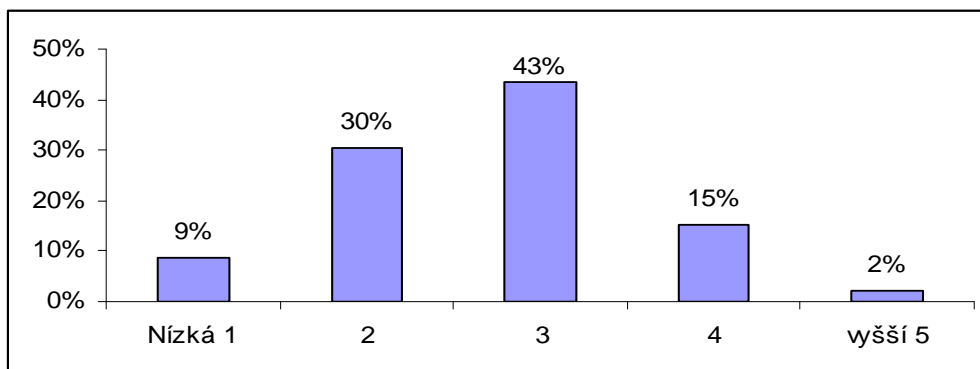
Graf 16: Ohrožení od konkurence



Zdroj: vlastní šetření

Při hodnocení cenové úrovně poskytovaných služeb ve srovnání s konkurencí uvedla většina (43%) dotázaných, že jsou jejich ceny srovnatelné. Nižší ceny uvádí 30% z dotázaných provozů a 15% má naopak ceny služeb vyšší než okolní provozovny. Nízké ceny má oproti konkurenci pouhých 9% respondentů. Naproti tomu 2% dotázaných mají ceny poskytovaných služeb dokonce vyšší než jsou ceny u konkurence.

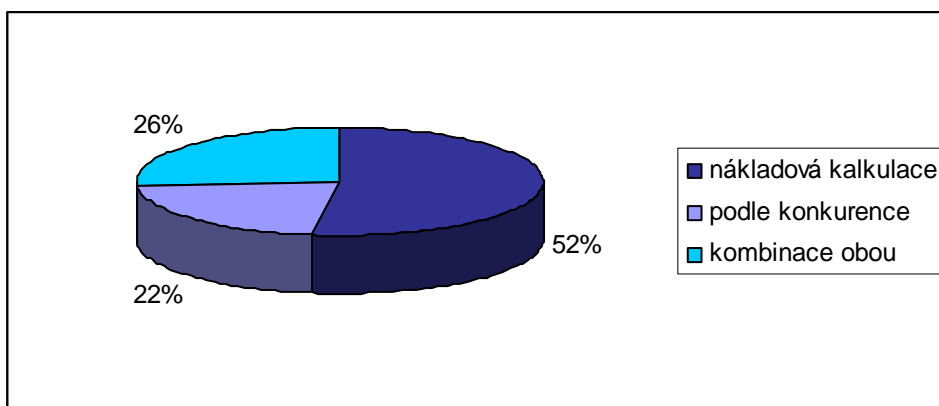
Graf 17: Cenová úroveň poskytovaných služeb ve srovnání s konkurencí



Zdroj: vlastní šetření

Na otázku, jakým způsobem jsou v podniku tyto ceny stanovovány, se vyskytovaly tři různé odpovědi. Více než polovina (52%) dotazovaných stanovuje ceny nákladovou kalkulací. Větší část z druhé poloviny (26%) kombinuje možnosti nákladové kalkulace s porovnáváním cen konkurence a menší část (22%) používá kalkulaci pouze podle konkurence.

Graf 18: Stanovení cen



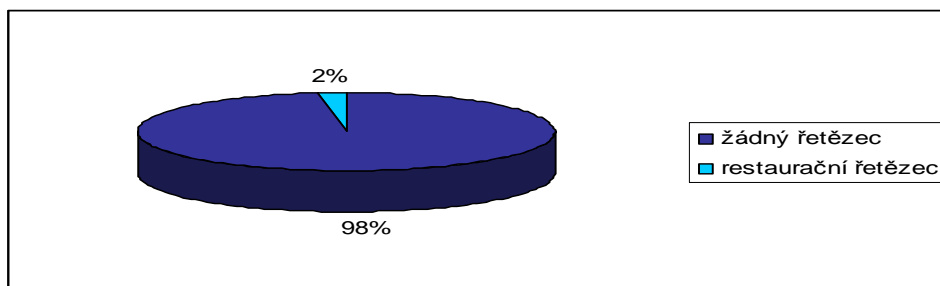
Zdroj: vlastní šetření

4.2.1.3.9 Hotelové a restaurační řetězce

Jak vyplývá z následujícího grafu pouze 2% ubytovacích a stravovacích zařízení jsou součástí nějakého hotelového nebo restauračního řetězce. Z dotazovaných respondentů se do restauračního řetězce zařadila pouze jedna restaurace patřící do franchisingové

sítě Švejk Restaurant. Ostatních 98% dotázaných podnikatelů je vedena jako samostatné zařízení.

Graf 19: Hotelové a restaurační řetězce



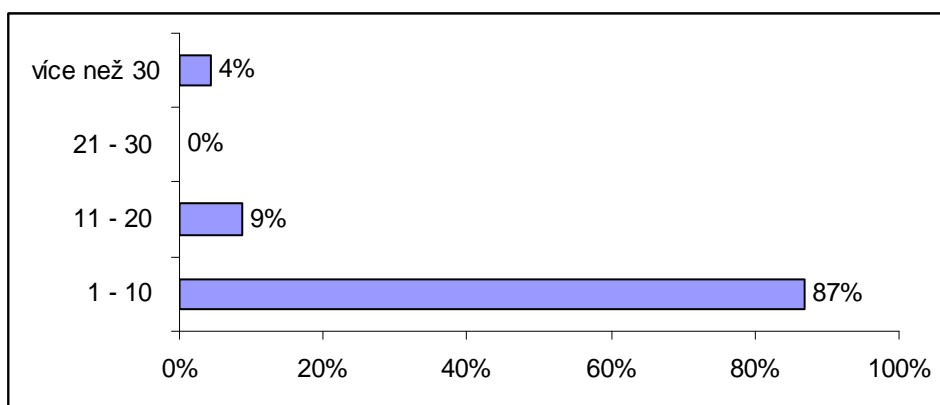
Zdroj: vlastní šetření

4.2.1.3.10 Zaměstnanci

Zaměstnanci jsou důležitou součástí hotelových i restauračních zařízení. Ptala jsem se tedy na jejich počet a spolupráci s nimi.

Naprostá většina (87%) zařízení zaměstnává 1 – 10 zaměstnanců. 11 – 20 zaměstnanců uvádí téměř desetina provozoven a pouhá 4% podnikatelů zaměstnávají více než 30 pracujících.

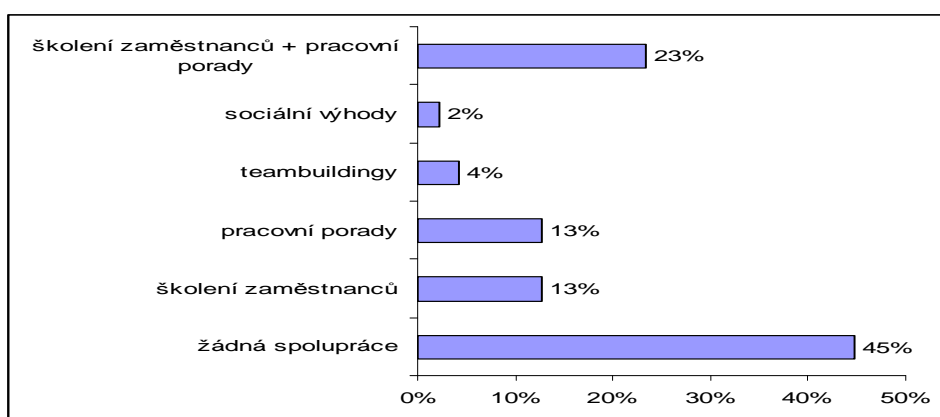
Graf 20: Počet zaměstnanců



Zdroj: vlastní šetření

Téměř polovina dotázaných se svými zaměstnanci žádným způsobem nespolupracuje. U ostatních spočívá největší spolupráce ve školení zaměstnanců a pracovních poradách, které pořádá 23% dotázaných. Dalších dvě skupiny po 13% pořádají pouze školení nebo komunikují na pracovních poradách a zbylých 6% zaměstnavatelů pořádá pro své pracovníky tzv. teambuildingy nebo jsou zaměstnanci odměňováni dalšími sociálními výhodami.

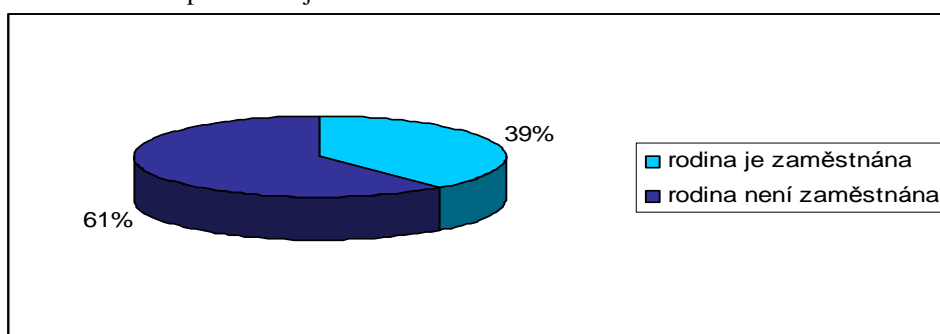
Graf 21: Spolupráce se zaměstnanci



Zdroj: vlastní šetření

Rodinní příslušníci pracují ve 39% dotazovaných zařízeních. Většinou jsou to zaměstnanci pracující v ubytování v soukromí, v penzionech a menších restauracích. Zbylých 61% respondentů členy své rodiny nezaměstnává a v provozovnách tak pracují pouze cizí zaměstnanci.

Graf 22: Rodinní příslušníci jako zaměstnanci

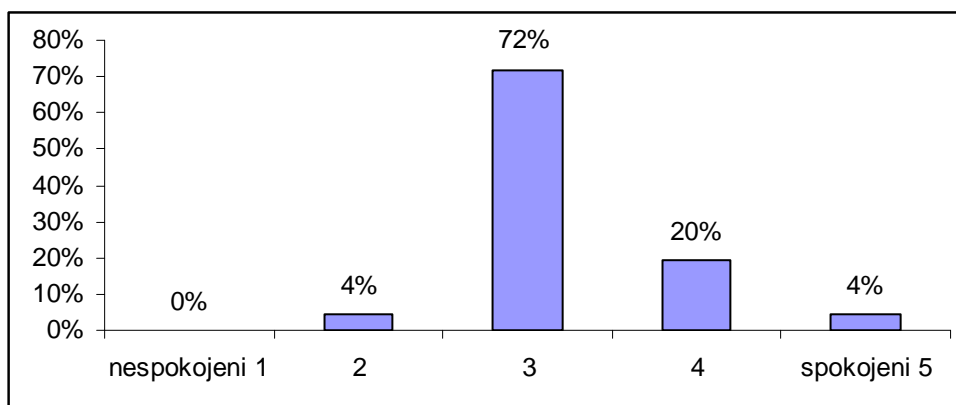


Zdroj: vlastní šetření

4.2.1.3.11 Ziskovost

Při zjišťování spokojenosti se ziskovostí podniku nebyl žádný dotázaný absolutně nespokojen. Z dotazníkového šetření bylo zjištěno, že naprostá většina respondentů je s dosahovanými zisky alespoň průměrně spokojena a 20% provozovatelů je téměř spokojeno. Shodných procent (4%) v šetření dosáhli provozovatelé, kteří jsou se ziskovostí svého zařízení buď spíše nespokojeni nebo naprosto spokojeni.

