JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra řízení

Studijní program: N6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

Moderní trendy v hotelnictví a gastronomie v Jihočeském kraji

Vedoucí diplomové práce

Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová

Autorka

Bc. Věra Caisová

2009

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Ekonomická fakulta
Katedra řízení
Akademický rok: **2007/2008**

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení:	**Bc. Věra CAISOVÁ**
Studijní program:	**N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor:	**Obchodní podnikání**
Název tématu:	**Moderní trendy v hotelnictví a gastronomie v Jihočeském kraji**

Zásady pro vypracování:

Charakteristika:
Diplomová práce je zaměřena na analýzu moderních trendů v cestovním ruchu s důrazem na hotelnictví a gastronomii v Jihočeském kraji. Důraz bude kladen na nalezení vhodných doporučení pro budoucí rozvoj tohoto turistického regionu.
Cíl práce:
Cílem práce je zanalyzování současných trendů z hlediska podnikového managementu, nabídky produktů, využívání informačních technologií a komparace s globálními trendy a jejich uplatněním ve sledovaném regionu.
Rámcová osnova:
1.Úvod. 2.Literární přehled. 3. Cíle a metodika. 4. Řešení problematiky. 5. Provedení analýzy. 6. Diskuse. 7. Závěr. 8. Resumé. 9. Použitá literatura. 10. Přílohy.

Rozsah grafických prací:	**dle možností**
Rozsah pracovní zprávy:	**50 - 70 stran**
Forma zpracování diplomové práce:	**tištěná**

Seznam odborné literatury:

BERÁNEK, J. - KOTEK, P.: Řízení hotelového provozu. 3., přeprac. vyd.. Praha : MAG ConsultingGrada Publishing, 2003. 218 s. ISBN 80-86724-00-X

PARMOVÁ, D. - PARMOVÁ, D.: Provoz služeb v cestovním ruchu 1. vyd.. - České Budějovice : Jihočeská univerzita, 2003 - 77, 84 s. ISBN 80-7040-611-9

HORNER, S. - SWARBROOKE, J.: Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Praha : Grada, c2003 - 486 s. ISBN 80-247-0202-9

PARMOVÁ, D.: Řízení služeb. Přednášky. ZF JU. Č. Budějovice 2004. 96 s.

Hotelrevue (časopis), Food Servis (časopis), COT Business (časopis)

Vedoucí diplomové práce:	**Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová** Katedra řízení
Datum zadání diplomové práce:	**27. března 2008**
Termín odevzdání diplomové práce:	**30. dubna 2009**

prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (25)
370 05 České Budějovice

doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 27. března 2008

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma Moderní trendy v hotelnictví a gastronomie v Jihočeském kraji vypracovala samostatně na základě vlastních zjištění a materiálů, které uvádím v seznamu použité literatury.

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

V Českých Budějovicích, 3. dubna 2009

.....

Věra Caisová

Poděkování:

Děkuji paní Dr. Ing. Dagmar Škodové Parmové za odborné vedení, její cenné připomínky, pomoc při zpracování diplomové práce a vřelý přístup.

Současně děkuji řediteli Grand Hotelu Zvon, panu Ing. Petru Šaldovi, a odbornému gastronomickému poradci panu Petru Stupkovi za pomoc a poskytnutí důležitých podkladů a informací.

OBSAH

Úvod 8

1 Literární rešerše 10

1.1 Vymezení oblasti pro zaměření diplomové práce 10

1.1.1 Regiony 10

1.2 Gastronomie 13

1.2.1 Vznik a vývoj gastronomie 13

1.2.2 Vývoj gastronomie v Čechách 15

1.2.3 Současné trendy v gastronomii 16

1.2.4 Enogastronomie 20

1.2.5 Úroveň kvality v gastronomii 21

1.2.6 Předpokládaný vývoj sektoru gastronomie 24

1.3 Hotelnictví 25

1.3.1 Vznik a vývoj hotelnictví 25

1.3.2 Globalizace a integrace 26

1.3.3 Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení 26

1.3.4 Nová Asociace hotelů a restaurací ČR 28

1.3.5 Outsourcing 28

1.3.6 Hotelové systémy 29

1.3.7 Bezpečnost v hotelu 32

1.3.8 Hotelové a restaurační inženýrství 32

1.3.9 Yield management 33

1.3.10 Specifické druhy hotelů 33

1.3.10.1 Wellness hotely 34

1.3.10.2 Zelené hoteliérství 36

2 Metodika a cíl práce 38

2.1 Cíl práce 38

2.2 Metodika a zpracování 38

2.3 Informační zdroje 39

2.4 Metody sběru informací 39

3 Marketingový výzkum – dotazníkové šetření 41
3.1 Charakteristika výzkumného problému 41
3.2 Rozbor identifikačních údajů respondentů 42
3.3 Všeobecné hodnocení kvality poskytovaných služeb a úrovně personálu 43
3.4 Hodnocení ostatních kritérií 45
3.5 Výsledky a závěry marketingového výzkumu 49
3.5.1 „Top 10“ gastronomických zařízení v jižních Čechách 50
3.5.2 „Top 10“ ubytovacích zařízení v jižních Čechách 53
3.5.3 Doplnění výzkumu o důležité údaje ČSÚ 57
4 Fiktivní host - „Mystery Guest“ 60
4.1 Výsledky a závěry z provedené kontroly „Mystery Guest“ 61
5 Expertní pohled na moderní trendy v gastronomii a hotelnictví v jižních Čechách 66
5.1 Slabé stránky v gastronomii a hotelnictví na jihu Čech 66
5.1.1 Kvalita a úroveň gastronomie v Jihočeském kraji 66
5.1.2 Problematika lidských zdrojů 68
5.1.3 Vzdělávání v oboru 70
5.1.4 Kouření ve stravovacích zařízeních 71
5.1.5 Ekonomické problémy 73
5.2 Závěry a doporučení 73
6 Moderní trendy v gastronomii a hotelnictví na jihu Čech, v České republice a komparace s evropskými trendy 77
6.1 Moderní trendy v úpravě pokrmů, vybavení a technologiích 77
6.2 Moderní trendy v nabídce a v jídelním lístku 80
6.3 Moderní trendy v řízení hotelových a gastronomických služeb 83
6.4 Moderní trendy v hotelnictví 84
Závěr 86
Summary 90
Seznam použité literatury 91
Seznam tabulek a grafů
Seznam příloh
Přílohy

ÚVOD

Hotelnictví a gastronomie doprovázejí lidstvo po staletí. Stejně jako se vyvíjí společnost vyvíjí se i tyto obory. Moderní trendy se zde projevují velmi intenzivně. Za posledních deset let se odvětví hotelů a restaurací v České republice změnilo tolik, jako málokteré jiné odvětví. Důvodem pro rychlý vývoj jsou především neustálé změny v preferencích a požadavcích hostů, v jejich životním stylu a zlepšující se ekonomická situace. Hosté stále více využívají služeb v cestovním ruchu, jsou vzdělanější, zkušenější a náročnější.

Trendy v oborech gastronomie a hotelnictví se liší dle jednotlivých kontinentů, států, a dokonce i dle regionů v rámci jedné země. V oblasti gastronomie se trend vyvíjí směrem k využívání zdraví prospěšných složek potravy a surovin s označením „Bio“. Moderní trendy pronikají do všech detailů. Mění se používané suroviny, materiály, design i zažité postupy. Hosté od gastronomie očekávají více než v minulosti. Snahou je zapůsobit na všechny lidské smysly a dopřát hostům nestandardní zážitky v podobě zážitkové nebo molekulární gastronomie, molekulární mixologie, enogastronomie apod. V oblasti hotelnictví můžeme za moderní trend považovat zejména integrační a globalizační procesy, které propojují hotely po celém světě. Podmínkou pro slučování je rychlé a přesné předávání dat, které zabezpečují informační a rezervační systémy. Velké technologické pokroky lze zaznamenat také v oblasti interních i externích hotelových systémů a ve využívání outsourcingu. Vznikají hotely jiného druhu, než na jaké bývali hosté zvyklí. V první linii stojí wellness hotely, design hotely, butik hotely či tématické a zážitkové hotely. Rozhodující je individuální přístup a osobní péče o hosta. Společným jmenovatelem oborů hotelnictví i gastronomie je vysoká kvalita poskytovaných služeb, hygiena a bezpečnost.

Téma diplomové práce „Moderní trendy v hotelnictví a gastronomie v Jihočeském kraji“ jsme zvolili proto, že si myslíme, že služby v cestovním ruchu nabývají stále více na svém významu a je nutné věnovat se jejich rozvoji, zkvalitňování a sledování moderních trendů. Stejně jako se neustále objevují trendy pozitivního charakteru, které znamenají přínos, projevují se i trendy negativní, které je třeba identifikovat a pokusit se

je eliminovat či odstranit. Téma diplomové práce se dotýká nás všech, kteří služby cestovního ruchu využíváme i nás, kteří v oblasti jižních Čech žijeme a nás, kteří se snažíme o vytváření pozitivního image regionu.

Jedním z cílů diplomové práce bude seznámení čtenářů s vývojem a odbornou terminologií z oblasti hotelnictví a gastronomie. Informovanost hostů totiž vede k jejich vyšším nárokům a požadavkům, což celkově zvyšuje poptávku a úroveň poskytovaných služeb. Dále se pokusíme zmapovat současný stav oboru, problematiku moderních trendů, využívání současných informačních a dalších technologií. Jedním z hlavních záměrů je získat dostatečné množství informací, které pomohou určit stávající úroveň, kvalitu a vývojové trendy i nedostatky v oblasti hotelnictví a gastronomie na jihu Čech. Bude tedy důležité vypracovat dotazníky, pomocí nichž se podaří získat názory a informace z řad veřejnosti. Výsledky marketingového výzkumu by měly vést ke stanovení „TOP 10“ gastronomických a „TOP 10“ ubytovacích zařízení v Jihočeském kraji. Pro získání informací k diplomové práci využijeme především odborné literatury, časopisů a důvěryhodných internetových zdrojů. Podstatnou část informací budeme získávat na základě expertních rozhovorů se specialisty v oboru pomocí cílených, konkrétně formulovaných dotazů k dané problematice. Další zdroje informací získáme z vlastního průzkumu trhu, ve kterém se formou fiktivního hosta zaměříme na hodnocení úrovně a kvality provozoven a personálu.

Hlavním cílem diplomové práce bude nalézt překážky rozvoje a slabé stránky, které mají negativní vliv na rozvoj oborů hotelnictví a gastronomie. Práce je zaměřena na nalezení vhodných opatření k odstranění nedostatků a přispění k dalšímu rozvoji tohoto turistického regionu. Jedním z výsledků práce bude také identifikace moderních trendů uplatňovaných v zahraničí, v Praze, a trendů projevujících se v jižních Čechách.

1 LITERÁRNÍ REŠERŠE

1.1 VYMEZENÍ OBLASTI PRO ZAMĚŘENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Téma diplomové práce je zasazeno do oblasti Jihočeského kraje, který se rozprostírá na ploše10 057 km^2, což představuje 12,8 % rozlohy České republiky. Počet obyvatel žijících v kraji přesáhl 625 tisíc, z toho 95 tisíc žije v Českých Budějovicích. Hustota obyvatel Jihočeského kraje je v porovnání s průměrem ČR nízká. Nejhustěji osídlený okres České Budějovice dosahuje hodnoty 111 obyvatel na km^2[14].

Cestovní ruch je významným ekonomickým sektorem, zaměstnává v České republice 4% obyvatel, v Jihočeském kraji dosahuje tento podíl 6-8 %. Z ekonomického hlediska disponuje Jihočeský kraj v průměru nižšími mzdami, na druhou stranu je zde poměrně nízká úroveň nezaměstnanosti (4. nejnižší mezi 14 českými kraji). Rozvíjí se zde několik forem dlouhodobé přeshraniční spolupráce. Jednou z nich je Euroregion Šumava / Böhmerwald / Bayerischer Wald, který sdružuje 109 rakouských, 83 bavorských a 90 českých obcí (z toho 56 obcí je z Jihočeského kraje). Významnou formou spolupráce s ostatními zeměmi Evropy jsou programy partnerských měst [14].

1.1.1 REGIONY

Dle metodiky agentury CzechTourism je území Jihočeského kraje rozděleno do dvou hlavních turistických regionů - jižní Čechy a Šumava [24]. Pro účely sepsání diplomové práce využijeme standardního členění na následující regiony:

Českobudějovicko

Centrem regionu je město České Budějovice. Tato jihočeská metropole zaujímá výsadní postavení mezi ostatními jihočeskými lokalitami a pyšní se celou řadou zajímavých historických památek. V první řadě jsou České Budějovice chápány jako centrum obchodu, průmyslu, kultury, vzdělání, zábavy a nákupů. Město je známé koněspřežnou železniční dráhou, prvním na evropském kontinentu. V blízkosti Českých Budějovic se

nacházejí města Hluboká nad Vltavou se stejnojmenným zámkem nebo Týn nad Vltavou s expozicí loutek Matěje Kopeckého či otáčivým hledištěm. Světového významu dosáhla vesnička Holašovice, která je od roku 1998 zapsána na seznamu světového kulturního dědictví UNESCO. Častým cílem turistů je oblast Blanského lesa, s nejvyšším vrcholem Kletí (1084 m) a nejstarší rozhlednou v Čechách. Další turisticky významnou lokalitou jsou Novohradské hory, Žofínský prales či Terčino údolí s vodopádem [24].

Českokrumlovsko

Dominantou regionu se stalo město Český Krumlov, které bylo roku 1992 zapsáno na seznam světového kulturního dědictví UNESCO. Druhou populární lokalitou v tomto regionu je největší přehradní nádrž v České republice Lipno a v zimě pak středisko Kramolín. Podél toku řeky Vltavy se nachází mnohé historické perly jako například klášter ve Vyšším Brodě, hrad Rožmberk, klášter ve Zlaté Koruně a zřícenina hradu Dívčí Kámen [24].

Jindřichohradecko

Město Jindřichův Hradec nabízí k vidění rozlehlý hrad a zámek. Zážitkem pro návštěvníky regionu je jízda vlakem po úzkorozchodné železnici vedoucí z Jindřichova Hradce do Nové Bystřice. Jindřichohradecko se pyšní mnohými památkami a zajímavostmi – např. renesanční zámek Červená Lhota, zřícenina hradu Landštejn, město Slavonice s přehlídkou pozdně gotických a renesančních domů, Dačice - známé první vyrobenou kostkou cukru, obec Mařiž - proslulá výrobou keramiky či přírodní park Česká Kanada [24].

Táborsko

Táborsko se proslavilo vepsáním velké kapitoly do bouřlivých husitských dějin. Za návštěvu stojí město Tábor, nedaleká zřícenina Kozí Hrádek, poutní barokní komplex Klokoty nebo Chýnovská jeskyně. Na řece Lužnici, která Táborem protéká, leží malebné lázeňské městečko Bechyně, kde své dětství trávil jeden z nejvýznamnějších českých pánů Petr Vok z Rožmberka. Unikátními technickými památkami jsou první

elektrifikovaná dráha vedoucí z Tábora do Bechyně přes most zvaný „Duha“. Další technickou památkou je pozdně empírový řetězový most se dvěma zděnými branami u obce Stálec. K návštěvě zvou také zříceniny hradu Dobronice, Příběnice, Borotín či Choustník [24].