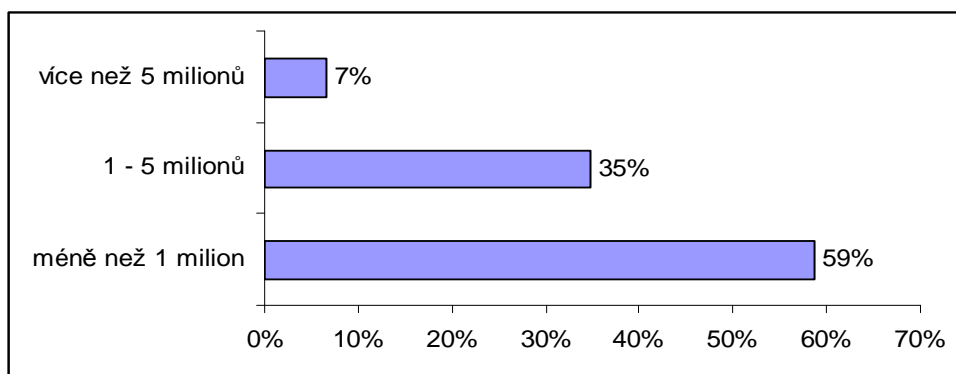
Graf 23: Spokojenost se ziskovostí



Zdroj: vlastní šetření

Z posledního grafu této části jsem zjistila, že tržby více než poloviny dotázaných jsou nižší než 1 milion korun. V rozmezí 1 – 5 milionů ročně se pohybují tržby 35% respondentů a pouze 7% dotázaných dosahuje tržeb vyšších než 5 milionů.

Graf 24: Dosažené tržby



Zdroj: vlastní šetření

4.2.2 Řízený rozhovor

4.2.2.1 Úvod

Řízený rozhovor probíhal v kanceláři hotelu The Old Inn s panem Václavem Slancem, který v hotelu pracuje na pozici F&B Operation Manager. V českém překladu to znamená, že pracuje jako provozní gastronomické části hotelu a stará se o přípravu objednávek a nabídek stravování, o zásobování a o organizační chod odbytového střediska. Ve spolupráci s vedoucími ostatních částí hotelu zajišťuje i marketingovou činnost pro úsek gastronomie tak, aby korespondovala s marketingem celého hotelu.

4.2.2.2 Situace v hotelu

Hotel The Old Inn je luxusní hotel patřící společnosti Bohemia Properties a.s., která vlastní další dvě ubytovací zařízení – Hotel Růže, který se nachází také v Českém Krumlově a Hotel DUO Praha, který se nachází v hlavním městě, jak je vidět již z názvu. Všechny tři hotely mají kromě ubytovací části i část gastronomickou. Hotel Růže a The Old Inn se nacházejí nedaleko od sebe, a tak mají i společné zázemí a vedení. Oba hotely mají jednu společnou ředitelku, účetní, obchodní manažerky i údržbáře. Hotely si mezi sebou personálně vypomáhají.

Vybavení a poskytované služby Hotelu The Old Inn odpovídají podle oficiální jednotné klasifikace třídě FIRST CLASS, kam ale hotel nemohl být z neznámých důvodů zařazen. Proto používá značení čtyř hvězdiček neoficiálně. Kapacita hotelu odpovídá 52 pokojům se 106 lůžky. Pokoje jsou luxusně zařízené a vybavené základním i nadstandardním příslušenstvím. Kromě ubytování a stravování jsou v hotelu nabízené i sportovně – rekreační služby, které se rozdělují na placené a neplacené. Všechny tyto služby mohou hosté využívat v hotelu Růže, kde mají možnost využít bazén a fitness centrum v rámci ceny pobytu. Navíc si mohou připlatit saunu, solárium a vybrat z několika druhů masáží.

Stravování v hotelu zajišťují tři restaurace. Hotelová restaurace, kterou může navštívit až 90 hostů najednou, se může v letní sezóně navíc pyšnit venkovní zahrádkou

s kapacitou dalších 90 míst. Celá tato restaurace je nekuřácká. Velmi oblíbeným odbytovým střediskem hlavně pro místní obyvatele je Pivnice Láb, která pojme až 45 hostů. Přes poledne je zde nabízeno výhodné tříchodové menu, které je oblíbené hlavně u zaměstnanců okolních firem a úřadů. Tento prostor je kuřácký s výjimkou doby podávání obědů. Posledním ze tří zařízení je velmi zajímavý a specializovaný Grill restaurant Katakomby, kde může až 70 hostů ochutnat pokrmy připravené na dřevěném uhlí přímo před zrakem zákazníka. Prostory v katakombách jsou rozděleny do čtyř částí, z nichž jeden úsek je brán jako nekuřácký prostor. V letních měsících navíc funguje venkovní bar, kde se prodávají alkoholické i nealkoholické míchané nápoje.

Ve všech výše zmíněných odbytových střediscích jsou pokrmy podávány různými formami stravování. Nejčastěji se využívá forma á la carte, což je jednotlivý výběr pokrmů z jídelního lístku, a forma skupinových menu, kdy si skupina hostů předem objedná např. jeden stejný pokrm, který jim je připraven a společně naservírován. Dále v hotelu využívají formu banketních hostin (např. svatební hostiny, oslavy narozenin, konference) a rauty, mezi které řadí hlavně firemní večírky. V neposlední řadě zařizuje personál hotelu i tzv. catering, kdy jsou gastronomické služby poskytovány i mimo prostory hotelu.

Hlavním problémem ve všech ubytovacích i stravovacích zařízeních v Českém Krumlově je sezónnost, ze které vyplývají další problémy. V letní sezóně je potřeba více personálu, v mimosezóně to znamená nalákat hosty a připravit jim výhodnou nabídku i v zimním období. V hotelu The Old Inn se pokoušejí eliminovat sezónnost například tvorbou produktových balíčků, které jsou nabízeny hlavně v zimním období. Jedná se o předem připravené programy nabízené určitým skupinám potenciálních návštěvníků. Příkladem balíčků je Valentýnský, Silvestrovský nebo Gastronomický pobyt. Balíček je dvou až pětidenní pobyt, kdy je v ceně zahrnuta např. valentýnská večeře, silvestrovská párty, staročeská večeře, grill party nebo může být zařazena i přednáška s ochutnávkou vína.

Nejoblíbenějším balíčkem, který hotel pořádá je Rožmberské veselí, které si nejčastěji objednávají turisté z Asie. Jedná se o celovečerní program, kdy jsou turisté oblečeni do

renesančních kostýmů, ve kterých usedají ke staročeské večeři. Večeře je podávána speciální formou. Pokrmy jsou zakládány doprostřed stolů a každý host si nabírá sám. Přizpůsobeny jsou i typy pokrmů. Podávají se například pečená kuřata a vepřová kolena. Celou večeři doprovází živá renesanční hudba v podání dvou kytaristů. Po večeři může být pro zájemce zahrnut ještě program s názvem Mystéria. Jedná se o noční prohlídku Českého Krumlova s výkladem až ve třech jazycích. Hosté jsou stále oblečeni v kostýmech a při noční procházce je mohou přepadnout šermíři, kteří jim předvedou středověký šerm. Po prohlídce se vracejí na hotelový bar, kde pokračuje noční zábava až do ranních hodin.

Se sezónností souvisí i návštěvnost. V posledních letech navštěvují hotel skupiny asijských turistů, kteří jsou zde vidět i v mimosezóně. Nejvíce individuálních návštěvníků přijíždí z Ruska a východních států. Hotel je navštěvován turisty z celého světa a nedá se vydělit jeden určitý segment. Stálými návštěvníky jsou turisté ze sousedních zemí, dále Nizozemci, Angličané a stále více i Češi. Z demografického hlediska navštěvují hotel nejvíce lidé v produktivním věku přibližně od 35 let. Studenti přijíždějí spíše ve skupinkách a občasně do hotelu zavítají i rodiny s dětmi.

O to, aby byl hotel dostatečně navštěvován, se starají manažeři hotelu, kteří jezdí na velké zahraniční veletrhy, kde hledají případné spolupracující partnery. Mezi hlavní partnery hotelu patří inomingové cestovní kanceláře, které do České republiky přivázejí zahraniční turisty.

Na otázku „Jak ohrožující je pro vás konkurence?“ mi pan Slanec odpověděl, že konkurenci bere jako výhodu. Důvodem je udržování přibližně stejné cenové hladiny, větší snaha o zvyšování kvality poskytovaných služeb a aktivnější práce v rámci tvoření nabídek. Největší srovnatelnou konkurencí je pro hotel The Old Inn sousední Hotel Zlatý Anděl.

Nejen od konkurence, ale hlavně od vynaložených nákladů se odvíjí stanovení cen. Základem pro stanovení cen jsou v ubytovací části náklady na jedno lůžko v ročním

průměru. Počítá se i s náklady na neobsazené lůžko. V gastronomickém úseku se ceny stanovují podle průměrného food costu (marže). Je to přírážka k vynaloženým nákladům, která je pouze orientační. Je zřejmé, že v hlavní sezóně je přírážka větší než v mimosezóně, kdy se ceny často pohybují na úrovni nákladů.

Aby mohl hotel dobře fungovat a poskytovat tak cenově odpovídající a kvalitní služby, potřebuje zaměstnávat kvalitní a spolehlivé pracovníky, což se i přes veškerou snahu nedaří. Jedním z důvodů je opět sezónnost. Hotel zaměstnává po celý rok přibližně polovinu zaměstnanců z celkového počtu zaměstnávaných v letním období. Z toho vyplývá, že spolupráce se zaměstnanci se drží na velice nízké úrovni a probíhá pouze občasné školení nových vinných produktů. Pracovní porady se uskutečňují jen na úrovni managementu a to dvakrát týdně nebo při větších přípravách chystané akce.

I přes určitou snahu Destinačního managementu Český Krumlov o spolupráci s místními podnikateli v oblasti cestovního ruchu, je vzájemná komunikace stále na špatné úrovni. Paní ředitelka hotelu The Old Inn se zúčastňuje pravidelných schůzek Jour Fix, pořádaných právě Destinačním managementem, ale obvykle se pouze dozví, jaké má město plány. O spolupráci se tedy moc nejedná. Příkladem je nová chystaná vyhláška města, kdy má dojít ke zrušení venkovních barů s prodejem alkoholických nápojů, z důvodu eliminace lidí v podnapilém stavu. Což je pro místní podnikatele značně nevýhodné.

Co se týká ziskovosti podniku, hotel The Old Inn patří do prosperující společnosti. Tržby hotelu se pohybují v částce více než 5 miliónů ročně a čisté zisky jsou přibližně 1 – 5 milionů. Hotel je v hlavní sezóně dobře prosperující a v mimosezóně se drží na úrovni nákladů. Někdy se v mimosezóně ubytovací část zavírá a otevřeny zůstávají jen restaurace. Gastronomický úsek hotelu je v ročním průměru zatím prodělečný.

Plánů na nadcházející sezónu bylo vysloveno hned několik. Jedním z nich je zaměření na ruskou klientelu, kterou by pan Slanec chtěl získat přes kontrakty s incomingovými cestovními kancelářemi, které by přivázeli celé skupiny hostů. Dalším důležitým

krokem je zlepšení spolupráce s cestovními kancelářemi pomocí marketingových akcí. V neposlední řadě se jedná o zlepšení vnitřní komunikace jak mezi zaměstnanci a vedením, tak mezi hotelovými úseky. Posledním záměrem je snaha o kompletní snižování nákladů.

4.2.2.3 Shrnutí rozhovoru

Z našeho rozhovoru vyplynulo, že největší hrozbou hotelu je období mimosezóny. Projevy sezónnosti způsobují mnoho navazujících problémů.

Zásadní z nich jsou nevytížené kapacity hotelu i restaurací v zimním období. To způsobuje, že mimo hlavní sezónu nemůže být zaměstnáván takový počet zaměstnanců jako v letním období a vzniká tak potřeba zaměstnávání brigádníků, kteří nejsou dostatečně kvalifikovaní a neberou svou práci vážně. Kvalita poskytovaných služeb za stejně vysoké ceny se snižuje a hotel přichází o stálou klientelu. Sezónní pracovníci jsou i důvodem špatné spolupráce se zaměstnanci, protože občasný personál je neustále obměňován.

Druhým větším problémem je špatná komunikace města a podnikatelů v cestovním ruchu, kdy město spíše ohlašuje a nařizuje, co se bude dít, než aby diskutovalo. V některých případech jsou návrhy města pro podnikatele velice kontraproduktivní.

4.3 Syntéza zjištěných údajů

Český Krumlov je město s dlouhou a významnou historií, která se výrazně zasadila o jeho nynější atraktivitu pro návštěvníky a turisty z celého světa. Prvotním lákadlem jsou právě historické a kulturní pamětihodnosti, muzea a galerie, které jsou podporovány pořádanými kulturními a společenskými akcemi. K tomu, aby turisté do Českého Krumlova přijeli, to ale nestačí. Zapotřebí je také rozvinutá kvalitní infrastruktura. Ta je zde zajišťována v podobě stále se rozšiřujících informačních, dopravních, ubytovacích a stravovacích služeb.

Předmětem mého zkoumání bylo zanalyzovat nabídku hlavně ubytovacích a stravovacích služeb. Informace o těchto službách jsem zjišťovala jak z dat primárních (dotazníkové šetření) tak i z dat sekundárních a výsledkem je, že se tato data v mnoha případech shodují.

4.3.1 Předmět podnikání

Při zjišťování počtu ubytovacích a stravovacích zařízení jsem odhalila hned několik problémů. Z dotazníkového šetření jsem zjistila, že převažuje nabídka ubytovacích služeb nad nabídkou služeb stravovacích. Problémem ale je, že přesná data o počtu všech stravovacích a ubytovacích zařízení v Českém Krumlově nejsou zatím dostupná.

Statistický úřad sice poskytuje přehled ubytovacích zařízení, který se však neshoduje s údaji vyvěšenými v Oficiálním informačním systému regionu Český Krumlov, kde je počet ubytovacích zařízení mnohem větší. Ani v tomto systému ale nejsou zadána všechna ubytovací zařízení nacházející se v Českém Krumlově, a to z důvodu dobrovolného přihlášení. To znamená, že v nabídce informačního centra jsou pouze ta ubytovací zařízení, která o to mají zájem.

Se zařízeními poskytujícími stravovací služby je situace ještě mnohem horší. Statistický úřad neposkytuje vůbec žádná data vztahující se pouze na město Český Krumlov. Jediné porovnání, které jsem našla, bylo mezi okresy Jihočeského kraje. I informační systém

města má v nabídce opět pouze zařízení, jejichž majitelé si o to požádali. Při dotazníkovém šetření jsem zjistila, že stravovacích zařízení je v Českém Krumlově mnohem více.

4.3.2 Ubytovací služby

Nejvíce ubytovacích zařízení se v Českém Krumlově řadí do kategorie penzion. Tento údaj je obecně známý a navíc je potvrzen i dotazníkovým šetřením. Dále se ve městě nacházejí ubytovací zařízení typu hotel a ve velké míře také ubytování v soukromí. Mezi turisty Českého Krumlova jsou velice oblíbené i další kategorie jako například hostely, kterých je v centru města také nemalý výběr.

Podle statistického úřadu se v Českém Krumlově nachází pouze jeden kemp, který byl v době zjišťování primárních dat zavřený. Pro již zmiňovanou vodáckou turistiku je jeden kemp nacházející se nedaleko centra poněkud nedostačující. Z vlastní zkušenosti vím, že jeho kapacita není dostatečná, jelikož bývá v letní sezóně dosti přeplněný.

Z terénního šetření vyplynulo, že více než polovina z výše uvedených ubytovacích zařízení není zařazeno v Oficiální jednotné klasifikaci ubytovacích zařízení. V tomto případě dochází k rozporu s daty uváděnými Asociací hotelů a restaurací České republiky. Na webových stránkách, kde je uváděn celkový přehled certifikovaných zařízení, jsem našla pouze tři zapsaná ubytovací zařízení. Z těchto výsledků je zřejmé, že všechny zbývající zařízení nemohou svým hostům garantovat kvalitu svých poskytovaných služeb. U jedné třetiny ubytovatelů, kteří do dotazníku uvedly, že se řadí do jedné ze tříd OJK dokonce dochází k mírnému a pravděpodobně i neúmyslnému klamání nejen mě, ale i ubytovávaných turistů. Důvodem může být špatná informovanost provozovatelů i personálu, kteří jsou mnohdy v oboru ubytovacích a stravovacích služeb nedostatečně vzděláni, tudíž nemají přehled o dostupných možnostech. S druhým zádrhelem jsem se setkala při zjišťování kategorie a třídy vybraného hotelu. Vedení hotelu The Old Inn se rozhodlo certifikaci získat. Problém ale nastal při jednání s památkovým ústavem, který zřejmě nechce povolit potřebné přestavby hotelu. Bez zmiňovaných úprav hotel nevyhovuje naprosto všem podmínkám

klasifikace a certifikát mu nemůže být přidělen. Na základě získané informace, budou mít všeobecně hotely problém certifikaci získat, protože historické budovy sloužící jako ubytovací zařízení nespĺňují klasifikační podmínky.

Z pohledu kapacity ubytovacích zařízení, nejvíce se vyskytují zařízení s 1 – 10 pokoji, což v dané lokalitě opět potvrzuje vysoký počet penzionů a ubytování v soukromí. Počet lůžek se pohybuje v intervalu 1 – 30. Dá se tedy říci, že v průměru vychází tři lůžka na jeden pokoj. Kvalita vybavení pokojů je odvíjena od kategorie a třídy, do které ubytovatelé svá zařízení řadí alespoň neoficiálně.

Z další položené otázky týkající se rozlišení placených a neplacených služeb vyplynulo, že většina ubytovacích zařízení se může pyšnit vysokou úrovní, protože mají všechny poskytované služby v ceně pobytu nebo je rozlišují na placené a neplacené. Méně uspokojivá je kvalita poskytovaných služeb, která díky nekvalifikovanému personálu dosahuje velice nízké úrovně. Toto tvrzení vyplynulo především z řízeného rozhovoru s panem Slancem.

4.3.3 Stravovací služby

Tak jako není přehled o počtu ubytovacích a stravovacích zařízení v Českém Krumlově, nejsou k dispozici ani statistická data o formách provozovaných gastronomických zařízeních.

V tomto případě mohu vycházet pouze z dotazníkového šetření, kde mi vyšlo, že nejprovozovanějším odbytovým střediskem jsou restaurace. Nejen mezi místními obyvateli jsou oblíbené kavárny a cukrárny, které jsou v centru města hojně zastoupeny. Stravování formou pohostinství, bistro a denní bary se vyskytují v menší míře. Důvodem je, že hosté do Českého Krumlova často přijíždějí nejen za kulturou a sportem, ale také za gastronomickými zážitky. Opomenout nesmím ani společensko – zábavní zařízení, která jsou otevřena pro zahraniční turisty a návštěvníky i pro místní obyvatele.

Pokud se jedná o stravování v rámci ubytování, jsou často podávány pouze snídaně, což vychází z množství penzionů, které mají omezené stravovací možnosti. Poskytování snídaní je v současné době velkým trendem, protože snídaně jsou nejdůležitější částí stravování v ubytovacím provozu. Hosté se chodí stravovat do okolních restaurací a objem finančních prostředků plynoucích z gastronomické části hotelu se snižuje.

V rámci stravování jsem zjišťovala oddělování kuřáckých a nekuřáckých prostor. Z dotazníku vyplynulo, že více než desetina dotázaných tyto prostory neodděluje, čímž se dopouští porušování zákona o ochraně před alkoholismem a jinými toxikomaniemi, který deklaruje, že každý zákazník restaurace má právo na ochranu před škodlivými vlivy kouření.

V současnosti funguje v některých zemích naprostý zákaz kouření v restauracích, který se u nás také projednával, ale nakonec poslaneckou sněmovnou neprošel. Názory na tento zákon jsou různé, většina podnikatelů se totiž obává o své tržby. Číslo ze zahraničí i od některých českých podnikatelů, kteří zrealizovali zákaz kouření dokazují, že se tržby zvedají. Do Českého Krumlova jezdí hodně turistů z Japonska a Ameriky, kteří kouření v restauracích nesnášejí. Toto by mohl být jeden z mnoha důvodů, proč by se zmiňovaná desetina podnikatelů měla zamyslet na oddělování kuřáckých a nekuřáckých prostor. Na druhou stranu je dobré si promyslet v jakých zařízeních by se zákaz hodil. Například výsledky průzkumů u zařízeních se zákazem kouření dokazují snížené tržby při prodeji kávy. Z toho vyplývá, že zákaz kouření v kavárnách by nebylo vhodné řešení. Kavárna mého známého podnikatele musela být dokonce díky zakazu kouření uzavřena.

4.3.4 Sezónnost

Největším problémem všech ubytovatelů a poskytovatelů stravovacích služeb je sezónnost. V letním období bývají kapacity plně obsazeny, naproti tomu v zimním období musejí být dokonce některá zařízení uzavřena, jelikož jejich provozní náklady jsou mnohonásobně vyšší než zisky.

Nenaplnění kapacit v mimosezónním období je způsobeno několika faktory. Návštěvníci a turisté jezdí do Českého Krumlova převážně za kulturním cestovním ruchem. Nejnavštěvovanější atraktivitou jsou Státní hrad a zámek Český Krumlov a Otáčivé hlediště v zámecké zahradě. Obě tyto atraktivity nejsou přes zimu pro návštěvníky zpřístupněny. Zámek je uzavřený, prohlídky se konají pouze od jara do podzimu a divadelní představení na otáčivém hledišti se hrají jen v letních měsících. Další doprovodné akce jako festivaly a slavnosti probíhají hlavně v letní sezóně, kdy se také dá provozovat pro Krumlov důležitá vodácká turistika. Galerie, muzea a divadla otevřená i v zimním období nejsou zřejmě pro návštěvníky a turisty dostatečným lákadlem.

Sezónnost způsobuje pro ubytovací a stravovací zařízení mnoho dalších komplikací souvisejících s personálem, cenami a vysokými náklady.

4.3.5 Segment zákazníků

Pro Český Krumlov jsou důležití návštěvníci a turisté ze zahraničí tvořící polovinu všech účastníků cestovního ruchu. Často jsou vidět skupiny asijských turistů navštěvující Krumlov i v zimním období. Nejen v mimosezóně navštěvují město i ruští individuální turisté. Kromě jmenovaných národností je Český Krumlov navštěvován turisty a návštěvníky z celého světa. Stejně důležití jsou i návštěvníci z České Republiky, kteří rádi poznávají krásy Jižních Čech. Malou část z nich tvoří i místní obyvatelé navštěvující hlavně kavárny, cukrárny a noční bary.

Z demografického hlediska je Český Krumlov nejvíce navštěvován manželskými páry a rodinami s dětmi. O něco méně sem jezdí studenti a mladí lidé. Nejmenší zastoupení mají senioři. Bussines klientela tvoří v Českém Krumlově jen velmi malou část trhu.

Velice důležitým, ale ne příliš oblíbeným segmentem, jsou „vodáci“, příjíždějící do Krumlova obvykle ve velkých skupinkách. Důvodem je chování některých vodáckých skupin, kteří do kempu příjíždějí v podnapilém stavu a při procházce městem se chovají poněkud nevhodně, což nepůsobí dobře na zahraniční turisty. Takové chování má však

pouze hrstka všech „vodáků“, ostatní jsou připraveni si Krumlov užít a dobře se pobavit, čehož by měli místní podnikatelé využít. Přispívá k tomu i fakt, že kemp bývá „vodáky“ přeplněn a stále více jich za zábavou vyráží do centra. Historické město bývá na cestě po Vltavě jejich nejoblíbenější zastávkou.

4.3.6 Konkurence

Okolní konkurence ohrožuje přibližně polovinu podnikatelů. Schopnost konkurovat vyplývá hlavně z kvality poskytovaných služeb, která je zde velkou měrou zajišťována nekvalifikovaným personálem. Někteří provozovatelé berou konkurenci jako svou výhodu, protože je nutí být stále kreativními a vymýšlet nové a lepší nabídky.

U hodnocení cen v porovnání s cenovou konkurencí je zřejmé, že téměř polovina dotázaných má stejné ceny jako konkurence. Pokud by se ceny neudržovaly na stejné úrovni jako u konkurence, vedlo by to z dlouhodobého hlediska k zániku podniku. Podnikatelé s vyšší cenovou úrovní obvykle poskytují i mnohem komplexnější služby a v okolí konkurenci ani nemají. Naopak provozovatelé s mnohem nižšími cenami oproti konkurenci se na trhu nemohou z důvodů vysokých nákladů dlouhodobě udržet.