Písecko a Strakonicko

Město Písek s nejstarším českým kamenným mostem a Strakonice, pyšnící se hradem a dudáckou tradicí představují největší města regionu. Dále je možné navštívit Milevsko a Albrechtice nad Vltavou s unikátním hřbitovem s více než stovkou malovaných kapliček. Mezi nejvýznamnější památky tohoto regionu patří novogotický zámek Orlík či hrad Zvíkov na přehradě Orlík a Žďákovský most, jehož ocelový oblouk o rozpětí 330 m patří k největším na světě. Vodňansko a Blatensko proslavila především rybářská tradice [24].

Prachaticko

Největším městem regionu jsou Prachatice, které jsou známé každoročním pořádáním slavností Zlaté solné stezky. Dalšími zajímavými městy jsou Vimperk s bývalým strážním hradem či Volary, které tvoří bránu do centrální části Šumavy. Významnou technickou památkou je Schwarzenberský kanál, který sloužil k plavení dříví až do Vídně. Typickými dřevěnými staveními je proslulá Kvilda, Borová Lada. Přírodní zajímavostí je také pramen Teplé Vltavy či Chalupská slať – největší rašelinné jezírko v Čechách. Boubínský prales a nejvyšší vrchol české části Šumavy Plechý představují hlavní cíle turistů [24].

1.2 GASTRONOMIE

(PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. 2002, s. 94) „Gastronomie (angl. gastronomy) = věda (a umění) zabývající se jídlem a nápoji, jejich podáváním, stravovacími zvyklostmi a způsobem konzumace pokrmů a nápojů, poznatky o hodnotě a způsobech využití potravy, o správné výživě“ [1]. Pojem „**gastronomie**“ vznikl složením dvou slov řeckého původu „gaster“ – žaludek a „nomos“ – mrav, zvyk [12].

1.2.1 VZNIK A VÝVOJ GASTRONOMIE

Podíváme-li se k úplným kořenům gastronomie, můžeme tvrdit, že je stará, jako lidstvo samo. Prvním významným krokem k rozvoji bylo používání ohně prehistorickým člověkem k přípravě jídla, kdy se celá rodina shromáždila kolem ohniště a o jídlo se podělila. Mezi nejvýznamnější centra rané gastronomie patří starověký Řím, odkud pochází výraz „hospes hospity sacer“ – právo pohostinnosti nemůže být odmítnuto. Římané však také prosluli svými nevybíravými způsoby chování při stolování. Od 5 stol. př. n. l. se rozvíjí čínská gastronomie (Orient). Základy gastronomie položilo i antické Řecko - řečtí bohové jako ochránci způsobů, představující pohostinnost. Zákony byly vyjádřeny v symbolice „desek pohostinnosti“. Řekové a později Římané obohatili evropský jídelníček o dovážené zboží, jako je koření, kuře, cukrová třtina, rýže, meruňky, třešně a další. Přibližně kolem roku 120 n. l. vznikla „Akademie kulinárního umění“, provozována římskými šéfkuchaři. Vyšší společnost se scházela v lázních, kde byly formou banketu poskytovány stravovací služby. Toto období se proslavilo formou nezřízeného hodování vleže, tzv. „Luculuskými hody“**.** Velkým zlomem bylo objevení Nového světa v roce 1492 Kryštofem Kolumbem. Na jídelníčcích se objevila rajčata, brambory, kakao, vanilka, slunečnice, ale také chilli papriky a kukuřice. Popularitu si v Evropě koncem 16. století získalo podávání kávy a čaje. V 17. století se gastronomie dočkala nevídaného rozkvětu. Hostiny pořádané šlechtou se podobaly divadelnímu představení. Ve šlechtických sídlech vznikaly kuchyně s příslušnými skladovacími prostory a vinnými sklepy. Chudí obyvatelé však žili z milodarů, navštěvovali levné krčmy s nabídkou omezenou na maso, chléb a pivo. Nejzávažnějším středověkým a raně novověkým problémem byla hygiena [12, 25].

Prvenství v gastronomii si už od středověku až po pozdní renesanci udržovala Itálie. Významnou osobností byla Kateřina de Medici, která se zasloužila o rozvoj kultury stolování. K jejím zásluhám je počítáno například zavedení příborů. V roce 1533 se Kateřina de Medici provdala do Paříže. Krom svých vybraných mravů a mnohých italských lahůdek vzala s sebou tým kuchařů, což se stalo základem francouzské školy gastronomie [25].

Na rozvoji gastronomie se podepsala celá řada významných jmen. Mezi prvními, kteří napsali vážné pojednání o fyziologii chuti, jídle a o umění stolovat byl Jean-Anthelme Brillat de Savarin, který je dosud respektovaným gastronomem. Z jeho úst pochází citát: "Řekni mi, co jíš, a já ti řeknu, kdo jsi". Grimond de La Reyniere, slavný francouzský gastronom narozený v Paříži v roce 1758, se zasloužil napsáním 7 dílů gastronomických pravidel Almanach des Gourmands. Marie-Antoine Carem byl vynikající kuchař, nadaný umělec a nejspíše i první food stylist, který v 18. století kuchařské povolání povýšil na umění. Zdůrazňoval důležitost hygieny a estetiky při přípravě pokrmů. O tzv. "vysokou" gastronomii se zasloužil Auguste Escoffier, který dlouhá léta vedl kuchyně u Moulin Rouge a Ritzu v Paříži. Je označován „králem kuchařů a kuchařem králů“, od německého cíleře Wilhelma získal titul „císař světových kuchyní“. Z dnešní doby stojí za zmínku známý kuchař James Oliver. Získal si popularitu nejen v rodné Británii. Jeho kuchařské umění spočívá v jednoduchosti a zábavném pojetí. Jeho recepty jsou tradiční, avšak vždy ozvláštněné nevšedními kombinacemi či ingrediencemi. V nedávné době se zaměřil společně s vládními projekty na reformu skladby školních jídelníčků, boji proti obezitě vyloučením kalorických pokrmů typu Fast Food a začleněním většího množství ovoce a zeleniny [26].

Gastronomie se vyvíjí nezadržitelným tempem i v současné době. Tento vývoj ovlivňují především moderní technologie, které se v polovině 20. století zrodily v potravinářství například pod značkami Nestlé, Necafé a podobně [25].

1.2.2 VÝVOJ GASTRONOMIE V ČECHÁCH

V Čechách je pohostinství známo již z dob středověku. Restaurace v dnešním slova smyslu začínaly vznikat od 2. pol. 19. stol. jako služby pro cestující na železnici i místní obyvatele. Po vzniku republiky začal velký rozmach soukromého podnikání, což se výrazně projevilo i v gastronomii, která byla na dobré úrovni již dříve - v rámci Rakouska Uherska. Po druhé světové válce nastal pro naše pohostinství útlum. Od roku 1948 docházelo k likvidaci soukromého podnikání. V roce 1957 byla otevřena v Praze první jídelna (bufet u Rozvařilů). Návštěvníci oceňovali především rychlost, pohodlnou konzumaci a nedávání spropitného [25].

Socialistické pohostinství bylo rozděleno do několika organizačních celků. Větší ubytovací a stravovací zařízení – Interhotely, určená především pro zahraniční hosty, patřila pod ředitelství Čedok (7 podniků v České republice a 3 na Slovensku). Menší provozovny ve městech řídil „RaJ“ (Restaurace a jídelny). Provozovny na venkově byly v působnosti družstevních organizací Jednota a Včela. Rekreační provozovny zajišťovala síť zotavoven ROH a malé množství organizací zůstalo v působnosti zájmových organizací. Na počátku devadesátých let byly stravovací provozy restituovány a privatizovány. Brzy se dostavily negativní důsledky v podobě zaměstnávání nekvalifikovaných osob a krachů mnoha provozoven. To bylo zapříčiněno rychlým nárůstem počtu zařízení. Situace po roce 1989 znamenala pro stravovací služby také vstup velkých gastronomických firem. Pro podnikání ve stravovacích službách se vytvořily nové podmínky v podobě legislativy, hygienických požadavků (HACCP) a především se začal měnit postoj obyvatelstva k veřejnému stravování [25].

Česká kuchyně procházela po staletí svým vývojem. Čerpala inspiraci ze sousedního Rakouska, Německa či Maďarska, avšak tradiční lidové staročeské recepty se staly jejím základem. Magdalena Dobromila Rettigová (31.1.1785 - 5.8.1845) se jako první zasloužila o sepsání a vydání „Domácí kuchařky“, která vyšla v roce 1826 a obsahovala speciality, jako jsou kulajda, valašské frgály, krkonošské kyselo, švestkové knedlíky, cmunda po kaplicku či staročeský kuba. Základ tradiční české kuchyně tvoří nespočetné

množství polévek, omáček, pečené maso, knedlíky a zelí. Typické pokrmy jsou vepřo knedlo zelo, svíčková na smetaně, knedlík, bramboráky nebo bramborové placky, kapr, pražská šunka, bramborové šišky s mákem, povidla, ovocné knedlíky, jablkový závin a plněné buchty. Moderní trendy zasahují i do české gastronomie. Pokrmy se začínají výrazně odlehčovat, vzrůstá spotřeba čerstvé zeleniny a na jídelních lístcích se stále více objevují ryby [28].

1.2.3 SOUČASNÉ TRENDY V GASTRONOMII

Gastronomické trendy se vyvíjí dle potřeb každé doby a sledují životní styl obyvatel. Dle požadavků zákazníků se mění nabídka jídel. Gastronomie se zaměřuje na kvalitu, zdraví prospěšné složky pro udržení dobré kondice, racionálnost, čerstvé ingredience a redukuje se používání tzv. aditiv (stabilizátory, pojiva atd.). Efektivní a kratší doba přípravy je docílena využitím nových poznatků a nové techniky v gastronomii. Klasická nabídka obědů o několika chodech se mění na nabídku menších jídel ze širokého volného výběru. Projevuje se zájem o vegetariánský způsob stravování. Od roku 1999 se v českých restauracích objevuje používání biopotravin při sestavování menu, které kromě kvality pozitivně ovlivňují chuť pokrmů. Pokrmy s obsahem účinných zdraví prospěšných látek nazýváme **„Bio Food“** nebo také **„Functional Food“**. Významnou roli hraje i zákaz kouření nebo alespoň důsledné oddělení kuřáckých a nekuřáckých prostor. Toto téma je dnes v Evropě jedním z nejdiskutovanějších. I v oblasti gastronomie se tématem 21. století se stává bezpečnost. Bezpečnost pokrmů se zakládá na kvalitě ingrediencí a celého výrobního procesu [25].

Cílem tzv. **zážitkové gastronomie** je prožitek z konzumace jídla, a to nejen prožitek zaměřený na chuťové buňky, ale i na další lidské smysly. Host může pozorovat přípravu svého objednaného pokrmu například formou flambování přímo u stolu, filetování a podobně. Často se sám host může i fyzicky podílet na přípravě, která je doprovázena například zvukovými efekty a nestandardním osvětlením. V poslední době vznikly pojmy jako **„Fun Food“** a **„Fancy Food“**. Jedná se o zábavnou formu gastronomie, která využívá tvořivosti kuchaře a obsluhy. Podobný význam má i pojem **„Puzzle Food“**, se kterým je možné se setkat zejména v kategorii cukrářských výrobků

a atraktivních dezertů. Sladké lahůdky jsou sestaveny z drobných prvků s využitím kuchařovy kreativity s dokonalým aranžmá na talíři. Vyhledávané jsou podniky které se drží regionální gastronomie, avšak do popředí se stále silněji dostávají pokrmy z nejrůznějších národních kuchyní - **„Ethno Food“** [25].

Velký prostor pro oživení regionálních receptů v české kuchyni **přináší „Fusion Cuisine“** Jedná se o gastronomický styl, při kterém je základem tradiční regionální kuchyně obohacená netradiční exotickou kuchyní. Zjednodušeně jde o směs pokrmů připravovaných pomocí vzájemně promíchaných tradičních postupů. Tento styl vyžaduje velké mistrovské schopnosti kuchaře. Příkladem je mistr Nobu, který aplikoval tento směr založený na japonských tradicích a čerstvosti ve spojení se světovým kuchařským uměním (culinary arts) ve stejnojmenných - NOBU restauracích mnoha světových metropolí [27].

Svou specifickou roli hraje „**Fast Food“**. První provozovny tohoto typu se objevily kolem roku 1954 v USA. Ve vyspělých zemích jsou takové podniky nezbytnou součástí života obyvatel, ačkoli je nutno podotknout, že předností tohoto typu stravování je pouze rychlost a dostupnost. Příprava, servis a podávání probíhá téměř ve stejném čase. Nutriční hodnota pokrmů však značně zaostává. To vystihuje pojem **„Junk Food“**. Pokrmy tohoto typu nabízí podniky rychlého občerstvení v podobě smažených a sladkých pokrmů bez výživných hodnot, dokonce označované jako podřadné jídlo a prázdné kalorie. Zcela opačný význam má pojem **„Slow Food“**, který představuje harmonické menu o více menších chodech. Výrobci a restaurace se spojili v hnutí za účelem protestu proti rychlému občerstvení. Hnutí vzniklo v Itálii v roce 1986 a do současné doby se zapojilo více než 850 míst ze 130 zemí. Cílem je zachovat kulturu stravování a stolování s ohledem na regionální tradice a zdraví, využívání organických a místních surovin bez chemického ošetření [25].

Koncept **systémové či účelové gastronomie** se zakládá na centralizované kuchyni, ale existují možnosti, jak i pouhý výdej stravy v kantýně může být gastronomicky zajímavým aktem. Od 80. let minulého století se rozvíjí systém tabletového pásu, na

který se postupně přidávají jednotlivé chody. Moderní podniky společného stravování jsou vybaveny technikou, která umožní kuchaři vyexpedovat 3 pokrmy za minutu, které se dohotovují dle přání hosta a před jeho zrakem, tzv. „**Frontcooking“** [27].

Součástí systémové gastronomie jsou **konvenience**, průmyslově předpřipravené potraviny. Český překlad tohoto slova může znít jako pohodlí, nebo výhodnost. Existuje několik stupňů konveniencí: částečně zpracované výrobky, napůl zpracované produkty připravené ke konečné úpravě, výrobky připravené k použití a výrobky určené k přímé konzumaci. Používání konveniencí vede ke zkrácení doby přípravy, výhodou bývá kvalita všech, dlouhá doba použitelnosti, nenáročnost skladování, možnost pružně reagovat na zvýšenou poptávku a téměř žádný odpad. Moderní gastronomie se však snaží používání konveniencí eliminovat [2].

Velkou oblibu získává **„Finger Food“**. Jde o pokrmy o velikosti jednoho až dvou soust, při jejichž konzumaci není potřeba jídelního náčiní, avšak servírované tak, aby si konzument neumazal ruce (v mušlích, ulitách, na špízkách apod.). Fantazii se zde meze nekladou. Může se jednat o kanapky, minisendviče, suši, či polévky. Podobně se můžeme setkat s pojmem Amuse bouche – malé porce pokrmů pro povzbuzení chuti, ale i netradiční kombinace surovin a chutí [2].

Za trend 3. tisíciletí je považována **molekulární gastronomie**. Molekulární gastronomie vznikla ve Francii v polovině osmdesátých let. Zakladatelem je chemik Hervé This spolu se svým přítelem fyzikem Nicholasem Kurti. Molekulární gastronomie je vědecká disciplína, která se nachází na pomezí kuchařského umění a potravinářské chemie. Jejím pokračovatelem je **molekulární mixologie**, vývojový stupeň soustřeďující se na alkohol a míšení nápojů. Příkladem může být aplikace tekutého dusíku při chlazení koktejlu až do dosažení pevného skupenství. Cílem je determinovat složité fyzikálně-chemické děje odehrávající se při přípravě jídel, překvapit a uspokojit chuťové buňky například čokoládou a chilli, wasabi, nebo šafránem [29].

Úloha managera kuchyně nespočívá jen v jeho kuchařském umění. Stejná důležitost je přikládána znalosti nových trendů a jejich aplikaci v praxi, tvorby jídelního lístku, důrazné dodržování pravidel bezpečnosti a ochrany zdraví, hygienických předpisů, moderních technologií úpravy potravin či zásad správné výživy. Není výjimkou, že je vyžadována i základní znalost účetní evidence, výpočetní techniky, základů marketingu, ekonomiky a také znalost cizích jazyků [30].

Moderní trendy v gastronomii se nevyhýbají ani designu. V současné době dominuje bílá barva a černobílá kombinace. V módě jsou talíře atypických tvarů, především čtverce, ale i slzy, vlny či talíře ve tvaru listu. Naprostý průlom přináší kolekce firmy Villeroy & Boch, u servisu ve tvaru zmačkaného papíru. Mezi netradiční styly patří současný trend afrického umění, který se promítá i do stolování [30].

Uchovávání potravin také prochází modernizačním procesem. Moderní gastronomie využívá **„šokery“**, které pomocí kontinuálního proudění chladného vzduchu umožní rychlé zchlazení a zmrazení připravených pokrmů, před jejich uložením do chladničky. Moderní systémy jsou kompatibilní se systémem HACCP a jsou vybaveny paměťovou jednotkou zaznamenávající všechny fáze zchlazování i zmrazování. Velmi využívanou metodou je **vakuování**, jehož princip spočívá v téměř úplném odstranění vzduchu z pokrmu, pomocí vakuovacího stroje a tepelně odolných sáčků. Regenerace se pak provádí v konvektomatu pomocí páry s nízkou teplotou – pod 100°C. **Konvektomat** je krom vaření v páře a pečení možné použít i pro rychlé rozmrazování, regeneraci potravin, zavařování, sušení ovoce a jiné technologické postupy. Pomocí **regenerátoru**, který je součástí konvektomatu, dochází k ohřevu či udržování teploty pokrmu před výdejem. Díky vhodné regeneraci jsou zachovány veškeré vlastnosti pokrmu, včetně senzorických vjemů jako chuť a vůně. Nedochází k vysoušení ani ke změnám barvy. K uchování již zregenerovaných pokrmů slouží **vodní lázně** (v elektrickém nebo plynovém provedení), které udržují pokrmy na min. 65°C [15].

V současnosti se mění i trendy ve způsobech obsluhy. Zákazníci stále méně vyžadují složitý způsob obsluhy. Naopak očekávají profesionální chování a dobré pracovní

návyky. Důraz je kladen na umění prodeje při přímém styku s hostem, na kulturu stolování a organizaci nových druhů společenských akcí [30].

Odborník na přípravu kávy je **barista**. Dobrý barista musí mít základní teoretické poznatky o jednotlivých druzích kávy, o jejím pražení, měl by umět připravit chutné espresso, ale i další kávové speciality. Důležitým předpokladem úspěšného baristy jsou vycvičené chuťové pohárky, protože jeho prací je i degustace neboli rozeznávání chuti různých druhů káv. Mistry v přípravě kávy jsou bezesporu Italové. Právě oni před přibližně sto lety vynalezli způsob protlačování horké vody upěchovanou kávovou masou, který dal vzniknout hovorovému názvu přístroje i specifickému druhu kávy - espressu. Káva pochází z dnešního Jemenu a Etiopie. První zmínka o kávě se objevila již 900 let př. n. l. Slovo „káva“ bylo odvozeno z arabského „kaweh“. První opravdová pařížská kavárna byla otevřena roku 1689, do roku 1720 byla Paříž domovem 380 kaváren a roku 1870 jich bylo na 3 000. Mezi nejčastěji připravované druhy kávy u nás patří Espreso, Ristretto, Cappucino, Macchiato, Latte, Turecká káva, Mocca, Alžírská, Irská, Americano nebo Frapé. Šálky se podle velikosti dělí do tří kategorií – malý moka šálek, zvaný piccolo, klasický střední a velký šálek [30].

1.2.4 ENOGASTRONOMIE

Další vědeckou disciplínou, která úzce souvisí s gastronomií je Enologie a Enogastronomie. Pojem **Enologie** (z řeckého oinos = víno, logos = věda) je vědní obor pojednávající o víně, to je o surovině na jeho výrobu, o výrobě, ošetřování, stabilizaci, nemocech a vadách vinné révy, zrání, přirozených přeměnách a účincích vína [5].

Sommelier – slovo sommelier v původním smyslu, znamená – zodpovědný za zvířata, volské potahy, které dopravovaly potraviny a nápoje. Postupem času se význam slova rozšířil na osobu odpovídající za přípravu a obsluhu u stolu. Povolání sommeliera, tak jak jej známe, má své počátky v 19. století, v době vzniku velkých restaurací a později i velkých hotelů. Profese vzkvétala až do 60. a 70. let, poté následkem hospodářské krize utrpěla a nyní opět začíná nabývat na významu. Podoba dnešního sommeliera se

mění. Po mnoho let byl sommelier považován za odborníka na víno. Nyní musí mít širší a hlubší znalosti a schopnosti. Sommelier vytváří a obnovuje vinný lístek, nakupuje a spravuje sklep, neustále se vzdělává a sleduje vývojové trendy. Musí dokázat uspokojit zákazníka a přitom ho i pobavit. Jedním z nejdůležitějších úkolů je navrhnout zákazníkovi to nejlepší víno v kombinaci s vybraným pokrmem [6].

Enogastronomie se snaží najít harmonii mezi jídlem a korespondujícím vínem. *(P.Pons) „Vína jsou stvořena, aby stejně jako diamant doplňuje prsten, doplňovala jídlo“*. Chuť je velmi individuální záležitost. Nejlepší je vždy ta kombinace, která člověku nejvíce vyhovuje. Ideální je, pokud se obě strany navzájem doplňují. Mladá nebo lehká vína se doporučuje konzumovat před staršími a těžšími víny. Suchá bílá vína se pijí před sladkými bílými víny. Pokud to není možné, je nejlepší neutralizovat sladkou chuť před dalším vínem například čistým pikantním bujónem. Nejlepší je vína podávat od nejnižší po nejvyšší kvalitu. Po špičkovém víně působí horší víno jako zklamání. V případě srovnatelné kvality začínáme mladšími víny a pokračujeme ke starším. Víno bychom měli nalévat při správné teplotě. Špičková vína by se neměla podávat k pokrmům, které by je molhy zastínit, například k jídlům silně kyselým (citrón, pomeranč nebo ocet), jídlům s čokoládou nebo velmi kořeněným asijským pokrmům. Některé kombinace nemusí být úplně nejlepší, ale mohou dodat určité příležitosti (narozeniny, svatba nebo výročí) slavnostnější ráz, například šampaňské ke všem chodům [8].

1.2.5 ÚROVEŇ KVALITY V GASTRONOMII

(HORNER, S., SWARBROOKE, J., 2003, s. 387) „Kvalita se týká prvků a vlastností produktu, které ovlivňují jeho schopnost uspokojovat potřeby a přání zákazníka. Jiná definice uvádí, že jde o „vhodnost pro daný účel“. Středem zájmu je vždy zákazník. Poskytování kvalitních služeb není považováno za nadstandard, ale základní předpoklad pro provozování pohostinství. Mezi systémy řízení kvality patří **kontrola kvality**. Jde o sledování procesu produkce a likvidaci vzniklých problémů dříve, než je produkt dodán zákazníkovi. **Totální kontrola kvality** představuje důraz spíše na prevenci než na následné zásahy. Cílem je zabránit vzniku problémů“ [7].

V současnosti nejčastěji využívaný systém pro řízení kvality je **TQM - Total Quality Management.** Jde o univerzální nástroj a proces neustálého zlepšování. Tato filosofie přístupu k řízení kvality byla zformulována především v Japonsku v 50. letech minulého století a od té doby prochází neustálým vývojem. Systém TQM je velmi pružný, avšak jeho zavedení představuje poměrně náročný proces. Je založen na principu odpovědnosti celého pracovního kolektivu na všech úrovních podnikové hierarchie za kvalitu. S tím souvisí i nutnost zavedení kvalitního motivačního systému. Kvalita je tak dobrá, jak je dobrý nejslabší článek. TQM využívá metod založených na kroužcích kvality, na konceptu učící se organizace a procesu neustálého zlepšování, snižování nákladů, uskutečňování dodávek, bezpečnosti provozu, zvyšování morálky a zlepšování ochrany životního prostředí. Jako ocenění za nejlepší výkony v této oblasti je udělována Demingova cena, Národní cena kvality Malcolma Baldrige či Evropská cena kvality. Prioritou každého zodpovědného provozovatele by mělo být dodržování hygienických vyhlášek, sestavení provozního a sanitačního řádu, zavedení systému kritických bodů a zajištění kvalitních čistících prostředků [2, 33].

Audit kvality služeb a servisu v pohostinství

Na kvalitu a řízení služeb je v dnešní době brán čím dál tím větší zřetel. Jedním ze způsobů je zavádění systémů řízení dle požadavků norem ISO, jejichž tvůrcem je Mezinárodní organizace pro normalizaci ISO (International Organization for Standardization). Normy ISO mají univerzální charakter. Mezi nejznámější ISO normy využívané v cestovním ruchu patří systémy managementu jakosti (ISO řada 9000, systém enviromentálního managementu (ISO řada 14000) a systémy managementu bezpečnosti potravin (ISO řada 22000). Audit kvality služeb a servisu v pohostinství zjišťuje, zda se systém managementu jakosti řídí normou ČSN EN ISO 9001:2001. Pro zákazníky znamená získaný certifikát jistotu a záruku kvality. Celý systém managementu jakosti pak zpřehledňuje fungování organizace. Organizace je povinna provádět v plánovaných intervalech vlastní interní audity. Zákazníci prověřují organizaci pomocí tzv. auditu druhou stranou. Nejvyšší formou auditu je audit třetí stranou – tzv. certifikační audit, který je prováděn nezávislou organizací [2].

HACCP

Od roku 2004 se na základě vyhlášky č. 137/2004 Sb. na každého poskytovatele veřejného stravování vztahuje povinnost mít zavedený systém kritických bodů HACCP (zkratka anglického Hazard Analysis and Critical Control Point – Analýza nebezpečí pomocí kritických bodů). V právních předpisech České republiky jsou zapracována ustanovení Směrnice Rady č. 93/43 EHS o hygieně potravin, platné pro činnosti v potravinářství. Systémem kritických bodů se rozumí postup, kterým se identifikují, hodnotí a ovládají nebezpečí v kritických bodech. Tato kontrola má především preventivní charakter. Je tak vytvořen systém kontroly nad procesem výroby, manipulací, surovinami, prostředím a pracovníky tak, že se vzniku nebezpečí ohrožujících zdraví strávníka předchází [2].

Hodnocení restaurací

Francouzskou společnost Michelin (Compagnie Générale des Établissements Michelin), založili 28. května 1888 bratři André a Édouard Michelinové. Do roku 2005 byla největším světovým výrobcem pneumatik, ale zabývala se také vydavatelstvím map a průvodců. Prvního gastronomického průvodce vydala na začátku 20. století. Hodnocení restaurací pomocí hvězdiček Michelin patří v západní Evropě mezi nejvýznamnější. Hvězdičky jsou udělovány malému počtu restaurantů neobvyklé kvality. Aby restaurace získala nejprestižnější kuchařské ocenění - michelinovskou hvězdičku, musí do ní různí hodnotitelé nezávisle na sobě přijít alespoň třikrát a shodnout se na udělení jedné nebo i více hvězdiček. Restaurace ale stejným způsobem může o hvězdičky přijít, proto je udržení hvězdiček těžší než se k nim dopracovat. Česká republika nebyla doposud pro hodnotitele příliš zajímavá, v současnosti se ale situace mění. Ve středoevropském prostoru si Česko vede nejlépe. Slovensko se v letošním průvodci „Main Cities of Europe“ neobjevilo vůbec, Poláci i Maďaři jsou bez hvězdičky, získali jen po jednom ocenění Bib Gourmand, které značí dobré jídlo za dobrou cenu. Z 56 restaurací světa, které získaly v roce 2007 nejvyšší počet tří hvězdiček, je jich polovina ve Francii. Z 20 českých hodnocených restaurací získala první hvězdičku restaurace Allegro v pražském hotelu Four Seasons, kde je šéfkuchařem Ital Andrea Accordi. Jedna udělená hvězda podle klasifikačního systému

Michelin znamená, že je to velice dobrá restaurace, která trvale nabízí kvalitní pokrmy připravené podle vysokých standardů. Druhou hvězdičku v Česku získala restaurace Maze šéfkuchaře Gordona Ramsaye. Průvodce však vznikal z údajů, které komisaři nasbírali za minulý rok a šéfkuchař, který michelinské inspektory v restauraci Maze okouzlil, zde již nepracuje. V letošním vydání Michaelina je tak u Maze kromě hvězdičky ještě poznámka "Gordon Ramsay již tento podnik nevede"[34, 35].

1.2.6 PŘEDPOKLÁDANÝ VÝVOJ SEKTORU GASTRONOMIE

Gastronomický trh zaznamenává v České republice dynamický vývoj. K hlavním důvodům pozitivních změn patří: zlepšování ekonomické situace domácí populace, vyšší kultivace celého gastronomického trhu, intenzivní snaha profesionálních dodavatelů pronikat na náš trh, legislativní podmínky pro podnikání v oboru pohostinství a změny v souvislosti se vstupem do EU. Otevření se globálním vlivům, příliv zahraničních návštěvníků, cestování českých občanů do zahraničí, vliv médií, kulturní vliv literatury a filmu, a zvláště pak změny v životním stylu, zrychlení životního tempa a přijetí praktik běžných v zemích s rozvinutou tržní ekonomikou mají za následek, že hlavní vývojový proud se rozdělil do dvou větví. Tento jev je obzvláště patrný v rozsáhlejších městských a průmyslových aglomeracích, turisticky nejatraktivnějších oblastech. V ostatních místech, hlavně na venkově, si pohostinská zařízení prozatím ponechávají především svoji nezastupitelnou společenskou funkci, a gastronomie tam díky nižší poptávce a slabé konkurenci ustupuje do pozadí [9].