Z toho vyplývá, že mnozí z nich stanovují cenu nejen nákladovou kalkulací, ale i porovnáváním s konkurencí. Našli se i provozovatelé stanovující ceny pouze podle konkurence. Tato metoda je samostatně nevhodná. Vždy by měl být nejprve stanoven reálný základ ceny, který by zaručil návratnost nákladů. Poté je možnost porovnání s konkurencí. Pokud se ceny stanovují pouze podle konkurence, je velká pravděpodobnost, že podniky se stejnými cenami dosáhnou rozdílných zisků. Důvodem jsou rozdílné ceny surovin od rozdílných dodavatelů.

4.3.7 Hotelové a restaurační řetězce

Průzkum ukázal malé množství podnikatelů, kteří jsou součástí nějakého řetězce. Patřit do hotelového nebo restauračního řetězce shledávám jako velkou výhodu. Jde o spolupráci s jinými zařízeními stejného typu, která už mají mnohé zkušenosti a mohou tak začínajícímu podniku pomoci při řešení různých problémů. Výhodou je také

získávání finančních prostředků potřebných pro podnikání v restauračním a hotelovém průmyslu. Řetězce jsou již zaběhnutými podniky, a proto mají od finančních domů více důvěry než malý samostatný živnostník.

4.3.8 Zaměstnanci

Nedílnou součástí hotelových a restauračních zařízení jsou jejich zaměstnanci. Pro většinu zaměstnavatelů pracuje 1 – 10 zaměstnanců. Tato data jsou ale nepřesná, protože počet zaměstnanců je téměř ve všech zařízeních ovlivňován sezónností. V letních obdobích je potřeba dvojnásobek zaměstnanců než v období mimo sezóny. Z toho vyplývá, že po celý rok v zařízeních pracuje jen několik stálých zaměstnanců a na sezónu jsou přibíráni brigádníci.

Problém nastává s kvalifikací brigádníků, kteří obvykle nebývají dostatečně vzdělání v oboru hotelových a gastronomických služeb. Chybí i spolupráce s učňovskými středisky, která jsou od Krumlova daleko. Nejbližší učňovské středisko se nachází v Českých Budějovicích, odkud je relativní problém s dojížděním. Když se konečně podaří nějakou spolupráci dohodnout, obvykle nastává problém s nezájmem učňů o získávání praktických zkušeností.

Ze šetření také vyšlo, že necelá polovina zaměstnavatelů se svými zaměstnanci žádným způsobem nespolupracuje. Tento výsledek považuji za špatný, neboť důkladná spolupráce mezi vedením a zaměstnanci je jedna z nejdůležitějších věcí pro správné fungování podniku. Díky neproškolení a neustálému nevzdělávání zaměstnanců dochází k tomu, že poskytované služby nejsou dostatečně kvalitní.

Více než třetina podnikatelů zaměstnává i členy své rodiny. V některých případech je to výhoda, hlavně pro ubytovatele v soukromí a drobných penzionech, obvykle ale dochází k rodinným sporům a špatné komunikaci.

4.3.9 Ziskovost

Téměř všichni z dotazovaných respondentů jsou se svou ziskovostí průměrně nebo téměř spokojeni, což znamená, že by dosahované zisky mohly být i vyšší. Toto tvrzení se vztahuje hlavně na zimní sezónu, kdy nejsou kapacity dostatečně naplněny a dosahované zisky jsou tak nižší. Absolutně nespokojen nebyl nikdo z dotázaných a naprosto spokojena byla jen 4% podnikatelů.

Tržby jsou u více než poloviny podnikatelů menší než jeden milion a u třetiny dotázaných se pohybují mezi jedním až pěti milióny korun.

5 NÁVRHY A OPATŘENÍ

Jak je výše uvedeno, Český Krumlov je město s dlouhou a významnou historií, která se výrazně zasadila o jeho nynější atraktivitu. K velké návštěvnosti přispívá i stále se rozvíjející infrastruktura s velkými hospodářskými přínosy do městského rozpočtu. Provozovaný cestovní ruch má i nadále velký ekonomický potenciál, a proto je nutné jeho rozvoj neustále podporovat.

5.1 Statistická data

Prvním problémem, vzešlým z porovnání primárních a sekundárních dat, bylo zjištění o nezveřejněných přesných počtech provozovaných ubytovacích a stravovacích zařízení. Tato data by se měla zcela určitě vyskytovat ve statistikách mnoha státních orgánů. Jedním z nich je například cizinecká policie České Republiky, které jsou ubytovatelé povinni nahlašovat pobyty ubytovaných cizinců, nebo živnostenský úřad, který by měl mít ucelený přehled o provozovaných živnostech. Díky dalším povinnostem podnikatelů (odvádět zdravotní a sociální dávky za zaměstnance) by na podobných úřadech měli mít záznamy o provozovaných ubytovacích a stravovacích zařízeních. Mým doporučením je zlepšení spolupráce mezi všemi existujícími úřady, aby mohl být statistický přehled počtu ubytovacích a stravovacích zařízení zpřístupněn i veřejnosti. Velkým pomocníkem ulehčující komunikaci mezi úřady je internet, kde by mohla být vytvořena databáze sloužící k výměně dat všech ubytovacích a stravovacích zařízení. Databáze by mohla být vytvořena pod záštitou Destinačního managementu Český Krumlov, který by z ní mohl čerpat údaje a publikovat je na svém Oficiálním informačním systému. Výhodou by byla ucelená nabídka ubytovacích a stravovacích zařízení a doplnění statistického přehledu města Český Krumlov.

5.2 Oficiální jednotná klasifikace

Zajímavým zjištěním zkoumané destinace byly prokázány nesrovnalosti týkající se zařazení ubytovacích zařízení do Oficiální jednotné klasifikace. Podle seznamu zveřejněném Asociací hotelů a restaurací České Republiky jsou v Českém Krumlově

certifikovány pouze tři ubytovací zařízení. Certifikování více ubytovacích zařízení doporučuji pro zlepšení orientace hostů a spolupracujících podnikatelů (např. cestovní kanceláře a agentury), kterým je pomocí klasifikace deklarována kvalita a úroveň vybavení ubytovacích zařízení podle kategorií a tříd. V současné době je osvědčení o klasifikaci dobrovolné a zpoplatněné, mohou ho tak získat všichni podnikatelé, kteří si o něj zažádají a splňují vyhlášené podmínky. Ceny certifikací jsou relativně nízké. Pokud je zařízení členem AHRČR, zaplatí žadatel pouhých 1500 Kč. Jakkmile se jedná o nečlenské zařízení, certifikace je udělena za 3000 Kč. Obě částky jsou ve srovnání s ostatními náklady naprosto minimální a návratnost investice je zaručena již v první sezóně. Po udělení certifikace je vystaven certifikát a zařízení se může prezentovat logem s přiděleným počtem hvězdiček. Výhodou je přednostní propagace certifikovaných zařízení v propagačních materiálech a na webových stránkách agentury Czech Tourism. Domluvit se dá i lepší spolupráce s cestovními kancelářemi, které mohou nabízená zařízení v katalogích označit klasifikačním logem.

Při zkoumání zařazených ubytovacích zařízení jsem se setkala s problémem v komunikaci s památkovým ústavem, který zřejmě bude mít většina ubytovacích zařízení v Českém Krumlově. Český Krumlov je staré město a ubytovací zařízení jsou ve většině provozována v historických budovách, kde se obvykle nesmějí dělat velké stavební úpravy. Vzhledem k udělování nových certifikací, které bude probíhat od roku 2010, by bylo vhodné zažádat o poskytnutí určitých výjimek týkajících se právě stavebních úprav hodnocených prostor.

5.3 Zlepšení stravovacích služeb kempu Nové Spolí

Jediný a velice oblíbený vodácký kemp Českého Krumlova se nachází v městské části Nové Spolí. V analýze jsem došla k závěru, že vzhledem k narůstajícím požadavkům vodáckých turistů by měl být kemp neustále renovován. Nejhorší úroveň mají v kempu poskytované stravovací služby. Možnost stravování je v místním občerstvovacím okénku, které se nachází v přístřešku s 250 místy k sezení. Přesto je tento přístřešek nedostačující a u okénka se neustále stojí obrovské čekací fronty.

Z tohoto důvodu navrhuji výstavbu nového stravovacího komplexu spojeného s další sociální částí, kde z jedné strany budou dvě občerstvovací okénka. Jedno bude sloužit pro zakoupení nápojů a v druhém bude probíhat prodej pokrmů. Dvě okénka jsou výhodná z důvodu snížení čekací doby a většího přehledu objednávek. Připravovanými pokrmy budou především svačinové polévky, hotová česká jídla a několik oblíbených minutkových jídel (např. Smažený sýr s hranolky a tatarou). Okénka budou otevřena už od brzkých ranních hodin, kdy budou prodávány snídaňové pokrmy ve formě čerstvě připravovaných obložených baget i chlebů a oblíbené sladké pečivo. Na výběr budou od dopoledních hodin i polévky.

V boční části domu bude vystavěn menší obchůdek s potravinami, který bude sloužit pro nákup běžných potravin a ostatních věcí denní potřeby. Neměl by chybět ani prodej naštipaného dříví pro zábavu u ohně. Výhodou je provázanost obchodu i občerstvení, pokud si turisté chtějí připravit svůj vlastní pokrm, mohou si nakoupit v místním obchodě a provozovatel kempu nepřijde o své tržby. Navíc budou větší odběry zásob od dodavatelů, z čehož vyplývají možné množstevní slevy a snížení nákladů. Obchod by byl velkým ekonomickým přínosem.

Z druhé strany domu bych navrhovala rozšíření sociálního zařízení, především toalet, které jsou v současné době značně nedostačující. Před domem by byla vystavěna velká terasa, která by byla v případě špatného počasí zastřešena vytahovací markýzou, a pojala by kolem 100 hostů.

Projekt by byl realizován na části pozemku nacházejícím se vedle pozemků kempu. Navrhovaný pozemek je ve vlastnictví města Český Krumlov, proto by i celá výstavba probíhala v jeho režii. Po dokončení stavby by byla celá budova i s pozemkem pronajímána stávajícímu provozovateli kempu. Město Český Krumlov by bylo investorem, což je výhodné z hlediska získávání potřebných finančních prostředků. Investice by mohla být z části financována z grantu poskytnutého Jihočeským krajem a z části za účasti finanční podpory města. Finanční rozpočet navrhovaného zařízení je přiložen v příloze 5.

5.4 Restaurace s živou muzikou

Z analýzy bylo zjištěno, že místní obyvatelé tvoří v restauračních zařízeních jen velmi malý segment a to převážně v kavárnách a cukrárnách. Proto by bylo dobré otevřít vhodnou restauraci, která by byla umístěna v blízkosti obytné části města a nabízela by něco originálního. Cílem restaurace je vytvořit příjemné prostředí pro posezení s přáteli a dobrým občerstvením za přijatelné ceny.

Navrhuji otevřít stylovou restauraci, kde by každý pátek a sobotu večer hrála živá kapela k poslechu i tanci. Vhodné prostory by byly místo stávající Restaurace U Ratolesti, která se nachází nad prodejnou potravin. Místo je zvolené na okraji centra, blízko obytného sídliště a nedaleko od vodáckého kempu Nové Spolí. Z toho vyplývá, že bych ráda v letním období podporovala i segment vodáckých turistů.

Celá restaurace má tvar čtverce a potřebovala by kompletní rekonstrukci. V pravém rohu by se nacházela kuchyně, na kterou by přímo navazoval mohutný dřevěný bar. V návaznosti na kuchyň a bar by byly i všechny potřebné sklady, tak aby vyhovovaly předepsaným hygienickým normám. Na opačné straně v levém zadním rohu by byl prostor pro kapelu a menší parket pro případný zájem tanečníků. Zbytek restaurace by byl věnován sedícím hostům, kteří by měli k dispozici menší čtyřmístné stoly nebo velké šestmístné stoly s lavicemi. Celá restaurace by byla zařízena v dřevěném stylu a poskytovala tak staročeské prostředí.

V nabídce restaurace by byl výběr z poledních menu, který by se skládal hlavně z českých hotových jídel. Celodenní nabídka by byla složena z minutkové kuchyně se specializací na domácí výrobu. Důraz by byl kladen na správný výběr dodavatelů dovážející čerstvé suroviny, čímž se budou snižovat zásoby ve skladech a mrazících boxech.

Co se týká živé hudby, domluveny by byly čtyři různé kapely. Každá by byla zaměřena na jiný žánr, ale všechny žánry by byly směřovány pro střední generaci. Každá kapela by hrála jeden víkend v měsíci a jako vstupné by byl vybírán symbolický příspěvek 30 Kč.

5.5 Otevření rychlého občerstvení

Při prováděné analýze stravovacích zařízení jsem došla k velké absenci ve formě rychlého občerstvení, které by mohli využívat jak návštěvníci a turisté Českého Krumlova, kteří mají časově nabitý program, tak místní obyvatelé chvátající do práce. Rychlé občerstvení by mělo mít velký výběr připravovaných čerstvě rozpečených baget a hamburgerů. Samozřejmostí je splňování všech hygienických nařízení a příjemné vystupování obsluhujícího personálu. Výhodou jsou i poskytované alternativy nabízejících pokrmů, vyráběné přesně podle přání zákazníků.

5.6 Zámecké ochutnávky vína

Nedávno jsem se doslechla o starých rožmberských vinných sklepech, které se nacházejí pod prostorami zámeckého barokního divadla a momentálně slouží pouze jako úložiště vína. Tyto sklepy, které jsou ve vlastnictví jednoho českokrumlovského podnikatele, by se daly využít k rozšíření atraktivity zámku. Navrhovala bych spojení s připravovanou zimní expozicí zámku, kdy by byly návštěvníci po prohlídce vystavených zámeckých komnat dovedeni krásnou procházkou až k zámeckému divadlu. Prohlídka by pokračovala ochutnávkou vína ve vinném sklípku. V létě by prohlídka sklípku mohla být napojena na jinou z prohlídkových tras. Závěrem každé prohlídky byl nabízen pravý burčák.

Kromě zimní zámecké expozice by se sklípek mohl využívat i pro ochutnávky moravských vín, spojené s prohlídkou rožmberských sklípků a lehkým pohoštěním v podobě podávaných sýrů. Tato služba by byla poskytována především na objednávku pro malé i velké skupinky zájemců.

Obě nabídky by měly sloužit v rámci rozšíření služeb pro veřejnost a k eliminaci problémů mimo sezónního období.

5.7 Založení školícího centra

Velký problém se ukázal v oblasti vzdělanosti majitelů a pracujícího personálu. U majitelů je nevzdělanost způsobena například tím, že vlastní v centru města nemovitost, tak jí využijí a otevřou si ubytovací nebo stravovací zařízení, aniž by měly přehled o tom, co takové podnikání obnáší. U obsluhujícího personálu je špatná kvalifikace způsobena zaměstnáváním velkého počtu brigádníků v letních měsících.

Z těchto důvodů bych navrhla zřízení školícího centra v oboru hotelových a gastronomických služeb, které by pracovalo pod záštitou města Český Krumlov. Součástí by samozřejmě byla spolupráce s místními podnikateli, úřadem práce a ostatními úřady. Na vše by dohlíželo Ministerstvo školství.

Školící kurzy by probíhaly hlavně v zimní sezóně, kdy by se zaměstnanci připravovali na letní období. Byly by rozděleny jednak do bloků týkajících se hotelnictví a do části gastronomické. Dále by se rozdělovaly podle požadované pozice. To znamená, že by byly kurzy pro malé podnikatele, kteří jsou ve svém zařízení zároveň vlastním personálem. Dále pro větší podnikatele, kteří by byly školeni v oblasti možností trhu (Oficiální jednotná klasifikace, spolupráce s Asociacemi, kooperace s jinými podniky, možnosti financování) a řízení podniku. Další kurzy by se týkaly proškolení nižších úrovní zaměstnanců, které by se vztahovaly hlavně na pracovníky komunikujících s hosty. Jednalo by se o základní zásady práce, vystupování a dodržování hygienických pravidel.

Zájem na odbornosti personálu by měly mít všechny složky, o které se jedná. Z toho vyplývá i financování odborných školení. Proto, aby byla kvalifikace motivační složka, podíleli by se na financování kurzů zaměstnanci, zaměstnavatelé i samotné město. Zaměstnanci by měli mít zájem být kvalifikovaní, protože budou mít zajištěnou práci, která když bude dobře vykonávaná, bude i dobře ohodnocena a to nejen od zaměstnavatele, ale i od hostů. Zaměstnavatelé si stěžují na málo kvalifikované pracovní síly, proto i v jejich zájmu by mělo být proškolení pracovníků, které by

zároveň sloužilo jako motivace, popřípadě odměna. Město by se mělo podílet z toho důvodu, že má zájem na snižování počtu nezaměstnaných občanů.

6 ZÁVĚR

Cílem práce bylo zjištění stávající situace v přehledu, úrovni a kvalitě poskytovaných ubytovacích a stravovacích služeb v Českém Krumlově. Na základě zjištěných údajů jsem podala návrhy na opatření pro zlepšení dané situace provozovaných zařízení.

Na začátku práce byly stanoveny čtyři hypotézy. Tři z nich byly potvrzeny a jedna byla vyvrácena. Z každé vyplynuly určité problémy, o jejichž vyřešení jsem se pokusila v poslední praktické části práce, kde jsem poskytla určité návrhy na zlepšení situace.

První hypotéza udávala tvrzení, že ve vybrané oblasti existuje velké množství ubytovacích a stravovacích zařízení v různých úrovních a s odlišnými poskytovanými službami. Hypotéza byla potvrzena dotazníkovým šetřením, řízeným rozhovorem, zkoumáním sekundárních dat a v neposlední řadě i vlastním pozorováním, čímž bylo zjištěno, že se v Českém Krumlově nacházejí téměř všechny formy ubytovacích i stravovacích zařízení, poskytující odlišné služby.

Vyvrácena byla hypotéza říkající, že ve zmiňovaných službách je poměr mezi kvalitou a cenou poskytovaných služeb. Hlavně vlastním pozorováním, které bylo potvrzeno i řízeným rozhovorem, jsem se dozvěděla, že existuje velký nepoměr mezi kvalitou poskytovaných služeb a jejich cenami. Tento nepoměr je způsoben nekvalifikovaným personálem, který udržuje kvalitu na nízké úrovni, ale ceny za poskytované služby se řídí podle nastavení konkurence.

Z výše uvedeného vyplývá i potvrzení další hypotézy, která říká, že kvalita ubytovacích a stravovacích služeb je ovlivněna především lidmi pracujícími v této oblasti.

Potvrzena byla i čtvrtá hypotéza s úvahou, že ve vytížení jednotlivých zařízení se objevují vlivy sezónnosti. Toto potvrzení se ukázalo jako největší problém všech podnikatelů pracujících ve službách cestovního ruchu a bylo dokázáno všemi zkoumanými metodami.

Z celé práce vyplývá velký potenciál ke zlepšování poskytovaných služeb cestovního ruchu, který bychom měli využít a pokusit se tyto služby stále rozvíjet a zkvalitňovat. Velkou pomocí by mohlo být zkvalitňování práce zaměstnanců za podpory školicího systému, specializace ubytovacích a stravovacích zařízení nebo tvorba nových produktových balíčků.

Na základě provedené analýzy trhu došlo ke zmapování a vyhodnocení aktuální situace ubytovacích a stravovacích služeb. Pomocí dotazníkového šetření, řízeného rozhovoru, studiem sekundárních dat a vlastním pozorováním byl získán přehled o přibližném počtu zařízení a významu i úrovni poskytovaných služeb. Pro vylepšení nabídky ubytovacích a stravovacích služeb v Českém Krumlově jsem podala návrhy, kterými by se mohlo rozvoje docílit.

Tímto způsobem jsem dle mého názoru splnila všechny stanovené cíle práce.

7 SUMMARY

The aim of this work was to identify the current situation in the survey, the level and quality of accommodation and catering services in Český Krumlov. On the basis of observed data, I submitted proposals for measures to improve the situation of existing installations.

At the beginning of the work were established four hypotheses. Three of them were confirmed and one has been refuted. Each emerged some problems for which I have tried to solve the last part of the practical work, where I gave some suggestions to improve the situation.

The whole work shows great potential for improvement of tourism services, which we should take advantage and try to develop these services and still improve. Great help could improve the work of employees with the support of a training system, specialization accommodation and catering facilities or the creation of new product packages.

On the basis of the market analysis has been mapping and evaluation of the current situation of accommodation and catering services. Using the questionnaire survey, interview-driven, the study of secondary data and their own observation has been obtained an overview of the approximate number of facilities and the importance and level of services provided. To improve the supply of accommodation and catering services in Český Krumlov, I submitted proposals, which could be achieved by the development. In this way I have in my opinion, met all the objectives set work.

8 SEZNAM LITERATURY

8.1 Literární zdroje

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

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

[3] INDROVÁ, Jarmila. a kol. *Cestovní ruch I*. 1. vyd. Praha: VŠE., 2004. ISBN 80-245-0799-4.

[4] KOTLER, P., ARMSTRONG, G. *Marketing*. Praha: Grada Publishing, 2004. ISBN 80-247-0513-3.

[5] MORRISON, M. Alastair. *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: VICTORIA PUBLISHING, 1995. ISBN 80-85605-90-2.

[6] ORIEŠKA, Ján. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: IDEA SERVIS, 1999. ISBN 80-85970-27-9.

[7] PAYNE, Adrian. *Marketing služeb*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1996. ISBN 80-7169-276-X.

[8] PRAŽSKÁ, L., JINDRA, J. a kol. *Obchodní podnikání: retail management*. 2. vyd. Praha: Management Press, 2002. ISBN 80-7261-059-7.

[9] RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Brno: Brno International Business School, 2005. ISBN 80-86575-92-6.

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

[11] *Cestovní ruch pro všechny*. 1. vyd. Praha: MMR, 2008. ISBN 978-80-7399-407-05.
Dostupné na WWW: <http://ct.scentrum.cz/eknihovna/>

8.2 Internetové zdroje

<http://www.ckrumlov.info>

<http://www.czso.cz/>

<http://vdb.czso.cz/vdb/>

<http://www.ahr-cr.cz/>

<http://www.hotelstars.cz/>

<http://www.kempkrumlov.cz/cenik.html>

<http://www.hoteloldinn.cz/>

9 SEZNAM GRAFŮ

Graf 5: Předmět podnikání.....	37
Graf 6: Kategorie ubytovacího zařízení.....	38
Graf 7: Třídy ubytovacího zařízení.....	38
Graf 8: Placené a neplacené služby	39
Graf 9: Počet pokojů	40
Graf 10: Počet lůžek	40
Graf 11: Formy stravovacích služeb.....	41
Graf 12: Oddělení kuřáckých a nekuřáckých prostor	42
Graf 13: Sezónnost.....	42
Graf 14: Geografický segment zákazníků	43
Graf 15: Demografický segment návštěvníků podle věkových skupin	43
Graf 16: Ohrožení od konkurence	44
Graf 17: Cenová úroveň poskytovaných služeb ve srovnání s konkurencí	45
Graf 18: Stanovení cen	45
Graf 19: Hotelové a restaurační řetězce.....	46
Graf 20: Počet zaměstnanců	46
Graf 21: Spolupráce se zaměstnanci	47
Graf 22: Rodinní příslušníci jako zaměstnanci.....	47
Graf 23: Spokojenost se ziskovostí.....	48
Graf 24: Dosažené tržby	48