1.3 HOTELNICTVÍ

Hotelnictví je nedílnou součástí služeb cestovního ruchu, jehož předmětem je výstavba, řízení a organizace hotelů i hotelových řetězců, zabezpečování jejich provozu a poskytování hotelových služeb. V oblasti hotelnictví je stabilizováno množství ubytovacích zařízení. Úroveň hotelů se v posledních letech zvyšuje i tím, že zanikají menší a starší zařízení [2].

1.3.1 VZNIK A VÝVOJ HOTELNICTVÍ

Předchůdci hotelů tzv. ubytovací hostince začaly vznikat v souvislosti s rozvojem dostavníkové dopravy, pošty a později též železnice. Již na přelomu 18. a 19. století se za účelem ubytování cestujících zrodil hotel. Název pochází z francouzštiny a poprvé byl použit v roce 1760 v Londýně. V roce 1792 po revoluci ve Francii se hotel, dříve sídlo jen pro bohaté a urozené, stává dostupným jako dům pro širokou veřejnost. Vznik velkých luxusních hotelů je datován k přelomu 19. a 20. století, kdy rovněž vzniká první sdružení hotelů v hotelové řetězce. Rok 1919 lze považovat za rok vzniku Národní asociace restaurací a hotelů. V roce 1925 vychází první skutečná kniha o hotelovém managementu - „Hotel Management“ od Lucia Boomera. V roce 1932 byl otevřen hotel Waldorf – Astoria a stal se největším hotelem na světě, až do roku 1967 ve 47 patrech nabízel celkem 2150 pokojů. Rozvoj letecké dopravy po druhé světové válce přinesl masivní rozvoj cestovního ruchu a tím i hotelnictví. V Moskvě byl v roce 1967 otevřen hotel Rossiya, který získal titul „největšího hotelu světa“ se svými 3182 pokoji poskytujícími ubytování pro 5890 hostů [3].

Koncem 80. let pak převratný vývoj informačních technologií přinesl druhý impuls k další globalizaci nabídky služeb cestovního ruchu. Moderní trendy v hotelnictví se velmi progresivně mění. Hosté se stávají čím dál více náročnějšími. Nespokojí se jen s jídlem, pitím a spaním, a proto se klasické hotely stávají servisními středisky, které nabízejí celou škálu služeb a zábavy. Základní pravidla pro moderní hotelnictví se tedy zakládají na kvalitě, osobní péči a rozsáhlé koncepci [3].

1.3.2 GLOBALIZACE A INTEGRACE

Na mezinárodním trhu cestovního ruchu je velmi silné konkurenční prostředí, proto je slučování podniků do národních řetězců přirozeným procesem. Ale vytvoření globálních mezinárodních standardů není jednoduchou záležitostí. Každá země má svá specifika, která vytvářejí limitující omezení. Například rozdíly ekonomické úrovně zemí, standardů služeb, tradic a klimatických podmínek. Rozdíly vyplývají i z právních řádů jednotlivých zemí, kultury a náboženství, legislativních, stavebních a hygienických předpisů. Bohužel svá specifika má každá země i v oblasti klasifikace ubytovacích zařízení, kvality a úrovně pracovních sil, rozdílů v užívání definic a pojmů a podobně. Proto jsou veškeré globální standardy vytvářeny ve velmi obecné rovině.

Proces seskupování hotelů se původně rozpoutal v Americe a postupně ovlivnil celý svět. I v České republice se projevují prvky integračního procesu. V posledních letech došlo v k významnému nárůstu počtu hotelových kapacit a zvýšení investičních aktivit. Mění se i forma spolupráce (franchisingové, licenční a manažerské smlouvy). Rostou požadavky hostů a dramaticky se vyvíjí konkurenční prostředí. Nejen konkurence, ale i spolupráce jednotlivých subjektů mají pozitivní vliv na úroveň ubytovacích služeb. Mezi vedoucí hotelové skupiny patří například Inter Continental Hotels Group, Mariott International nebo Accor. K největším hotelovým řetězcům patří Best Western, Holiday Inn, Marriott, Hilton a další [9,13].

1.3.3 OFICIÁLNÍ JEDNOTNÁ KLASIFIKACE UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ

Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení vznikla v roce 2006 z podnětu několika odborných sdružení, Ministerstva pro místní rozvoj a agentury CzechTourism na základě doporučení zástupce evropských provozovatelů hotelů a gastronomických zařízení HOTREC. Hlavním důvodem jejího vzniku byla nutnost zajistit a deklarovat kvalitu a úroveň vybavení ubytovacích zařízení podle kategorií a tříd, a učinit tak tuto službu přehlednou z pohledu hosta i z pohledu provozovatelů samotných. Certifikovaná zařízení garantují jistý standard vybavením i šíří služeb. V České republice jsou ubytovací zařízení jasně rozdělena podle kategorií a tříd prostřednictvím jedné až pěti hvězdiček. Systém klasifikace je flexibilní a jednotlivé požadavky jsou rozděleny na

povinné a tzv. povinně volitelné. Z povinně volitelných musí žadatel splnit cca 70 % a může sám zvážit, které požadavky bude realizovat a které vynechá. Na základě nových trendů a požadavků zákazníků byla klasifikace rozšířena o některé klíčové služby a byl vytvořen důsledný systém pravidelné kontroly [36].

V současné době je toto osvědčení o klasifikaci dobrovolné. Certifikát platí 4 roky. Poplatek činí 1500,- Kč na období 2010 – 2012. Každé zařízení projde před udělením certifikace kontrolou nezávislých auditorů. Dle živnostenského zákona musí být ubytovací zařízení u vstupu označeno mimo jiné kategorií a třídou, zákon už ale neřeší podle jakého systému. AHR ČR vytvořila a pravidelně vydává a aktualizuje katalog certifikovaných zařízení. Důležitou součástí propagace certifikovaných zařízení je také přímá účast na všech veletrzích, pořádaných agenturou CzechTourism doma i v zahraničí. Platnost stávající klasifikace končí s rokem 2009 a ubytovací zařízení, která budou mít zájem, mohou požádat v roce 2009 o recertifikaci na další tři roky. Nová verze bude aktualizována. Jednou z hlavních změn bude například hodnocení čistoty a udržovanosti ubytovacího zařízení, implementace základních ekologických prvků, rozšíření kategorií o Lázeňský hotel, Wellness hotel a Resort [37].

Kategorie ubytovacích zařízení

- **Hotel** je ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty vybavené pro poskytování přechodného ubytování a služeb s tím spojených (zejména stravovací). Hotel Garni má vybavení jen pro omezený rozsah stravování (nejméně snídaně) a člení se do čtyř tříd.
- **Motel** je ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty poskytující přechodné ubytování a služby s tím spojené pro motoristy a člení se do čtyř tříd.
- **Pension** je ubytovací zařízení s nejméně 5 pokoji pro hosty, s omezeným rozsahem společenských a doplňkových služeb a člení se do čtyř tříd.
- **Ostatní ubytovací zařízení:** kemp (tábořiště), chatová osada, turistická ubytovna, botel.

Třídy ubytovacích zařízení:

*Tourist, **Ekonomy, ***Standard, ****First Clase, *****Luxury

Každé certifikované ubytovací zařízení je označeno znakem s vymezením kategorie (hotel, hotel garni, pension, motel) a dále označením třídy hvězdičkou (* - *****). Nejvyšší označení třídy může být označeno maximálně pěti hvězdičkami (platí pouze pro hotely), motely a penziony mohou být označeny maximálně do čtyř hvězdiček [38].

1.3.4 NOVÁ ASOCIACE HOTELŮ A RESTAURACÍ ČR

V Česku působí Asociace hotelů a restaurací ČR, která byla vytvořena spojením Národní federace hotelů a restaurací se Sdružením podnikatelů v pohostinství a cestovním ruchu HO.RE.KA. Asociace je největším tuzemským sdružením v tomto oboru. Sdružuje osm stovek malých i velkých hotelů, penzionů a restaurací a snaží se prosazovat zájmy členů - především ve změnách českých vyhlášek a zákonů a v podobných organizacích v Evropě i v tuzemsku. Jeden z nejdůležitějších úkolů Asociace hotelů a restaurací je prosadit u zákonodárců jednotná pravidla pro klasifikaci ubytovacích zařízení [40].

1.3.5 OUTSOURCING

Pro provozovatele hotelových služeb není vždy jednoznačně výhodné poskytovat veškeré služby tzv. ve „vlastní režii“. Výhody přináší i převedení některých služeb za úplatu na externího dodavatele. Outsourcing tak umožňuje lepší soustředění na hlavní oblast podnikání. Původ slova outsourcing pochází z angličtiny. Jde o spojení slov outside (vnější) a resourcing (zdroj) a svým významem představuje využití vnějších zdrojů.. Termín se tedy používá pro dlouhodobé převedení oblasti určitých služeb a současně i odpovědnosti na externího poskytovatele. Strategie outsourcingu je spojena s vytvářením tzv. „štíhlého managementu“ (Lean Management), který se v podniku koncentruje na hlavní činnost, a jehož cílem je odstraňování neproduktivní práce v jednotlivých činnostech [39].

V oblasti hotelnictví se outsourcing využívá především v oblasti housekeepingu, úklidu, mytí oken, čištění koberců, praní prádla, technického zabezpečení, údržby budov a ostrahy. Hotely často využívají pronájmu konferenčního zařízení, protože vybavení vlastních konferenčních prostor je velice nákladné a je nutné techniku neustále inovovat dle nejnovějších trendů. Dalšími často outsourcovanými službami je správa účetnictví a mezd, provoz garáží, parkování vozidel a jejich přistavení, tvorba a aktualizace internetových stránek, kosmetické, kadeřnické služby, provoz fitness či wellness centra a podobné druhy doprovodných služeb. Výjimkou není ani zabezpečení celého stravovacího úseku externí firmou [39].

Převedení určité služby na externího dodavatele společně s odpovědností však přináší i některá rizika, například hrozící nebezpečí úniku interních informací. Hotel je hosty chápán jako celek i se všemi doprovodnými službami, proto je úkolem vedení hotelu dohlížet na činnost externích dodavatelů, aby nedocházelo k poškození image hotelu. Cíle, vize a strategie provozovatelů služeb mohou být odlišné od cílů hotelu, je nutné cíle konzultovat a vzájemně harmonizovat [39].

1.3.6 HOTELOVÉ SYSTÉMY

Hotelový systém představuje počítačový software, který umožňuje rezervaci ubytování. Zahrnuje pokladní systém, skladový systém a napojení na další externí systémy, které jsou schopny měnit se dle aktuálních požadavků a rozsahu poskytovaných služeb. Vytváří reporty pro managery, housekeeping, stravovací oddělení, účtárny apod. Ukládá historii po několik let. Pro hotelový software se používá zkratka PMS (Property Management System). Součástí každého hotelového softwaru by měly být tři základní moduly - Front office, pokladní systém a F&B [41].

Front office

Slouží ke správě rezervací a účtů jednotlivých hostů. Standardem se stávají on-line rezervace přes internet s napojením na další distribuční kanály, např. globální distribuční systémy. Součástí ubytovacího modulu bývá směnárna, obvykle s on-line aktualizací kurzovního lístku. Hotelová pokladna soustřeďuje všechny údaje týkající se

plateb za realizované služby a slouží ke sledování finančních toků v hotelu podle jednotlivých pokladních míst a typů plateb. Poskytuje i možnost fakturace, a to včetně zpracování zálohových faktur [41].

Pokladní systém

Úkolem pokladního systému je řízení restauračního provozu, sledování toku financí a kontrola personálu. Zajišťuje vedení účtů, objednávky jídel i nápojů, vyúčtování hostů a přesunutí účtu z restaurace na hotelový účet hosta. Slouží k evidenci prodávaného zboží a je propojený na systém skladového hospodářství. Měl by umožňovat identifikaci personálu pomocí přístupového hesla, magnetické či čipové karty. Existují i přenosné pokladní terminály pro obsluhující personál [41].

F&B

Skladové hospodářství zajišťuje příjem zboží, jeho evidenci a odtěžování. Pro jídla a míchané nápoje jsou vytvářeny receptury podle kterých dochází k odtěžování. Mezi rozšíření patří např. podpora automatického objednávání od dodavatelů na základě dosažení minimální zásoby [41].

Rozšiřující moduly

Jedná se o rozšíření nabídky hotelu o služby například sportovního charakteru a možností přesunu platby na hotelový účet. Dále tento nástroj může být využíván pro správu konferenčních prostor nebo pro řízení vztahů se zákazníky, věrnostní a V.I.P. programy. Tento modul umožňuje analyzovat klienty a jejich chování včetně nakupovaných služeb, osobních preferencí atd. [41].

Externí systémy

Existuje celá řada doplňujících externích systémů. Jedním z nich je například telefonní systém, který přenáší informace o telefonních hovorech hosta. Podobně funguje i systém placeného internetu. Zámkový systém umožňuje kontrolu personálu. Aktivace karty či klíče je vázána na rezervaci v PMS, z něhož se přeberou veškeré údaje (datum

příjezdu, datum odjezdu a číslo pokoje). Systém Pay TV poskytuje možnost sledovat placené kanály, připojení k internetu, prohlížení informací o službách hotelu a aktuálních nabídkách. Poskytuje náhled hotelového účtu zobrazený na obrazovce televize přímo v pokoji. Systém měření a regulace sleduje hotelový pokoj, který je pak vytápěn či klimatizován v závislosti na tom, zda je obsazen či volný. Ekonomický a účetní systém propojuje účetní systémy s PMS [41].

Informační a rezervační systémy

Podmínkou pro slučování a spolupráci je rychlé a přesné předávání informací a dat mezi subjekty cestovního ruchu. Informační systémy lze rozdělit na regionální systémy, celostátní a celosvětové. Pokrokem v kanálech nepřímého marketingu se v poslední době staly počítačové rezervační systémy (CRS - centrální rezervační systémy) a globální distribuční systémy (GDS). Původně byly vyvinuty v sedmdesátých letech americkými leteckými společnostmi. První CRS byl SABRE, vyvinutý firmou American Airlines v USA. Informační a rezervační systémy se velice dobře doplňují, proto není vhodné je od sebe oddělovat. Globální distribuční systémy (schéma - viz příloha 6) poskytují mezinárodní informace a jsou rezervačními systémy pro ubytovací zařízení, lodní lístky, letenky, služby půjčoven aut, package a další služby. Čtyři nejpřednější CRS jsou SABRE, WORLDSPAN, GALILEO a AMEDEUS. Další známé systémy se vyskytují pod jmény SYSTÉM ONE, SUNSCALE, APOLLO/GALILEO, AXESS, GEMMINI, INFINI, ABACUS, SIRENA, aj. Tyto systémy jsou založeny na využívání kódů (zkratek), které snižují množství sítí přenášených dat. Od roku 1996 se v České republice dostává rezervace na internetu do popředí zájmu mnoha softwarových firem [3,7].