10 PŘÍLOHY

10.1 Seznam příloh

Příloha 1: Mapy města Český Krumlov

Příloha 2: Tabulky

Příloha 3: Grafy

Příloha 4: Fotografie hotelu The Old Inn

Příloha 5: Dotazník

Příloha 6: Finanční rozpočet zařízení Nové Spolí

Příloha 7: Finanční rozpočet restaurace s živou muzikou

Příloha 1: Mapy města Český Krumlov

Obrázek 1.1: Mapa města



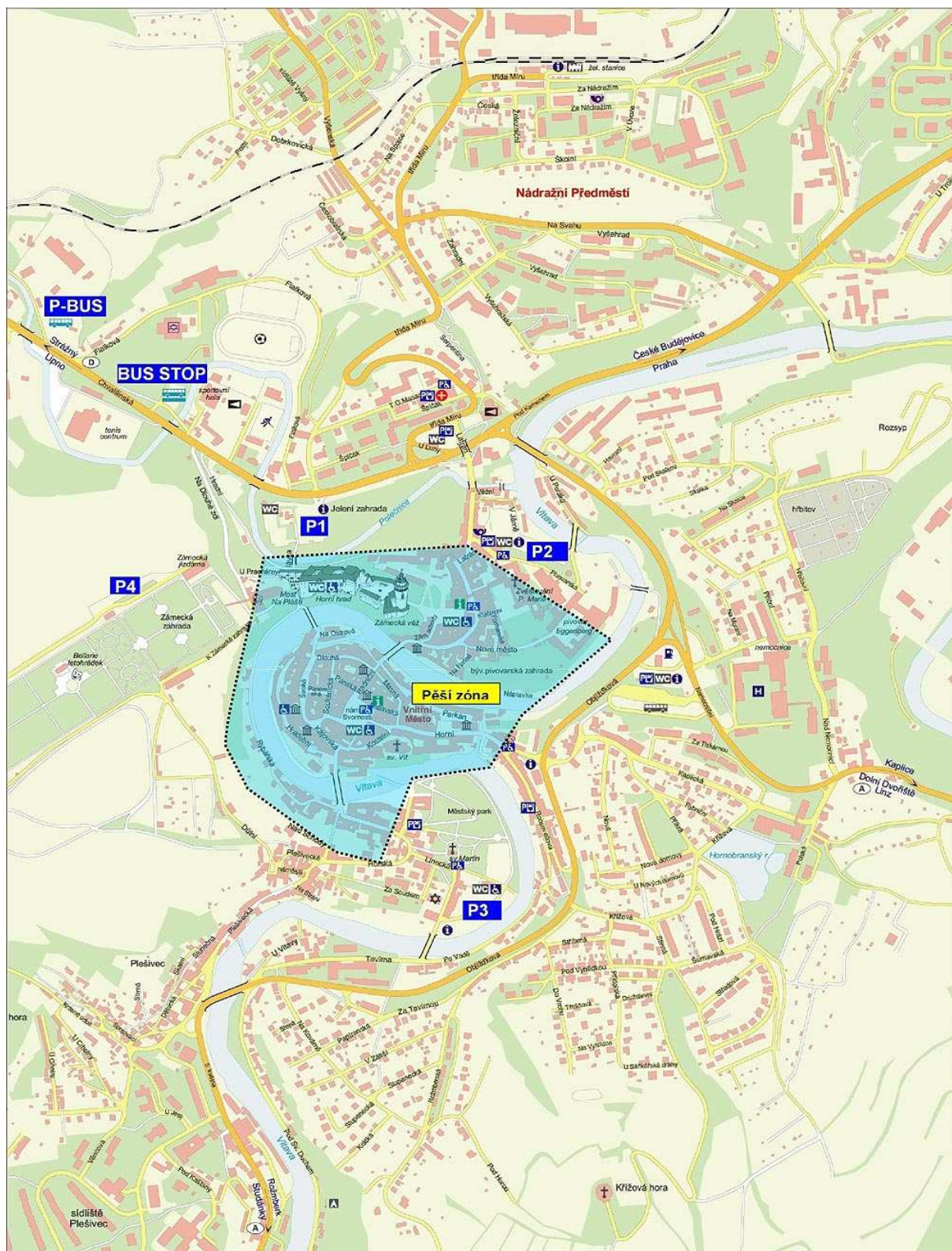
Zdroj: Oficiální informační systém regionu Český Krumlov

Obrázek 1.2: Mapa pěší zóna



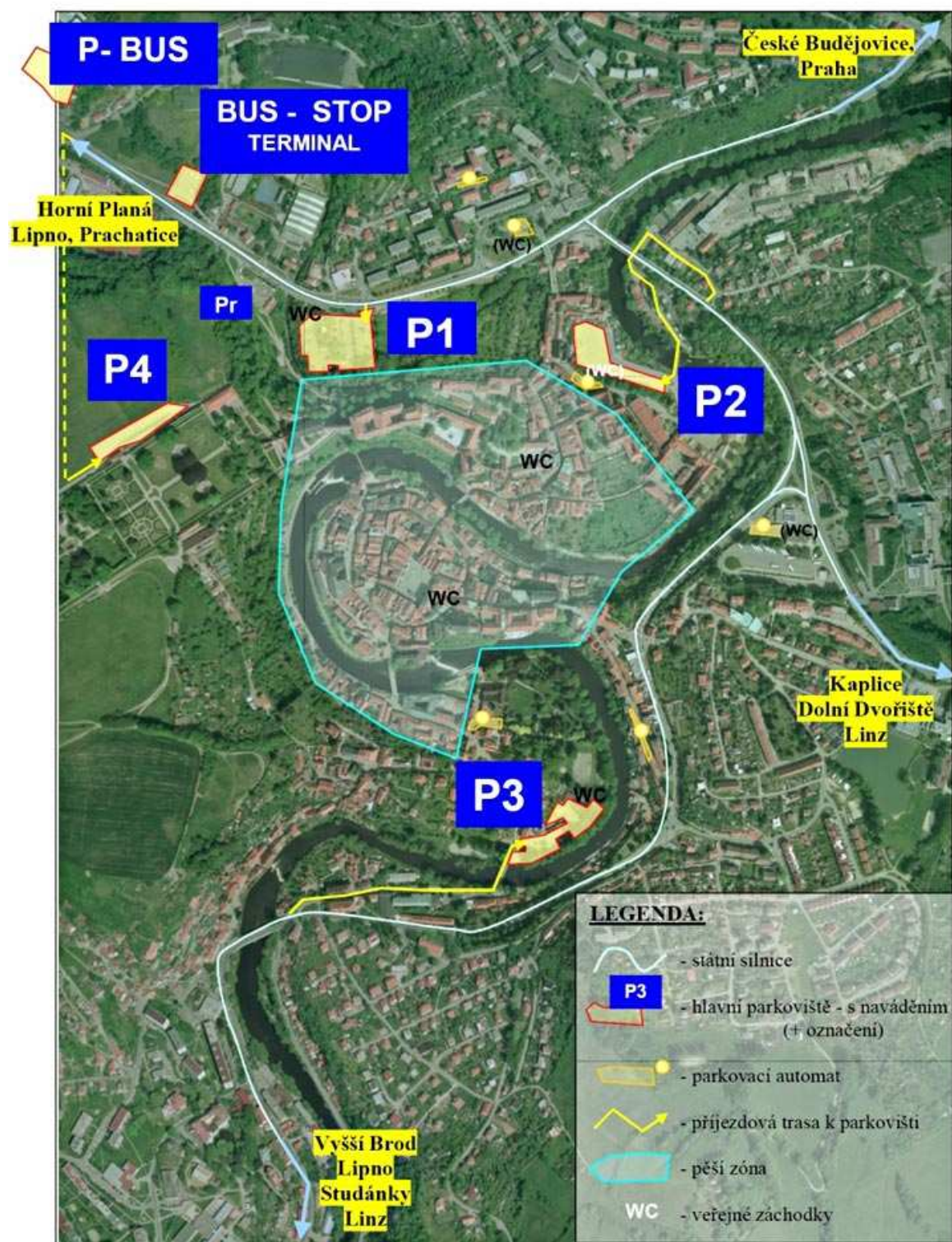
Zdroj: Oficiální informační systém regionu Český Krumlov

Obrázek 1.3: Mapa dopravy



Zdroj: Oficiální informační systém regionu Český Krumlov

Obrázek 1.4: Mapa parkovišť



Zdroj: Oficiální informační systém regionu Český Krumlov

Příloha 2: Tabulky

Tabulka 1: Obyvatelstvo

Obyvatelstvo 2007			
	celkem	muži	ženy
Živě narození	165	80	85
Zemřelí	136	62	74
Přistěhovalí	302	142	160
Vystěhovalí	440	196	244
Počet bydlících obyvatel k 31.12.2007	13 752	6 753	6 999
Počet obyvatel ve věku 0-14 let	2 030	1 011	1 019
Počet obyvatel ve věku 15-64 let	9 924	4 986	4 938
Počet obyvatel ve věku 65 a více let	1 798	756	1 042

zdroj: ČSÚ

Tabulka 2: Průměrná míra nezaměstnanosti

Původní metodika								Nová metodika				
1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004	2005	2006	2007	2008
4,3%	6,6%	8,7%	8,4%	7,9%	8,7%	9,8%	10,1%	9,2%	9,6%	8,8%	6,5%	5,6%

Zdroj: úřad práce

Tabulka 3: Počet ubytovacích zařízení v kraji podle kategorií

Území (kraj / okres)	Počet ubytovacích zařízení			
	celkem	v tom		
		hotely a podobná zařízení	kempy a ostatní hromadná ubytovací zařízení	individuální ubytování
Jihočeský kraj	2 735	582	506	1 647
České Budějovice	452	85	48	319
Český Krumlov	982	155	139	688
Jindřichův Hradec	386	98	82	206
Písek	133	37	50	46
Prachatice	436	124	97	215
Strakonice	133	31	36	66
Tábor	213	52	54	107

Zdroj: ČSÚ, data z roku 2001

Tabulka 4: Počet ubytovacích zařízení v kraji podle charakteru

Území (kraj / okres)	Počet ubytovacích zařízení							
	celkem	v tom			v tom		v tom	
		možnost stravování			charakter provozu		kategorie počtu zaměstnanců	
		A	B	C	celoroční	sezónní	0 - 19	20 a více
Jihočeský kraj	2 735	206	580	1 949	1 246	1 489	2 691	44
České Budějovice	452	23	82	347	231	221	445	7
Český Krumlov	982	75	168	739	356	626	976	6
Jindřichův Hradec	386	40	85	261	173	213	379	7
Písek	133	12	48	73	54	79	128	5
Prachatice	436	36	102	298	257	179	428	8
Strakonice	133	13	38	82	67	66	131	2
Tábor	213	7	57	149	108	105	204	9

Zdroj: ČSÚ, data z roku 2001

Tabulka 5: Souhrnný přehled ubytovacích zařízení

Území (kraj / okres)	Počet ubytovacích zařízení celkem	Počet pokojů celkem	Počet lůžek ¹⁾ celkem	Počet míst pro karavany a stany celkem	Počet zaměstnanců	Počet lůžek ¹⁾ na 1 pokoj	Počet zaměstnanců na 1 pokoj
Jihočeský kraj	2 735	22 250	69 361	36 601	5 257	3,12	0,24
České Budějovice	452	3 176	8 702	3 154	901	2,74	0,28
Český Krumlov	982	5 221	16 550	11 467	1 022	3,17	0,20
Jindřichův Hradec	386	4 050	12 557	8 890	1 189	3,10	0,29
Písek	133	2 063	6 647	1 905	481	3,22	0,23
Prachatice	436	3 637	11 722	5 531	724	3,22	0,20
Strakonice	133	1 690	5 354	2 311	277	3,17	0,16
Tábor	213	2 413	7 829	3 343	663	3,24	0,27

Zdroj: ČSÚ, data z roku 2001

Tabulka 6: Seznam všech ubytovacích zařízení v Českém Krumlově

číslo	Název	Kategorie	Počet pokojů
1	HOTEL RŮŽE	Hotel *****	51 až 100
2	HOTEL GOLD	Hotel ****	11 až 50
3	HOTEL ZLATÝ ANDĚL	Hotel ****	11 až 50
4	HOTEL THE OLD INN	Hotel ****	51 až 100
5	HOTEL MLÝN	Hotel ****	11 až 50