Jedním z předpokladů úspěchu na vysoce konkurenčním trhu cestovního ruchu je kvalitní prezentace na internetu. Internetové stránky jsou velmi efektivním a dnes už i nezbytným marketingovým nástrojem. Podmínkou je neustálá aktualizace dat. Díky možnosti zpracování stránek v různých světových jazycích dokáží oslovit velmi široký mezinárodní okruh zákazníků.

1.3.7 BEZPEČNOST V HOTELU

Hlavními oblastmi pro řízení bezpečnosti v hotelu jsou protipožární ochrana a prevence proti krádežím a útokům. Počítačem řízený systém protipožární ochrany je považován za nepostradatelnou součást všech moderních hotelů. Komplexní systémy jsou přímo propojeny se zařízením jako jsou detektory tepla, detektory kouře, poplašná zařízení, ovladače kropičů, klimatizace, ovladače izolace výtahů či přímé linky na požární stanici. Dle individuálních podmínek lze využívat kamerové systémy. Jejich použití má určité právní konsekvence vyplývající ze zákona o ochraně osobních údajů [16,3].

Negativním trendem se stále více stává kriminalita. Hotel je specifický prostor, kde běžné řešení bezpečnosti není možné, jelikož se jedná o z části veřejný prostor, kam je třeba zajistit volný vstup. V hotelových provozech se setkáváme se dvěma základními druhy kriminality – vnější a vnitřní. Mezi vnější patří zejména kapesní krádeže, krádeže osobních věcí a zavazadel, vloupání do zaparkovaných vozidel a krádeže na pokojích hostů. Vnitřní kriminalita je páchána kmenovými zaměstnanci hotelu, nebo zaměstnanci externích firem, kteří zneužívají své pozice s možností volného pohybu po celém prostoru k pravidelnému nebo ojedinělému obohacování. V reakci na tento trend se snaží provozovatelé hotelů zdokonalovat úroveň bezpečnostních opatření. Nejde jen o technické vybavení, pracovníky ostrahy, ale i školení personálu v této problematice. Bezpečnost musí být zajišťována velmi diskrétním způsobem. Kromě bezpečnostních pracovníků sehrává důležitou roli také personál a jeho pozorovací a komunikační schopnosti. Důležitá je aktivita, důslednost, komunikace, úsměv, dodržování nastavených režimových opatření, nošení jmenovek a zaměstnaneckých průkazů. Nutnost udržování pořádku a pravidelné inventury ve skladech materiálu jsou součástí prevence [16,3].

1.3.8 HOTELOVÉ A RESTAURAČNÍ INŽENÝRSTVÍ

Na výstavbu hotelů a restaurací je dnes nahlíženo poněkud jinak, než tomu bývalo v minulosti. Mění se užitkové, ekonomické a ekologické požadavky. Dříve byly projekty svěřovány profesionálním architektům, kteří koncentrovali talent na prostorovou koncepci zařízení, avšak chyběla organizace pracovních procesů a výroby.

Proto se v 60. letech 20. století zrodil v USA pojem hotelové a restaurační inženýrství. V Evropě se začal využívat až v 80. letech. Jeho hlavním cílem je skloubení nákladových parametrů a dobrého soužití s lokalitou [3].

1.3.9 YIELD MANAGEMENT

Yield management, také nazýván management výnosů nebo revenue management, je teorie, která umožňuje rovnoměrné vytížení i při kolísající poptávce a maximalizuje takto celkový výnos určité výkonové jednotky. Pojem yield management byl poprvé využit v 70. letech 20. století jako strategie leteckých společností. V hotelnictví je jeho hlavním úkolem maximalizovat míru obsazenosti pokojů. Sazba za pokoj se mění v závislosti na poptávce po ubytování. Pojem yield management je občas nesprávným způsobem spojován s využitím přeobsazenosti. Aby mohla technika přeobsazenosti správně využívána, musí být dlouhodobě analyzovány informace z historie hostů, periody nízké a vysoké poptávky po ubytování. Tyto informace spolu se znalostí místních událostí a aktivit v okolí hotelu pomáhají pracovníkům správy pokojů být lépe připraveni na budoucnost. Důležitou součástí procesu řízení tržeb jsou globální distribuční kanály, internet, informační a rezervační systémy [3].

1.3.10 SPECIFICKÉ DRUHY HOTELŮ

I v České republice začínají vznikat specifické druhy hotelů. Setkat se můžeme s design hotely, butik hotely či wellness hotely. Pojmenování **„Design hotely“** zdůrazňuje nadstandardní péči o hosta a současně i nadstandardní vybavení ve smyslu dokonalého sladění všech prvků v interiéru. Prvky designu by měla mít každá hotelová budova. U „**Butik hotelů“** pak bývá každý pokoj či apartmán zařízen v osobitém stylu. Hosty, kteří sem přijíždějí, zajímají zvláštnosti a autentičnost prostředí a specifické ovzduší služeb např. ve starobylém centru Prahy. Také luxus zažívá v 21. století boom. Pod pojmem luxus rozumíme velký prostor, plnění individuálních přání, zážitky, emoce, profesionalita, nadčasové a kvalitní věci, klid a soukromí. Stále méně luxus definuje cena a značka [42].

1.3.10.1 Wellness hotely

Počátkem 90. let se ve vyspělých zemích objevil název wellness jako reakce na negativní vlivy stresu a nárůst civilizačních chorob. Pojem „wellness“ vznikl ze slov wellbeing a fitness, znamená " cítit se dobře". Wellness styl se vrací k řecké a římské myšlence rovnováhy těla a ducha, a takové hotely by měly splňovat všechny přísné požadavky. Zvyšuje sportovní výkonnost a minimalizuje efekty stáří, často napomáhá zbavovat se nadváhy, škodlivých návyků a nemocí. Je prevencí proti stresu a nemocem, přitom nabízí zábavu a účinnou relaxaci. Tento obor se neustále vyvíjí a je nutné přizpůsobovat nabídku nejnovějším poznatkům a trendům. Wellness služby tvoří doplňkovou službu k ubytování, provozovanou hotelem nebo externím provozovatelem formou ousourcingu. Mnohdy je celková strategie hotelu založena na wellness filosofii. Také existují samostatná wellness centera. V roce 2007 vznikla Česká asociace wellness. Jde o státem registrovanou, nezávislou a zájmovou organizaci, založenou k podporování a rozvoji oboru wellness. Wellness trend se zabývá optimální výživou, kontrolou hmotnosti, stresu, formováním postavy, fitness, péčí o pleť a celé tělo. Součástí každého wellness centra by měla být klasická **posilovna**, která nabízí možnost cvičení s volnými činkami a cvičení na trenažérech, doplněné o aktivity aerobního charakteru na speciálních trenažérech.Velmi důležité je kvalitní vzdělání instruktorů, kteří na požádání sestaví správný cvičební plán, volí vhodné posilovače, stanoví pořadí jejich využití a počet jednotlivých cviků. V 90 letech byla neoddělitelnou součástí wellness center také **solária**. Současné trendy a poznatky dermatologů však tato zařízení nedoporučují. Klasickým vybavením zůstávají vířivé hydromasážní vany a sauny. Velmi vhodnou součástí wellness center jsou solné jeskyně. **Solná jeskyně** je novou progresivní metodou využívání působení soli na lidský organismus. Tyto kůry, které působí na organismus vlivem soli, se nazývají **Haloterapie**. Jedna kůra trvá zpravidla 45 minut. Podobný vliv na náš organismus má například pobyt u moře. Při pobytu v solné jeskyni dochází ke vdechování mikroelementů, obsahujících minerály a stopové prvky, které jsou nezbytné pro správnou činnost lidského organismu. Solná jeskyně díky svému mikroklimatu příznivě působí na řadu onemocnění**.** Další zařízení, které může být součástí wellness centra je **Floating tank.** Jde o speciální léčebné a regenerační zařízení ve tvaru vejce, založené na principu beztížného plavání

a simulace prostředí Mrtvého moře. Uvnitř je speciální náplň, která je ohřívána na teplotu lidského těla. Pod hladinou je osvětlení, v meziplášti reproduktory pro přenos hudby. Náplň tvoří asi 550 litrů speciálního roztoku na bázi síranu hořečnatého.

Dle nejnovějších evropských průzkumů je největší zájem o masáže a rehabilitace. Nejvíce vyhledávaná je thajská masáž, která se provádí v téměř nezměněné formě již 2000 let. Je kombinací tradiční čínské medicíny a starověké indické **ayurvédy**. Ayurvéda je založena na principech a znalostech vnitřního toku. Vyhledávaná je i japonská masážní terapie **Shia tsu.** Je to terapie, která využívá především práci prstů, dlaní, loktů, kolen, chodidel apod., napomáhá navodit energetickou rovnováhu těla. **Masáž lávovými kameny, Akupresura** a **Akupunktura** také nacházejí své místo ve wellness centrech, podobně jako **Reiki -** práce s vesmírnou energií, jejímž základem je působení na čakry a odstranění bloků, které brání volnému proudění energie [17,4].

Novým trendem se také stává návštěva mužů ve wellness centrech. Proto se i nabídka musí částečně přizpůsobit mužské klientele. Vedle Kleopatřiných koupelí je například zařazována pivní lázeň. Výjimkou není ani medová, čokoládová či světelná terapie. V moderních wellness centrech postupně mizí služby jako je kosmetika, kadeřnictví, manikůra a pedikůra, udrží se pouze, jsou-li spojeny se zvláštním ošetřením, zdravotními masážemi nebo netradičními maskami na obličej. Gymnastiku a aerobik postupně nahrazuje jóga, power-jóga a další asijská cvičení. Vyhledávanou službou se v moderních centrech stává tzv. anti-aging medicína, která je také nazývána medicínou třetího tisíciletí. Základem je především prevence a cílená a individuální léčba dysfunkcí, které jsou často spojovány se stárnutím. Promítá se i do správného výběru jídel a nápojů. Tuto metodu nelze spojovat s kosmetikou proti vráskám nebo gerontologií [17,4].

Oproti wellness je z léčebného hlediska vyšším stupněm balneologie (lázeňství) a léčebná rehabilitace. Na našem území vyvěrají jedinečné minerální prameny, které jsou již od počátku 15. století využívány k léčebným účelům. Rozvoj lázeňství je těsně spjat s pokrokem vědy a techniky i s rozvojem společenské komunikace. Od konce

osmnáctého století byly stavěny velké lázeňské domy a kolonády. Devadesátá léta minulého století otevřela českému lázeňství nové obzory. Se změnou životního stylu došlo k rozšíření standardní nabídky léčebných pobytů o nové formy relaxačních, regeneračních, zkrášlovacích a antistresových programů, které vhodně doplňuje široká škála sportovních aktivit [9].

1.3.10.2 Zelené hoteliérství

Ekologie a enviromentalismus dnes zasahují do i do oblasti hotelnictví a gastronomie v České republice. Environmentalismus se zabývá vztahy mezi přírodou a společností. Usiluje o změnu společenských, ekonomických a politických mechanismů, které brání snahám o ochranu životního prostředí. Ekologie není dnes chápána jako luxus, ale jako standard. Oficiální záštitu nabízí certifikované programy jako je ISO 14001 (Systém enviromentálního managementu). Další výkonné programy u nás představují ekoznačka Evropské unie „The Flower“ a ekoznačka České republiky „Ekologicky šetrná služba“. Pro získání certifikátu je nutné splnit přísné podmínky. Technické směrnice pro získání ekoznačky EU a ČR mají povinné a volitelné části, tudíž poskytují poměrně dobrou flexibilitu. Kromě složení příslušné částky patří mezi podmínky například dobrá izolace v oknech, úsporné žárovky, čerpání energie z obnovitelných zdrojů, využívání místních produktů a podobně. Negativní stránkou je finanční náročnost ekologických opatření. Přeměna běžného hotelu na biohotel trvá tři měsíce až jeden rok. Nejedná se ale většinou o radikální přestavby, ale spíše o změny, které jsou pro podnik ekonomicky výhodné. Zelené označení na oplátku přináší mnohé benefity a dobrou reputaci [18].

Biohotely začaly vznikat v roce 2001 v Německu, Rakousku a ve Švýcarsku. Biopotraviny se stávají velkým lákadlem pro novou klientelu. Hotely a restaurace, zaměřené na náročnější klientelu, servírují bio jako doplněk ke standardnímu menu. Základem je vyhledat vhodného dodavatele, který dokáže zajistit široký sortiment bioproduktů [19].

Pro biosektor nabízí gastronomie a hotelnictví významný potenciál. V České Republice je využití bioproduktů v gastronomii zatím na úplném začátku, několik restaurací již

používá biomaso, mléčné výrobky či zeleninu, ale málokdy je celé menu bio. Pro uplatnění biopotravin v gastronomii musí být vybudován celý dodavatelský řetězec, ten zatím neexistuje. Kvalitní bioprodukty jsou na farmách, ale je obtížné je dostat v pravý čas, v požadovaném množství, čerstvosti a kvalitě na provozovny. Ekologický původ biopotravin zajišťuje zákon a přísná kontrola. Ekologické zemědělství je v České republice definováno Nařízením Rady EU 2092/1991 a zákonem 242/2000 Sb. o ekologickém zemědělství. Na základě výsledků kontrol se provádí certifikace bioproduktů a biopotravin a jejich označení ochrannou známkou BIO - Produkt ekologického zemědělství [43].

2 METODIKA A CÍL PRÁCE

2.1 CÍL PRÁCE

Cílem diplomové práce je seznámit čtenáře s vývojem a problematikou moderních trendů a s využíváním informačních a dalších technologií v hotelnictví a v gastronomii. Jedním z hlavních záměrů je získat dostatečné množství informací, které pomohou zmapovat úroveň, kvalitu a vývojové trendy v oblasti hotelnictví a gastronomie na jihu Čech. Naším úkolem je získat názory a informace z řad veřejnosti, z vlastního průzkumu a dále získat informační bázi pro sepsání diplomové práce pomocí expertních rozhovorů se specialisty v oboru. Hlavním cílem diplomové práce je nalézt překážky rozvoje a slabé stránky, které mají negativní vliv na rozvoj oborů hotelnictví a gastronomie. Syntetická část práce je zaměřena na nalezení vhodných opatření k odstranění nedostatků a přispění k dalšímu rozvoji tohoto turistického regionu. Jedním z výsledků práce bude také identifikace moderních trendů uplatňovaných v zahraničí, v Praze, a moderních trendů projevujících se v jižních Čechách. Závěr obsahuje shrnutí veškerých získaných poznatků a dosažených cílů.

2.2 METODIKA A ZPRACOVÁNÍ

Diplomová práce na téma „Moderní trendy v hotelnictví a gastronomie v Jihočeském kraji“ je složena z několika základních částí. V úvodu je nastíněna důležitost řešení problematiky a cíle, kterých má být v diplomové práci dosaženo. Další část, literární rešerše, představuje teoretické seznámení s moderními trendy v oblasti hotelnictví a gastronomie. Zde je systematicky zpracován historický přehled vývoje oborů a vysvětlena odborná terminologie, která je následně v praktické části dále používána. Podklady pro sepsání diplomové práce byly shromažďovány od července 2008 do března roku 2009. Praktická část se skládá ze dvou celků – části analytické, která vytváří informační základnu a části syntetické neboli návrhové.

2.3 INFORMAČNÍ ZDROJE

Informace pro vypracování teoretické části pocházejí ze sekundárních zdrojů. Důležité podklady byly získány ze skript Jihočeské univerzity a Vysoké školy hotelové v Praze, dále z odborných učebnic, odborných časopisů zaměřených na gastronomii a hotelnictví. Velmi hodnotné aktuální materiály byly získány z internetových stránek, jak je uvedeno na seznamu použité literatury.

Nejcennější informace pro praktickou část diplomové práce přinesly konzultace, jejichž výsledky jsou obsaženy v kapitole 5 „Expertní pohled na problematiku vývoje moderních trendů v gastronomii a hotelnictví v jižních Čechách“. Formou konzultací nám byly poskytnuty informace a názory z řad odborníků jako je například kuchař, gastronomický specialista a odborný poradce pan Petr Stupka, Ing. Petr Šalda, ředitel Grand Hotelu Zvon, který současně působí také jako předseda jihočeské krajské sekce AHR ČR a je členem Rady této organizace. Dále jsme využili možnosti konzultace problematiky moderních trendů v gastronomii a hotelnictví s majiteli provozoven a s pracovníky informačních center. Jako sekundární zdroj informací jsme využili články v odborných časopisech a důvěryhodných zdrojů z internetu, sepsaných specialisty v oboru - Ing. Pavla Burešová, vedoucí katedry hotelnictví na Vysoké škole hotelové, Ing. Taťána Venkovská - Národní ústav odborného vzdělávání, Ing. Robert Režnák národní koordinátor SCAE (Evropské kávové asociace) pro Slovenskou republiku a další.

2.4 METODY SBĚRU INFORMACÍ

Pro zpracování analytické části bylo využito různých metodických postupů. Důležitý zdroj primárních informací přineslo provedení marketingového výzkumu (průzkum veřejnosti pomocí dotazníkového šetření). Na základě rozboru zkoumané problematiky byl sestaven dotazník s 19 otázkami (viz příloha 1). První část obsahuje otázky zaměřené na hodnocení úrovně gastronomických a ubytovacích zařízení a druhá část slouží k získání osobních údajů respondenta. Respondent vyznačuje odpovědi křížkem,

v některých případech krátkou jednoslovnou odpovědí. V rámci výzkumu bylo osloveno celkem 152 respondentů, většina dotazníků byla vyplněna asistovaně, a tím vznikla možnost zjistit a prodiskutovat další názory respondentů, vztahující se k dané problematice. Poznámky, rozšiřující názory a připomínky respondentů byly zaznamenávány a jsou součástí vyhodnocení výzkumu. Druhá část byla rozeslána respondentům pomocí e-mailu.

Jako další využitou metodou ke zjištění kvality poskytovaných služeb v jižních Čechách jsme využili vlastní experiment provedený formou tzv. „Mystery Guest“ – fiktivní host. Jedná se o metodu využívanou pro kontrolu kvality. Existují specializované firmy, které se zabývají prováděním „Mystery Shoppingu“. Zaměstnanec takové firmy se chová jako host nebo zákazník, a aniž by odhalil svou identitu, nechá se obsloužit a sleduje chování a jednání zaměstnanců. Následně vypracuje zprávu o průběhu obsluhy, kterou potom specializovaný pracovník firmy, zvaný evaluator, zhodnotí a zjistí případné rozdíly v ceně a v kvalitě poskytnutých služeb apod. Pro svůj výzkum jsme vypracovali formulář (viz příloha 3) do kterého jsme při návštěvě nejrůznějších gastronomických zařízení v jižních Čechách zapisovali poznatky. Cílem bylo odhalit nedostatky, které se negativně podepisují na kvalitě služeb cestovního ruchu (dále jen CR) v jižních Čechách.

3 MARKETINGOVÝ VÝZKUM – DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

3.1 CHARAKTERISTIKA VÝZKUMNÉHO PROBLÉMU

Gastronomický trh v jižních Čechách zaznamenává v posledních dvou desetiletích dynamický vývoj. Můžeme pozorovat celou řadu neustálých změn. Celkový pohled na kvalitu gastronomických a ubytovacích zařízení však stále ještě neodpovídá mezinárodním standardům. Rozhodli jsme se proto zmapovat situaci a specifikovat nejčastější problémy, které se podepisují na špatném jménu jihočeských provozoven.

S měnícím se životním stylem obyvatel jižních Čech se mění i požadavky hostů. Cílem provedeného marketingového výzkumu bylo zjistit, jak hodnotí úroveň služeb veřejnost. Výzkumné otázky zjišťují, jak zákazníci hodnotí celkovou úroveň gastronomických zařízení, jak jsou spokojeni s chováním, jazykovými znalostmi a profesionalitou personálu. Další zkoumaná otázka se týkala hygieny a splňování hygienických norem. V rámci výzkumu se pokusíme zjistit, jak často v současné době respondenti navštěvují gastronomická a ubytovací zařízení, o jaké druhy projevují největší zájem a co je potřeba v této oblasti zlepšit.

Výzkum formou dotazníkového šetření (viz příloha 1) je zaměřen na oblast celého Jihočeského kraje. Segment respondentů se skládá z osob, které pobývají v Jihočeském kraji dlouhodobě (residenti, studenti, zaměstnanci jihočeských firem). Z výzkumu nejsou vyloučeni ani krátkodobě pobývající hosté (turisté, výletníci, návštěvníci), kteří mají nějakou zkušenost s gastronomií a hotelnictvím v jižních Čechách. Věkové složení respondentů se pohybuje od věku 18 let až po seniory. Výběr respondentů je stanoven tak, aby byly pokud možno zastoupeny všechny věkové kategorie.

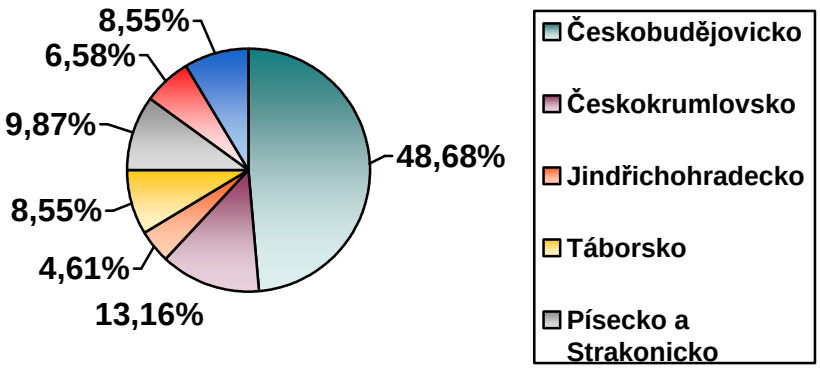
Provedený průzkum tak napomůže zjistit, jak veřejnost vnímá kvalitu ubytovacích a stravovacích služeb v regionu, a jaké požadavky jsou kladeny ze strany veřejnosti na provozovatele. Jihočeský kraj vystupuje v rámci České republiky jako celek a kvalita je často posuzována jen tak dobře, jak je posuzován nejslabší článek v dané oblasti. Průzkum by měl poukázat na slabé stránky gastronomických zařízení v jižních Čechách a současně by měl by poukázat na provozovny, které se dle názoru veřejnosti vydaly správným směrem. V této souvislosti nás bude zajímat jaké provozovny se v jižních Čechách nejlépe zapsaly do povědomí hostů. Výsledkem bude stanovení „Top 10“ gastronomických a „Top 10“ ubytovacích zařízení z pohledu veřejnosti.

3.2 ROZBOR IDENTIFIKAČNÍCH ÚDAJŮ RESPONDENTŮ

Z celkového počtu 152 respondentů se výzkumu zúčastnilo nejvíce obyvatel pobývajících na území Českobudějovicka (74 osob / 48,68%). Dále bylo zastoupeno 20 obyvatel (13,16%) Českokrumlovska, 15 osob (9,87%) žijících na Písecku a Strakonicku, 13 obyvatel (8,55%) Táborska, 10 obyvatel (6,58%) Prachaticka a 7 obyvatel (4,61%) Jindřichohradecka. Zúčastnilo se i 13 respondentů (8,55%) kteří využívají gastronomických a ubytovacích služeb v jižních Čechách, ale pocházejí z jiných regionů.

Graf 1

Struktura respondentů dle bydliště

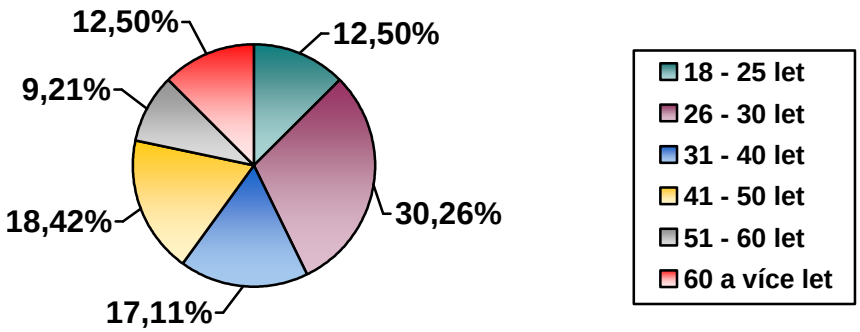


Zdroj: Autorka

Z hlediska věku se průzkumu zúčastnilo 19 respondentů (12,5%) ve věku od 18 do 25 let. Nejpočetnější skupinu tvoří respondenti ve věku 26 až 30 let – 46 respondentů (30,26%). Osoby ve věku 31 až 40 let vyplnily celkem 26 dotazníků (17,11%). Skupina 41 až 50 let byla zastoupena celkem 28krát (18,42%), 51 až 60 let 14krát (9,21%) a významnou skupinu tvořili také senioři ve věku od 61 let a více, kterých se zúčastnilo celkem 19 (12,5%). Z hlediska pohlaví odpovídalo 64 mužů (42,11%) a 88 žen (57,89%).

Graf 2

Struktura respondentů dle věku



Zdroj: Autorka

Většina dotázaných má tedy trvalý pobyt na území kraje (122 osob / 80,26%), ostatní zde studují nebo pracují, avšak trvalý pobyt mají v jiném kraji (22 osob / 14,47%), zbylou část respondentů tvoří turisté (8 osob / 5,27%). Dle nejvyššího dosaženého vzdělání lze respondenty rozdělit do 5 skupin. Nejpočetnější část tvoří osoby se středoškolským vzděláním (62 osob / 40,79%), dále se průzkumu zúčastnilo 46 vysokoškoláků (30,26%), 26 absolventů odborných učilišť (17,11%), 15 absolventů vyšších odborných škol (9,87%) a 3 respondenti se základním vzděláním (1,97%).

3.3 VŠEOBECNÉ HODNOCENÍ KVALITY POSKYTOVANÝCH SLUŽEB A ÚROVNĚ PERSONÁLU

Můžeme říci, že poskytování kvalitních služeb není nadstandard, ale základní předpoklad pro provozování pohostinství. Kvalita gastronomických a ubytovacích zařízení byla hodnocena způsobem školního známkování. Z výsledků výzkumu

vyplývají následující skutečnosti. Gastronomické služby v jižních Čechách nedosahují z globálního hlediska dle respondentů vysoké úrovně. Svědčí o tom ohodnocení průměrnou známkou 2,48. O něco lepší všeobecné hodnocení získaly ubytovací služby, které byly hodnoceny známkou 2,25.

Zásadní vliv na kvalitu poskytovaných služeb má profesionální vystupování a odborné vzdělání zaměstnanců první linie, tj. pracovníků, kteří přicházejí do přímého kontaktu s hostem. Respondenti ohodnotili ze svého pohledu toto kritérium známkou 2,76. Respondenti se domnívají, že neexistuje kvalitní praktická příprava studentů hotelových škol a škol cestovního ruchu. Studenti získají podrobnou teoretickou průpravu, ale nejsou schopni tyto poznatky aplikovat v praxi. Studenti vykonávají velkou část praktické výuky v komerčních provozovnách, kde se stávají pomocnou pracovní silou, a často nedostanou potřebné proškolení.

Další dotaz byl směřovaný na hodnocení zaměstnanců dle jazykových znalostí. V jižních Čechách je cizojazyčná komunikace personálu s hosty neodmyslitelnou součástí náplně práce každého zaměstnance v oboru cestovního ruchu. Podstatnou část klientely tvoří zahraniční návštěvníci, především z německy mluvících zemí, proto je vyžadován německý, ale i anglický jazyk. Dle názoru veřejnosti je cizojazyčná konverzace ohodnocena známkou 2,58. Je však nutno podotknout, že jazykové znalosti hodnotili respondenti, kteří nejsou cizinci. Jde pouze o jejich názor či nepřímou zkušenost.

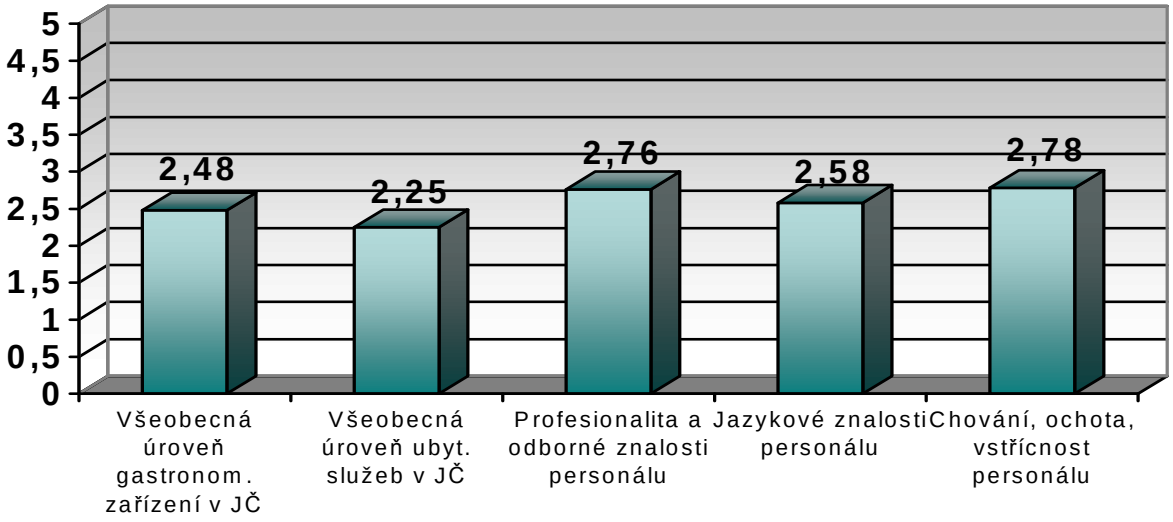
Odborné znalosti a dovednosti nejsou jedinou podmínkou dosažení spokojenosti hosta. Někdy je více ceněna vstřícnost, vřelé a přátelské vystupování, ochota, dobrá nálada a celkově pozitivní chování. Takový přístup by měli zaměstnanci v hotelnictví a gastronomii dodržovat po celou pracovní dobu, při kontaktu s hostem. Platí zde přísloví „náš zákazník, náš pán“. Porozumění potřebám hosta, rychlé reagování, pružnost, naslouchání a komunikace s hostem jsou další aspekty, které host vnímá a dle kterých si vytváří názor na podnik jako celek. Veřejnost však spatřuje nedostatky v základních zásadách chování personálu, a proto hodnotí tento bod známkou 2,78.