6	HOTEL DVOŘÁK	Hotel ****	11 až 50
7	HOTEL BELLEVUE	Hotel ****	51 až 100
8	GRAND HOTEL	Hotel ***	11 až 50
9	HOTEL ARCADIE	Hotel ***	10 a méně
10	HOTEL VLTAVA	Hotel ***	11 až 50
11	HOTÝLEK A HOSPODA U MALÉHO VÍTKA	Hotel ***	11 až 50
12	HOTEL LEONARDO	Hotel ***	11 až 50
13	HOTEL BARBORA	Hotel ***	11 až 50
14	HOTEL GARNI RAJSKÝ	Hotel garni	11 až 50
15	PENSION NA LOUŽI	Penzion	11 až 50
16	PENSION HOTEL VLTAVÍN	Penzion	10 a méně
17	PENSION KATKA	Penzion	10 a méně
18	PENSION ANNA	Penzion	10 a méně
19	HOTEL KONVICE	Penzion	10 a méně
20	PENSION U GALERIE	Penzion	10 a méně
21	PENSION NIKA	Penzion	10 a méně
22	PENSION GERTA	Penzion	10 a méně
23	PENZION FALKO	Penzion	10 a méně
24	R PENZION	Penzion	10 a méně
25	PENZION GLOBUS FLEISCHMANNOVÁ	Penzion	10 a méně
26	PENSION LANDAUER	Penzion	10 a méně
27	PENSION U MATESA	Penzion	11 až 50
28	PENSION ROSA	Penzion	11 až 50
29	PENSION BARBAKÁN	Penzion	10 a méně
30	PENZION BELÁRIE	Penzion	10 a méně
31	HOTEL-RESTAURACE ŠVAMBERSKÝ DŮM	Penzion	10 a méně
32	PENSION NA KOVÁRNĚ	Penzion	10 a méně
33	PENSION VODOTRYSK	Penzion	10 a méně
34	PENSION POD SKALKOU	Penzion	11 až 50
35	PENSION TEDDY	Penzion	10 a méně
36	PENSION VLTAVA	Penzion	10 a méně
37	PENSION ADALBERT	Penzion	10 a méně
38	PENZION GARDENA	Penzion	11 až 50
39	TRAVELEERS' HOSTEL	Penzion	11 až 50
40	ŠTINDLOVÁ ANNA	Penzion	10 a méně
41	TENIS CENTRUM	Penzion	10 a méně
42	HOTEL LIPNO	Penzion	10 a méně
43	PENZION POHODA	Penzion	11 až 50
44	PENZION ONYX	Penzion	10 a méně
45	PENZION AMADEUS	Penzion	10 a méně

46	PENSION LOBO	Penzion	10 a méně
47	PENSION VYŠEHRAD	Penzion	10 a méně
48	PENZION SVATÉHO HUBERTA	Penzion	10 a méně
49	PENZION LAURA	Penzion	10 a méně
50	THALLERŮV DŮM	Penzion	10 a méně
51	PENZION U HAMRU	Penzion	10 a méně
52	PENZION TILIA	Penzion	10 a méně
53	PENZION PANORAMA	Penzion	10 a méně
54	PENZION KÖLBL	Penzion	10 a méně
55	PENZION SLADOVÁ HANA	Penzion	10 a méně
56	PENSION MYŠÍ DÍRA	Penzion	11 až 50
57	HOTEL U VÁCLAVA	Penzion	10 a méně
58	AUGUSTÍN JIŘÍ - UBYTOVÁNÍ	Kemp	10 a méně
59	ZVONAŘ JAROSLAV	Kemp	10 a méně
60	UBYTOVNA SPORTOVNÍ HALA	Turistická ubytovna	11 až 50
61	SPORTMOTEL	Turistická ubytovna	10 a méně
62	KRUMLOV HOUSE HOSTEL	Turistická ubytovna	10 a méně
63	TURISTICKÁ ZÁKLADNA NOVÉ SPOLÍ	Turistická ubytovna	10 a méně
64	MINI HOTEL ABRAKA	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	10 a méně
65	CASTLE VIEW APARTMENTS	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	10 a méně
66	ZÁMECKÁ APARTMÁ	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	10 a méně
67	HOSTEL RYBA	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	10 a méně
68	HOSTEL POSTEL	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	10 a méně
69	VILLA JANA	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	10 a méně
70	RESTAURACE PENZION KRISTÍNKA	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	10 a méně
71	VILLA GARIBALDI	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	10 a méně
72	HOSTEL 99	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	10 a méně
73	HOSTEL HAVANA	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	10 a méně
74	PENSION MARIE	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	10 a méně
75	DOWN TOWN APARTMENTS	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	10 a méně
76	HOSTEL MERLIN	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	11 až 50

Zdroj: ČSÚ, 2008

Tabulka 7: Počet pohostinských provozoven

Území (kraj / okres)	Počet pohostinských provozoven celkem							
	celkem	charakter provozu		kategorie počtu zaměstnanců		charakter služeb		
		celoroční	sezónní	0 - 19	20 a více	s podáváním jídel	s podáváním nápojů	s ostatními službami
Jihočeský kraj	1 991	1 713	278	1 975	16	858	1 051	82
České Budějovice	491	438	53	485	6	240	225	26
Český Krumlov	286	217	69	282	4	152	124	10
Jindřichův Hradec	308	254	54	308	0	119	177	12
Písek	238	208	30	238	0	99	132	7
Prachatice	197	178	19	195	2	91	100	6
Strakonice	183	166	17	180	3	47	125	11
Tábor	288	252	36	287	1	110	168	10

Zdroj: ČSÚ, data z roku 2001

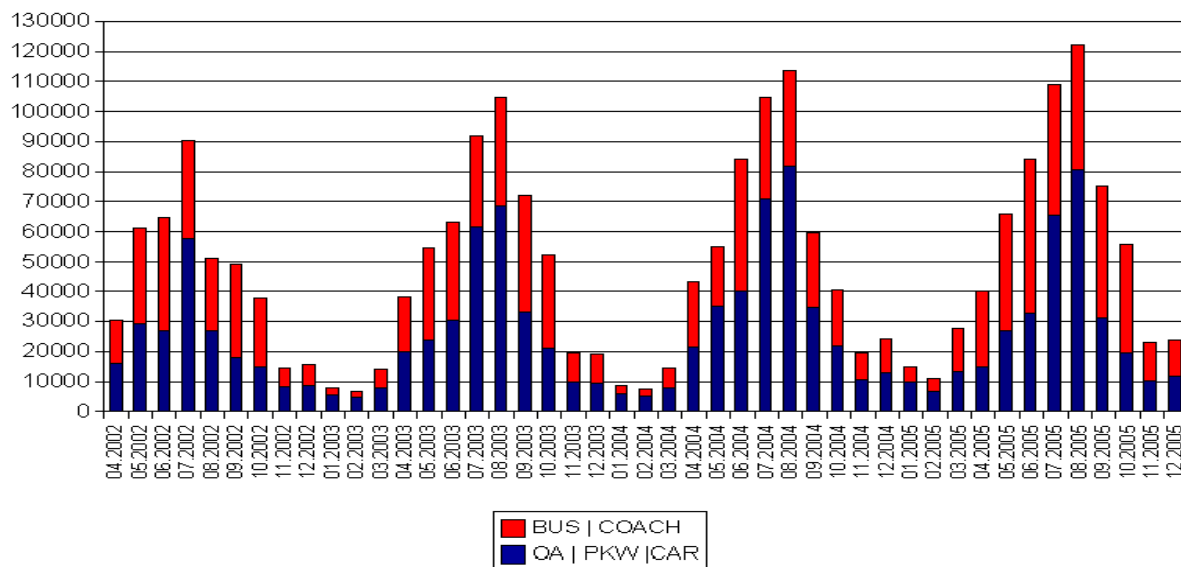
Tabulka 8: Přehled sportovních zařízení

Sport	Kryté bazény	1
	Hřiště	16
	Tělocvičny (vč. školních)	8
	Stadiony otevřené	1
	Zimní stadiony kryté i otevřené	1
	Ostatní zařízení pro tělovýchovu	18

Zdroj: ČSÚ, data z roku 2006

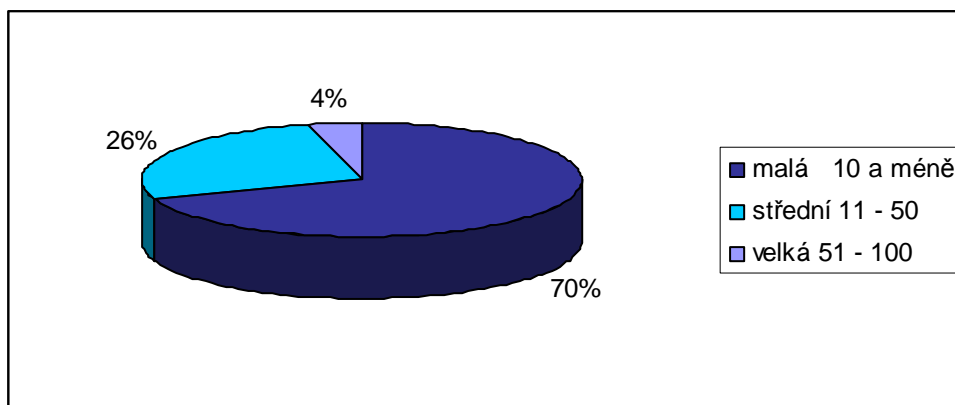
Příloha 3: Grafy

Graf 1: Přehled návštěvnosti turistů podle obsazenosti parkovišť



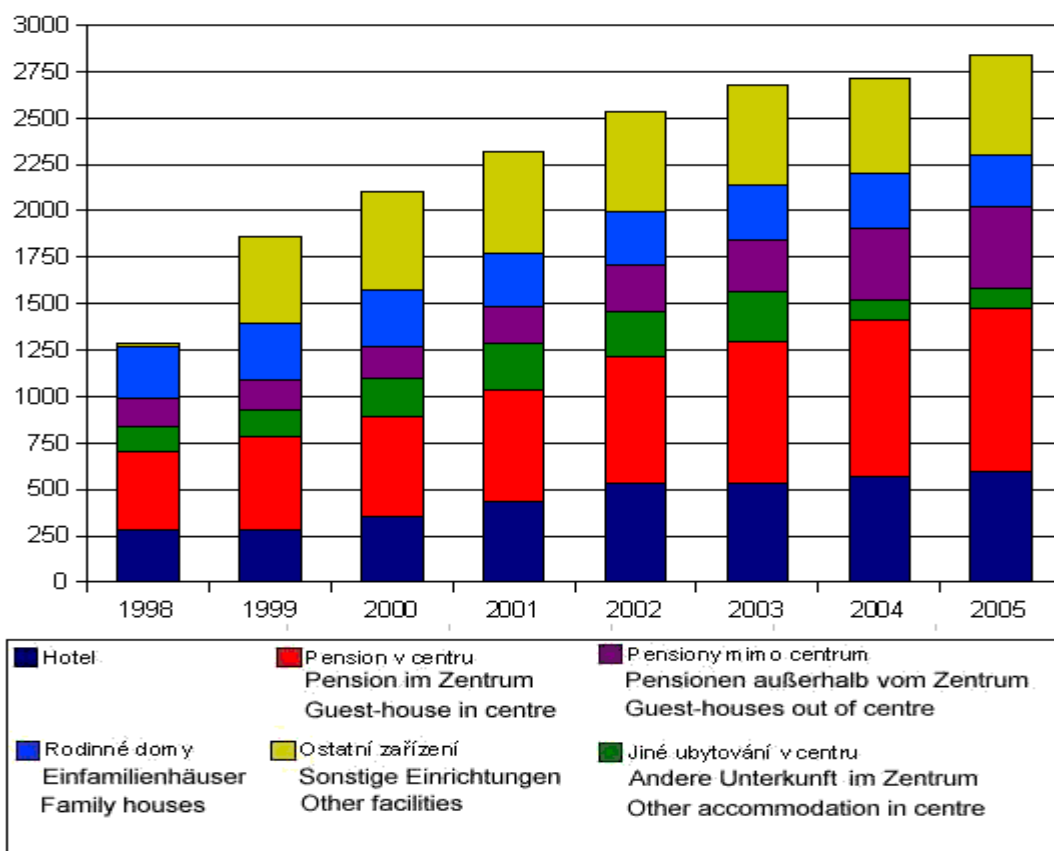
Zdroj: Oficiální informační systém regionu Český Krumlov