I zde je nejzávažnějším problémem nízká motivace zaměstnanců a vysoké nároky na pracovní nasazení, nedostatečné zaškolení a špatná kontrola personálu.

Graf 3

Všeobecné hodnocení úrovně gastronomických a ubytovacích služeb

(Hodnoceno systémem školního známkování 1 / nejlepší – 5 / nehorší)



Zdroj: Autorka

3.4 HODNOCENÍ OSTATNÍCH KRITÉRIÍ

Úroveň gastronomie v jižních Čechách se dle většiny dotázaných stále zlepšuje, avšak jen pomalým tempem. Žádný z respondentů si netroufl tvrdit, že je gastronomie v jižních Čechách na světové úrovni. Pouze 6 respondentů (4,03%) uvedlo, že se zde najdou podniky, jejichž úroveň je lepší než u srovnatelných kategorií podniků v Praze. Překvapivě velká část respondentů – 39 osob (26,17%) se domnívá, že úroveň jihočeských provozoven je srovnatelná s Prahou. Největší část dotázaných uvedla, že úroveň není možné s Prahou srovnávat. Takto odpovědělo 59 osob (39,60%). Dle 45 respondentů (30,20%) neexistují stejné podmínky, díky nimž by úroveň gastronomie mohla být porovnávána. Poptávka v Praze je odlišná od poptávky v Jihočeském kraji, většina hostů očekává jiné služby, než je tomu v Praze. Například turisté v Českém Krumlově preferují malé stylové hospůdky s přívětivou obsluhou, jsou vyhledávány

útulné penziony. Oproti tomu v Praze, kde se setkává mnoho kultur, kde se koná nespočet obchodních jednání, reprezentativních akcí, se od gastronomie a hotelnictví očekává více odborného a profesionálního přístupu. Krom malých a stylových restaurací zde nesmí chybět podniky na mezinárodní úrovni, s vysokým standardem služeb a profesionálním personálem. Proto je hodnocení respondentů zcela odpovídající výše uvedeným skutečnostem.

Hosté si přejí dostat za své peníze kvalitní služby. Dle respondentů je kvalita z celkového pohledu na jihočeskou gastronomii a hotelnictví stále nedostačující. Je nutné zlepšit především tyto oblasti (v pořadí dle četnosti odpovědí respondentů): chování a vstřícnost personálu (84krát), celkovou kvalitu služeb (75krát), dodržování hygienických norem (70krát), ceny odpovídající službám (68krát), odbornost personálu (62krát), přístup majitelů podniků (38krát), sledovat trendy v oboru (25krát), šíři nabízeného sortimentu (25krát) a otevírací doby provozoven (9krát).

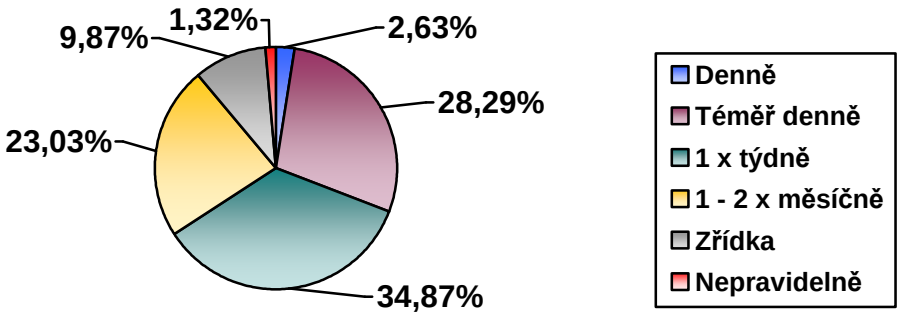
Poněkud překvapivé výsledky přineslo hodnocení otázky číslo 8. Respondenti zde měli vyjmenovat 5 gastronomických a 5 ubytovacích zařízení, která rádi navštěvují, která mají dobré jméno nebo která patří dle subjektivního názoru k nejoblíbenějším a nejzajímavějším. 12,5% respondentů (19 osob) nenapsalo ani jeden název gastronomického zařízení a 36,84% respondentů (56 osob) uvedlo méně než pět názvů gastronomických zařízení. 21,71% respondentů (33 osob) nevyplnilo žádné ubytovací zařízení a 46,71% respondentů (71 osob) vyplnilo méně než 5 ubytovacích zařízení. Důvodem je vzorek pro marketingové šetření. Většinu dotázaných tvoří rezidenti v Jihočeském kraji, takže ubytovací služby zpravidla nevyužívají, a proto neuvádějí žádnou odpověď, nebo je jejich hodnocení „z druhé ruky“.

Stravovacích a ubytovacích zařízení existuje v Jihočeském kraji nespočet. Každý má svůj oblíbený podnik v místě bydliště, mnozí lidé jsou ochotni za dobrou restaurací ujet i delší vzdálenosti. Výsledkem otázky č. 8 je nominování „Top 10“ gastronomických (viz kapitola 3.5.1) a „Top 10“ ubytovacích zařízení z pohledu veřejnosti (viz kapitola 3.5.2).

Hosté v Jihočeském kraji navštěvují gastronomická zařízení nejčastěji 1 x týdně – 34,87% respondentů (53 osob), druhá nejčastěji uváděná odpověď byla téměř denně – 28,29% respondentů (43 osob). Odpověď 1 – 2 x měsíčně zazněla u 23,03% respondentů (35 osob). 9,87% respondentů (15 osob) navštěvuji restaurace, kavárny a vinárny jen zřídka, 2,36% (4 osoby) využívají gastronomických služeb každý den a 2,32% respondentů (2 osoby) uvedlo možnost „s jinou pravidelností“

Graf 4

Četnost návštěv gastronomických zařízení



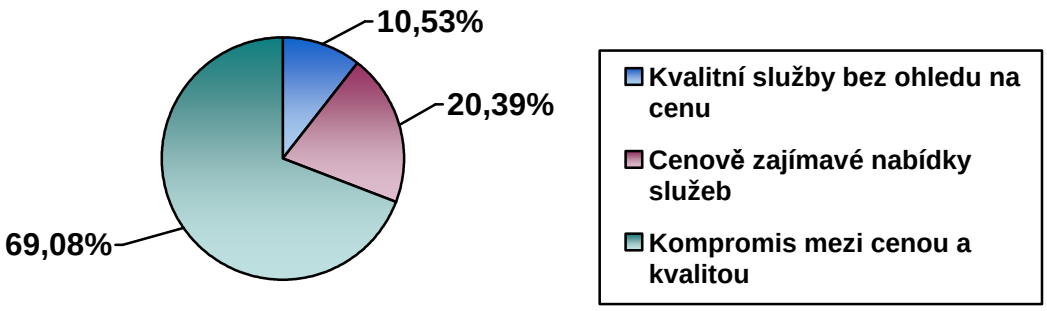
Zdroj: Autorka

Cena je podstatnou součástí marketingového mixu, výrazně ovlivňuje poptávku po službách v cestovním ruchu a měla by odrážet skutečnou hodnotu nabízeného zboží nebo služby. Ceny v jihočeských ubytovacích a stravovacích podnicích jsou v průměru a ve srovnání s nabízenými službami spíše vyšší. Co se týká služeb v cestovním ruchu vyhledávají hosté a zákazníci především kompromis mezi cenou a kvalitou nabízených služeb – 69,08% (105 osob). Nadstandardní a vysoce kvalitní služby jsou pochopitelně pevně svázány s vyššími náklady. Jde o vyšší náklady na personál, na nákup kvalitních materiálů, čerstvých surovin, bioproduktů. Z celkového počtu 150 respondentů je jen 10,53% (16 osob) ochotno zaplatit více za účelem poskytnutí velmi kvalitních a nadstandardních služeb. Tvorba cenově zajímavých nabídek je také neodmyslitelnou součástí konkurenčního boje v sektoru hotelnictví a gastronomie. Nejběžnější nabídkou, která se objevuje v mnoha jihočeských restauracích je cenově výhodné polední menu, které se skládá zpravidla ze tří chodů. Nabídka „Happy Hours“ znamená, že v určitou

dobu mohou hosté získat nabízený sortiment za velmi výhodnou cenu, často až o 50% nižší. Cenově výhodné nabídky vyhledává 20,39% respondentů (31 osob).

Graf 5

Volba respondenta mezi kvalitou a nízkou cenou



Zdroj: Autorka

Z hlediska hosta je podstatné získat informaci o ubytovacím zařízení a současně motivaci k jeho návštěvě. Provozovatelé by měli dbát na to, aby si zachovali stále stejně dobrý standard služeb. Musí však přinášet hostům stále něco nového, aby se návštěva restaurace či ubytování v hotelu apod. nestalo všedním zážitkem. Lze tvrdit, že nejlepší zkušenost je vlastní zkušenost, a proto se mnoho respondentů spoléhá na vlastní názor (102krát). Velký význam mají doporučení získaná na základě dobrých referencí od přátel a známých (94krát). Je známou skutečností, že o negativní zkušenosti se dozví dalších 11 osob a o pozitivní zážitky se rozdělíme se 3 osobami v našem okolí. Proto musí být jedním z hlavních cílů každého poskytovatele služeb – nezklamat hosta. Respondenti uvádějí (46krát), že je pro ně lákavé zkusit něco nového. Mnoho respondentů získává informace o ubytovacích a stravovacích zařízeních pomocí internetu (30krát). Bez neustále aktualizované internetové nabídky by v dnešní době podniky přicházely o velké množství potencionálních zákazníků. Informace z letáků, průvodců, tisku a médií jsou schopny zaujmout spoustu potenciálních hostů, respondenti tuto možnost v dotazníku uvedli (16krát) Především turisté využívají doporučení infocentra (8krát).

Ubytovací kapacity v Jihočeském kraji jsou využívány převážně návštěvníky z ostatních regionů České republiky a ze zahraničí. Pouze 1 respondent (0,66%) uvedl, že ubytovacích služeb využívá často. Možnost „občas“ zvolilo 25% dotázaných (38 osob). Většina respondentů využívá ubytovacích zařízení ve svém regionu jen výjimečně – 57,24% dotázaných (87 osob). 17,11% respondentů (26 osob) dokonce uvedlo, že ubytovacích služeb v Jihočeském kraji nevyužívá nikdy. Z hlediska počtu strávených nocí z výzkumu vyplývá, že hosté zpravidla pobývají v Jihočeském kraji 1-3 noci – 69,74% (106 osob). V regionu se nikdy neubytovalo 17,76% dotázaných (27 osob). Někteří zde však tráví například letní, ale i zimní dovolenou, která trvá 4-7 dní – 10,53% (16 osob) nebo 8 – 14 dní – 1,32% respondentů (2 osoby). Jen 0,66% dotázaných (1 osoba) se zdrží déle než dva týdny. Většina respondentů volí ubytování v penzionu (80krát). Další druh ubytovacího zařízení, který je hosty z jižních Čech nejčastěji využíván jsou v kempy, pod stanem (66krát) a v chatkách (45krát). Velmi vyhledávané jsou především kempy v oblasti řeky Vltavy, Lužnice a Otavy a kolem třeboňských a jindřichohradeckých rybníků. Další pozici z hlediska oblíbenosti zastávají soukromé apartmány (37krát), které jsou využívány na celém území kraje. Hotely 2-3* byly v průzkumu uvedeny 29krát, ubytovny 18krát a nejméně frekventovaná je poptávka po hotelích 4 – 5* (5krát). Nabídka ubytování hotelového typu je soustředěna především v Českých Budějovicích, ale i v Českém Krumlově. 26krát zazněla odpověď, že respondent nevyužívá žádné z uvedených zařízení.

3.5 VÝSLEDKY A ZÁVĚRY MARKETINGOVÉHO VÝZKUMU

Průzkum na téma: „Názor veřejnosti na úroveň ubytovacích a stravovacích služeb v jižních Čechách“ přinesl mnohé důležité poznatky. Hned v první části jsme zjistili, že veřejnost hodnotí úroveň ubytovacích i stravovacích služeb a vlastností personálu průměrnými známkami, což je v této oblasti, kde se očekává prvotřídní kvalita a perfektní služby, výsledek poměrně negativní. Jednou z příčin stagnace vývoje gastronomie a hotelnictví v Jihočeském kraji jsou nízké nároky hostů. Hosté, kteří se spokojí s méně kvalitní službou, nepožadují neustálé zlepšování, nejsou ochotni zaplatit více za kvalitní služby a nepodávají zpětnou vazbu provozovatelům. Také konkurence,

která v jižních Čechách není příliš agresivní způsobuje pomalý vývoj celého sektoru služeb CR. Image služeb v CR současně poškozuje nedokonalé dodržování hygienických norem, nepružné reakce na nařízení a doporučení EU. Při posuzování kvality může být posuzováno několik kritérií. Mezi tato kritéria se řadí spolehlivost, dostupnost a bezpečnost, poměr hodnoty a ceny, přiměřenost nabídky, personál a komunikace.

Již z předchozích výsledků výzkumu je patrné, že gastronomie a hotelnictví na jihu Čech má stále velký potenciál ke zlepšování a může se tak neustále vyvíjet a pracovat na dobrém jménu. Oblast jižních Čech je jako stvořená k zážitkové gastronomii, ke vzniku stylových podniků, které mají „duši“.

V Jihočeském kraji lze nalézt několik velmi kvalitních provozoven, které nabízejí svým hostům prvotřídní služby. Dotázaní respondenti vybrali následujících 10 ubytovacích a 10 stravovacích zařízení, která jsou mezi nimi oblíbená, nebo je považují za zajímavá.

3.5.1 „TOP 10“ GASTRONOMICKÝCH ZAŘÍZENÍ V JIŽNÍCH ČECHÁCH

1. Restaurace Ameno (ČB)

Velmi oblíbená a často navštěvovaná restaurace v centru Českých Budějovic, která ve svém stylovém prostředí nabízí italské a mexické speciality (pizzy, těstoviny, steaky, ryby a saláty) [44].

2. Restaurace Alchymista (ČB)

Jedna z nejoblíbenějších restaurací v centru Českých Budějovic zajímavá svým interiérem z rudolfínské doby. Uprostřed restaurace se nachází funkční alchymistická pec, kde jsou připravovány některé pokrmy z nabídky staročeské kuchyně. Restaurace získala několik tuzemských i zahraničních cen v oblasti gastronomie. Obsluha je oblečena v dobových kostýmech. V nabídce jsou speciality rybí kuchyně, pochoutky teplé i studené kuchyně a vegetariánské pokrmy [45].