Graf 2: Zastoupení ubytovacích zařízení



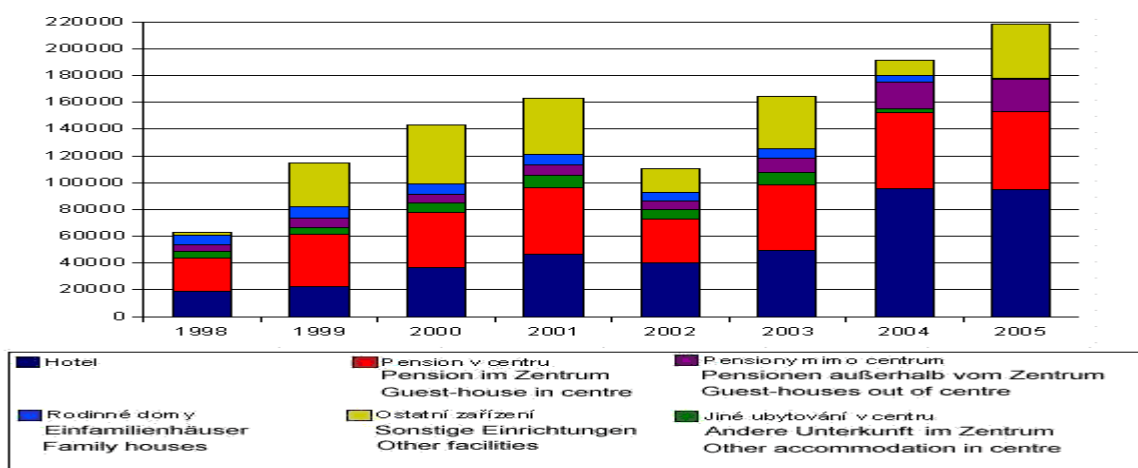
Zdroj: ČSÚ

Graf 3: Vývoj počtu lůžek



Zdroj: Oficiální informační systém regionu Český Krumlov

Graf 4: Vývoj počtu přenocování



Zdroj: Oficiální informační systém regionu Český Krumlov

Příloha 4: Fotografie hotelu The Old Inn

Obrázek 1: Hotel a venkovní zahrádka



Zdroj: webové stránky hotelu

Obrázek 2: Katakomy



Zdroj: webové stránky hotelu

Obrázek 3: Apartmá



Zdroj: webové stránky hotelu

Příloha 5: Dotazník

Dobrý den, jmenuji se Monika Kambová a studuji Ekonomickou fakultu Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Mým studijním oborem je cestovní ruch, jehož závěrem zpracovávám bakalářskou práci, která je na téma: „Analýza ubytovacích a stravovacích služeb v Českém Krumlově.“

V rámci této práce provádím marketingový výzkum zabývající se právě poskytováním stravovacích a ubytovacích služeb v Českém Krumlově.

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 možných odpovědí)

Pokud jste poskytovatelem pouze stravovacích služeb pokračujte prosím otázkou č. 7.

- poskytování ubytovacích služeb
- poskytování stravovacích služeb

2. Jaký typ ubytování nabízíte?

(jedna možná odpověď)

Pokud zaškrtnete jinou odpověď než hotel, prosím pokračujte otázkou č. 5.

- kemp
- ubytování v soukromí
- turistická ubytovna
- hotel garni
- hotel
- motel
- botel
- penzion
- Ostatní:.....
.....

3. Je Vaše zařízení klasifikováno dle Oficiální jednotné klasifikace?

(jedna možná odpověď)

- ne
- ano*
- ano**
- ano***
- ano****
- ano*****

4. Rozlišujete Vámi poskytované služby na placené a neplacené?

(jedna možná odpověď)

- ano

- ne, veškeré služby jsou v ceně pobytu
- ne, veškeré služby jsou placené

5. Jaký je celkový počet pokojů?

6. Jaký je celkový počet lůžek?

7. Jakou formou stravování nabízíte?

(více možných odpovědí)

- pohostinství
- restaurace
- motorest
- samoobslužná restaurace
- bufet
- bistro (fast food)
- občerstvení (kiosek)
- denní bar (gril bar, pizzerie, snack bar)
- noční bar (night club, dancing)
- vinárna
- kavárna a cukrárna
- hostinec a pivnice
- nenabízíme stravovací služby
- Ostatní:.....
.....

8. Oddělujete prostory pro kuřáky a nekuřáky?

(jedna možná odpověď)

- ano
- ne
- jsme pouze nekuřácké zařízení

9. Je provoz zařízení ovlivněn sezónností

(jedna možná odpověď)

- ano
- ne

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

(jedna možná odpověď)

- návštěvníci a turisté z České republiky
- turisté ze zahraničí
- místní obyvatelé
- Ostatní:.....
.....

11. Kterým segmentem osob je Vaše zařízení navštěvováno?

(více možných odpovědí)

- studenti a mladí lidé
- manželské páry
- rodiny s dětmi
- senioři
- Ostatní:.....
.....

12. Jak ohrožující je pro Vás konkurence?

neohrožuje 1 2 3 4 5 velmi ohrožuje

13. Jakým způsobem stanovujete cenu?

(více možných odpovědí)

- nákladovou kalkulací
- podle konkurence
- Ostatní:.....
.....

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

nízká 1 2 3 4 5 vyšší

15. Kterého řetězce je Vaše zařízení součástí?

- žádného
- Ostatní:.....
.....

16. Kolik zaměstnanců pracuje ve vašem zařízení?

(jedna možná odpověď)

- 1 - 10
- 11 - 20
- 21 - 30
- více než 30

17. V čem spočívá spolupráce s vašimi zaměstnanci?

(více možných odpovědí)

- žádná
- školení zaměstnanců
- pracovní porady
- teambuildingy
- sociální výhody
- Ostatní:.....
.....

18. Zaměstnáváte i členy své rodiny?

- ano
- ne

19. Jste spokojeni se ziskovostí a obsazeností vašeho zařízení?

Nespokojení 1 2 3 4 5 spokojení

20. Vámi dosažené tržby za loňský rok byly přibližně?

(jedna možná odpověď)

- méně než 1 milion
- 1 - 5 milionů
- více než 5 milionů

21. Jaká je Vaše funkce v daném zařízení?

.....
.....

Příloha 6: Finanční rozpočet zařízení Nové Spolí

Vybudování stavby s potravinami, stravovací částí a sociální částí bude v režii Města Český Krumlov, který bude budovu i s pozemkem dále pronajímat provozovateli kempu.

Výstavba budovy bude stát	3 000 000 Kč.
Vybudování sociálních prostor (sprchy, umyvadla, toalety)	1 000 000 Kč.
Celkem	4 000 000 Kč.

Roční nájemné bude za půjčené prostory činit 400 000 Kč/rok.

Kemp je v provozu 5 měsíců v roce => měsíční nájemné 80 000 Kč.

Protože provozovatel kempu musí vynaložit další náklady na vybavení a zprovoznění daného zařízení, které budou dosahovat přibližně 500 000 Kč. Doporučuji první splátku nájemného odložit na další rok.

Z toho vyplývá, že městu se investice splatí po 11 letech provozu. Po této době bude ovšem nutná rekonstrukce zařízení, tudíž potenciální příjmy do pokladny města budou o částku za rekonstrukci sníženy. Město však do zařízení neinvestuje za účelem zisku z pronajímané budovy, ale pro podporu rozvoje cestovního ruchu v Českém Krumlově. Z rozvinutého cestovního ruchu budou pravděpodobně městské pokladně plynout větší příjmy než z pronájmu celé budovy.

Provozovatel kempu si zařízení bude pronajímat a na vlastní náklady si ho musí vybavit:

Vybavení kuchyně, tak aby splňovalo hygienické předpisy	250 000 Kč
(sporáky, myčka nádobí, elektrické spotřebiče apod.)	
Vybavení odbytové části	150 000 Kč
(plastové nádobí, police, lednice apod.)	

Vybavení venkovních prostor	78 000 Kč
Markýzy	50 000 Kč
Stoly a lavice	28 000 Kč
Vybavení sociálního zařízení	10 000 Kč
Celkové náklady na zařízení budovy	478 000 Kč

Dále budou vznikat náklady na zaměstnance:

		Měsíční mzdový náklad
2 kuchaři, připravující pokrm	1 920 Kč/12 hodin	80 640 Kč
(denní mzdový náklad)	(denní čistá mzda)	
2 zaměstnanci obsluhující okénka	1 680 Kč/12 hodin	70 560 Kč
(denní mzdový náklad)	(denní čistá mzda)	
1 uklízečka	400 Kč/ 8 hodin	16 800 Kč
(denní mzdový náklad)	(denní čistá mzda)	
Celkové měsíční náklady na zaměstnance		168 000 Kč

Další náklady budou vznikat s nákupem surovin, spotřeby vody, plynu a elektrické energie.

Měsíční mzdové náklady jsou počítány pomocí super hrubé mzdy, kdy je k čistému platu připočteno 40% ostatních nákladů (sociální a zdravotní dávky). Všechny zde uvedené výpočty jsou pouze orientační a přibližné. Pokud by se projekt opravdu realizoval, byla by zapotřebí mnohem důkladnější kalkulace, která není předmětem mé bakalářské práce.

Příloha 7: Finanční rozpočet restaurace s živou muzikou

Prostory restaurace by mohly být získány formou pronájmu s ohledem, že k dispozici není celá budova, ale pouze druhé patro. Měsíční nájemné za pronajaté restaurační prostory by činilo 20 000 Kč.

Prostory jsou potřeba kompletně zrekonstruovat, aby vyhovovali hygienickým a moderním požadavkům. Rekonstrukce bude poměrně nákladná, proto část investic bude muset být hrazena dlouhodobým bankovním úvěrem a druhou část potřebných finančních prostředků by zainvestoval druhý společník firmy.

Rekonstrukce vnitřních prostor

(nové rozvody vody a elektřiny, omítky) 70 000 Kč

Vybavení kuchyně

(sporáky, lednice, konvektomat, elektrické spotřebiče, nádobí, apod.) 300 000 Kč

Vybavení kuchyňských skladů

(mrazicí a chladicí boxy, lednice, police, apod.) 100 000 Kč

Vybavení odbytové části

Bar (se zabudovanými spotřebiči a vybavením) 450 000 Kč

Stoly, lavice a židle (60 míst) 50 000 Kč

Taneční parket 20 000 Kč

Celkové přibližné náklady

990 000 Kč

Denní mzdové náklady:

1 provozní restaurace 24 000 Kč/měsíc 33 600 Kč

2 zaměstnanci obsluhy 38 400 Kč/měsíc 53 760 Kč

1 učeň v obsluze 8 640 Kč/měsíc 8 640 Kč

2 kuchaři 48 000 Kč/měsíc 67 200 Kč

1 učeň v kuchyni 8 640 Kč/měsíc 8 640 Kč

1 uklízečka (částečný úvazek) 4 000 Kč/měsíc 5 600 Kč

Celkové měsíční mzdové náklady:

177 440 Kč

Měsíční mzdové náklady jsou opět počítány pomocí super hrubé mzdy, kdy je k čisté mzdě připočteno 40% ostatních nákladů (sociální a zdravotní dávky). Další náklady se vztahují na nákup zboží a surovin. Velkým nákladem je spotřeba vody a energie.

Tržby:

Restaurace má kapacitu 60 míst.

Budu tedy počítat v průměru 50 hostů denně, při otevření restaurace 6 dní v týdnu (24 dní/měsíc). Neděle je zavřeno.

$$55 \times 24 = 1\,320 \text{ (hostů/měsíc).}$$

Průměrný výdaj na jednoho hosta bude 200 Kč.

$$1\,320 \times 200 = 264\,000 \text{ Kč}$$

Předpokládané průměrné tržby jsou 264 000 Kč za měsíc.

Zisk:

$$264\,000 - 177\,440 \text{ (mzdy)} - 40\,000 \text{ (energie, voda, suroviny)} - 20\,000 \text{ (nájem)} = 26\,560 \text{ Kč.}$$

$$26\,560 \times 12 = 318\,720 \Rightarrow \text{roční příjem podniku je } 318\,720 \text{ Kč.}$$

$$990\,000 / 318\,720 = 3,1 \text{ (let).} - \text{ návratnost investice.}$$

Z těchto výpočtů vyplývá, že investice by se měla v ideálním případě vrátit přibližně za 3 roky. V této chvíli se nedá počítat se všemi možnými riziky. I tato část by pro uskutečnění projektu potřebovala mnohem důkladnější kalkulace.