3. Restaurace Vin de Café (ČB)

Luxusní restaurace v centru Českých Budějovic, která se vyznačuje vynikající kuchyní a velmi profesionálním servisem. Předností, na které si restaurace zakládá je kvalita všech používaných surovin. Interiér restaurace je velmi moderně a vhodně vybavený. V nabídce lze nalézt velký výběr francouzských a moravských vín a vynikající kávu značky Vin de Café [46].

4. Potrefená Husa (ČB)

Prostor budějovické Potrefené husy je dobře členěný a nabízí příjemné posezení ve stylovém prostředí. Na své si zde přijdou milovníci dobrého jídla a vyznavači kvalitního piva. I v této Potrefené huse je totiž kladen velký důraz na podávání kvalitně ošetřených piv z portfolia společnosti Pivovary Staropramen. Specialitou podniku je „Potrefená Husa“ – dozlatova upečená s červeným zelím a špekovým knedlíkem a mnohé další mezinárodní speciality [47].

5. Restaurace Masné krámy (ČB)

Legendární jihočeská restaurace je po náročné rekonstrukci opět v provozu. Dnes ji provozuje pivovar Budějovický Budvar. Vybavení interiéru se podřizuje historickému duchu stavby. Do historických Masných krámů pronikají i moderní technologické prvky v podobě plazmových obrazovek a výborným ozvučením. Jídelní lístek nabízí převážně českou kuchyni. Masné krámy patří k symbolům Českých Budějovic [48].

6. Restaurace / Hotel Biograf (Písek)

Restaurace Biograf je součástí Hotelu Biograf v Písku. Zakládá si na vynikajících službách, skvělé kuchyni, ale i na nadhodnotě, jakou je „genius loci“ - duch místa, na kterém stával jeden z nejstarších stálých kinematografů ve starobylém Písku. Má v úmyslu stát se příjemným zastavením v čase i prostoru. Potěšením ze zážitku [49].

7. Restaurace Šupina & Šupinka (Třeboň)

Od roku 1993 se snaží restaurace nabízet příjemné a kultivované prostředí, profesionální obsluhu a samozřejmě nevšední gurmánské zážitky. V kuchyni se

připravují rozmanité české speciality, masové lahůdky, ale především pokrmy lahodící oku z čerstvých sladkovodních ryb třeboňského regionu [50].

8. Papa's Living Restaurant (ČK)

Vyhlášený krumlovský restaurant s překrásnou terasou umístěnou nad řekou Vltavou a výhledem na starobylé části města. V příjemném interiéru najdete výbornou kuchyni, která je kombinací lehkých jihoevropských jídel, jihoamerických specialit a českých dobrot [51].

9. Motorest Pegast (Litvínovice u ČB)

Motorest Pegast nabízí prvotřídní služby v oblasti gastronomie, které byly oceněny Asociací hotelů a restaurací pro nejlepšího restauratéra roku 2007. Restaurace je zakládajícím členem profesního sdružení „Jižní Čechy pohostinné“ a je proslavená kvalitní českou kuchyní i příjemnými službami. Specialitou kuchyně jsou domácí špecle v několika variantách. Motorest Pegast pořádá také pravidelné gastronomické akce [52].

10. Středověká krčma Písek

Středověká krčma v Písku nabízí velmi nevšední gastronomické až šokující zážitky. Hosté se musí připravit na středověké prostředí a poněkud drsnou staročeskou mluvu. Na programu bývají tanečnice na stolech, kejklíři, šermíři, fakír, žebráci, vrhači nožů na živý cíl. V nabídce, v tzv. „žrádelníku“, jsou středověké speciality připravené na otevřeném ohni, které se jí rukama. Personál je školen, jak jednat s hosty, protože je důležité, aby nebyla překročena křehká hranice mezi pobavením hosta a urážkou. Prostory krčmy jsou impozantní. Neomítnuté stěny, na podlaze poházená sláma, stoly z pevných dřevěných fošen, dobová hudba a výzdoba. Zde se v pravém slova smyslu naplňuje zážitková gastronomie [53].

3.5.2 „TOP 10“ UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ V JIŽNÍCH ČECHÁCH

1. Grandhotel Zvon (ČB)

Grand Hotel Zvon patří díky mezinárodní atmosféře, profesionálnímu přístupu a osobnímu servisu k nejluxusnějším a nejvyhledávanějším hotelům v Jihočeském kraji. Všechny služby Grandhotelu Zvon splňují požadavky řízení kvality dle ISO 9001:2000 a jsou certifikovány renomovanou organizací Bureau Veritas Certification. Grandhotel Zvon je oficiálně certifikován AHRČR jako **** First clase a jako teprve druhý mimopražský a první ryze regionální hotel získal první cenu v prestižní národní soutěži Best of Reality. Ředitel hotelu Petr Šalda mj. působí také jako předseda jihočeské krajské sekce AHR ČR a je členem Rady této organizace [54].

Grandhotel Zvon nabízí svým hostům 65 renovovaných pokojů. Na výběr je přepychový Executive suite s výměrou 80 m^2 a nádherným výhledem na historické náměstí, luxusní klimatizované pokoje a komfortní moderní pokoje kategorie Business a Standard, vybavené velmi kvalitními materiály. Pokrmy připravované v hotelových restauracích Gourmet Symphony a Pilsner Urquell Original Restaurant jsou připravovány výhradně z rakouských a jihočeských surovin. Jehněčí, telecí a hovězí maso pochází z naší vlastní biofarmy Mysletín u Ledenic. Ryby jsou výhradně ze sádek a rybníků z okolí Českých Budějovic a Třeboňska [54].

2. Hotel Malý pivovar (ČB)

Komorní prostory Hotelu Malý pivovar jsou vyhledávaným místem pro setkání významných osobností a městské reprezentace Českých Budějovic. Hotel Malý pivovar je opředený tajemstvím výroby světoznámého budějovického piva. Hotel nabízí 25 stylově zařízených pokojů a 4 apartmá a je oficiálně certifikován AHRČR jako ****. Noblesa hotelu je mezi kulinářskou veřejností spojována s pověstí vynikající kuchyně s širokým výběrem originálních jihočeských i mezinárodních specialit a řízným pivem přímo od budvarského čepu. Návštěvník si může vybrat mezi reprezentativními prostory restaurace U Královské pečeti, útulným prostředí tradiční pivnice Budvarka, intimitou kavárny - cukrárny, salónků nebo letní zahrádky [55].

3. Hotel Růže (ČK)

Hotel Růže je jedním z nejdůležitějších hotelů v Českém Krumlově. Renesanční budova bývalého jezuitského kláštera a university ze 16. stolení si zachovala krásu renesanční architektury. Luxusní hotel v duchu renesance nabízí veškerý komfort. Pokoje a hotel jsou vybaveny vším co se může žádat od nejluxusnějšího hotelu. K dispozici je 71 prostorných pokojů včetně apartmá. Restaurace hotelu a "Hodovní sál" jsou zařízeny ve stylu renesance stejně tak, jako ostatní interiéry hotelu Růže. Elegantní prostředí našich restaurací reprezentuje rozmanitý výběr excelentních jídel české, renesanční i světové kuchyně, skvělých vín, nevtíravé hudby i vynikajícího servisu personálu oblečeného do historických kostýmů [56].

4. Hotel Štekl (Hluboká n. /Vlt.)

Hotel Štekl je výjimečný svou polohou, historií a citlivým skloubením profesionálních služeb s přátelskou domácí atmosférou. K dispozici je 5 apartmá, 13 královských a 26 zámeckých pokojů, zařízených ve stejném stylu jako je interiér zámku Hluboká. Atmosféra pokojů je dotvářena replikami obrazů holandských mistrů. Ani jeden ze 44 pokojů není stejný. Sportovně založení hosté ocení wellness Štekl. Elegantní prostředí hotelové restaurace “Pánů z Růže” reprezentuje nabídka mezinárodní i české kuchyně a samozřejmě výběr českých i zahraničních vín. Nově otevřený anglický klub Vás pak jistě mile překvapí svou útulností a noblesou. Pro oslavy všeho druhu je k dispozici Regentský sál. Nově otevřená Orangerie s celkovou kapacitou od 50-ti do 150-ti míst, propojená s prostornou terasou hotelu je originálním místem pro pořádání svatebních hostin, rautů nebo banketů za příznivého počasí v hlavní sezóně [57].

5. Hotel Dvořák (Tábor)

OREA Hotel Dvořák vznikl v roce 2004 velmi zajímavou rekonstrukcí historické budovy táborského pivovaru, přímo sousedícího se zbytky hradu Kotnov ze 14.století. OREA Hotel Dvořák disponuje 72 pokoji s 139 lůžky a konferenčním sálem s celkovou kapacitou až 600 míst. Pro náročné hosty je připravena stylová restaurace "La Cave" se zážitkovou gastronomií, lobby bar, letní terasa a relaxační zázemí. V brasserii (snídárně) je podávána hotelovým hostům snídaně formou švédského stolu. Hotel nabízí

široký výběr pokrmů především francouzské kuchyně. Na své si přijdou i milovníci vína. Ve vinném sklepě jsou zásoby jak nejkvalitnějšího vína domácí moravské provenience - pro patrioty, tak i vína francouzská. Chef de Cuisine Restaurantu La Cave je pan Martin Svatek, držitel řady prestižních ocenění a člen Národního týmu asociace kuchařů a cukrářů České republiky [58].

6. Hotel Bellevue (ČK)

Hotel Bellevue (U Města Vídně) je památkově chráněný skvost středověké architektury. Nabídkou komfortních služeb patří hotel Bellevue ke špičkovým poskytovatelům hotelového servisu v regionu. Je oficiálně certifikován AHRČR jako****. Nabízí ubytování v 57 komfortních, zcela renovovaných pokojích, 5 prostorných junior suites, z nichž každý má svůj unikátní šarm, 1 bezbariérový pokoj a 3 velkoryse pojaté apartmány v rámci "Executive floor". Gourmet Restaurant “Zahrada Vídně” s vinným sklepem a zahradním restaurantem nabízí nápaditá jídla mezinárodní kuchyně s patrnými prvky francouzské gastronomie, doplněna o moderní odlehčenou českou gastronomii. Hotel organizuje řízené degustace vína v místním sklepě. Malebná a útulná restaurace v historickém hotelovém lobby s původní dochovanou klenbou je místem, kde je hostům servírována velkoryse koncipovaná buffetová snídaně [59].

7. Hotel Gomel

Šestnáctipatrová budova Hotelu Gomel nabízí překrásný pohled na celé město i okolí a rozsáhlou nabídku ubytovacích a kongresových služeb. Pro klienty je k dispozici celkem 204 komfortních pokojů (2 apartmá, 11 pokojů Superior). Součástí hotelu je příjemná restaurace Gomel s kapacitou 130 osob, vyhlášená svými gastronomickými specialitami. V nabídce je vedle ubytování i možnost výběru konferenčních prostor (až pro 1100 osob) ze široké nabídky, která je koncipovaná tak, aby uspokojila potřeby a požadavky co nejširšího spektra klientů [60].

8. Parkhotel Hluboká n./Vlt.

Parkhotel Hluboká nad Vltavou nabízí komfortní ubytování (62 pokojů, 150 lůžek), kompletní servis služeb stravovacích, konferenčních a komplementárních plně

odpovídajících kvalitou, rozsahem a standardem hotelu ****, „first class“ - oficiálně certifikován AHRČR. Pokoje jsou velmi atraktivního vzhledu inspirovaného tématem čtyř ročních období, která tak standardně definují každé patro. Parkhotel Hluboká nad Vltavou poskytuje individuální a skupinové stravování k jakékoli příležitosti. Restaurace Park láká svým atraktivním romantickým výhledem. Osloví hosty nabídkou pokrmů euroasijské a tradiční české kuchyně. Lovecká chata, která je součástí hotelu a skuteční labužníci sem přicházejí ochutnat vybrané pokrmy rybích a zvěřinových specialit tradiční české kuchyně s ojedinělým servisem a s front cooking [61].

9. Hotel Nautilus (Tábor)

Provoz Boutique Hotelu Nautilus (oficiálně certifikován AHRČR jako ****) zahájil britský manželský pár Angie a Neil Harbury roku 2006. Hotel sám o sobě je uměleckým dílem, nabízí ubytování ve 22 pokojích zahrnujících dvoulůžkové, de luxe, superior pokoje, 3 nádherná apartmá a také presidentské apartmá. Každý z pokojů je jedinečný a vyniká výrazným prvkem v podobě olejové a akrylátové kresby, kusem starožitného nábytku a fosilií, které mohou být až 380 milionů let staré, dovezené z Maroka nebo Itálie. Pokoje mají mnoho fascinujících rysů: mozaiky, leptané dveřní výplně, vitráže a dokonce malinké divadelní jeviště. Všechny pokoje jsou vybaveny anglickými postelemi Hypnos - ”Výrobce nejpohodlnějších postelí na světě”. Hypnos je oficiálním dodavatelem britské královské rodiny. Ve stylové hotelové restauraci - Goldie se podává vynikající jídlo a široký výběr nápojů. Vysoké stropy a velká okna vytvářejí elegantní a klidnou atmosféru. Bohatý dozlatova laděný interiér dotvářejí zdobená zrcadla, sochy a jiné umělecké předměty vytvořené místními umělci a známými českými mistry. Ze sklepení s dobovými kamennými pilíři a klenbami vede vstup do labyrintu chodeb pod Starým městem [62].

10. Sporthotel Zátoň

Rodinný hotel s klidnou atmosférou celoročně disponuje s 36-ti hotelovými pokoji s celkovou kapacitou 85 lůžek, od standardních dvoulůžkových až po čtyřhvězdičkové rodinné apartmány s balkony. Vše s plným komfortem sportovně-relaxačním zázemím. Ve Sporthotelu Zátoň se nachází sál pro kongresy a semináře. Vysoce profesionální

kolektiv se celoročně stará o výběr a kvalitu surovin a jejich zpracování. Restaurace s krbem a hotelovou jídelnou jsou nekuřáckými prostory s bezbariérovým přístupem. V nabídce je zastoupena tradiční česká kuchyně, lehčí pokrmy z drůbeže a ryb, i vegetariánské alternativy [63].

3.5.3 DOPLNĚNÍ VÝZKUMU O DŮLEŽITÉ ÚDAJE ČSÚ

Pro doplnění informací jsme využili některých údajů zveřejněných Českým statistickým úřadem. Podrobnější data jsou k dispozici v příloze 4. Dle ČSÚ se návštěvnost Jihočeského kraje se soustavně zvyšuje a mění se struktura návštěvníků podle zemí. Z předběžných informací ČSÚ vyplývá, že roce 2008 zaznamenal cestovní ruch pokles zájmu o ubytování v hromadných ubytovacích zařízeních, přesná data k roku 2008 jsou ve fázi zpracování. Níže uvedená data se vztahují k roku 2007.

Tabulka 1

Vybrané údaje ČSÚ o ubytovacích zařízeních, cenách, hostech a počtu přenocování

Údaje Českého Statistického úřadu za rok 2007 ve sledované oblasti Jihočeského kraje		
Sledované kritérium	**Hodnota**	**Hodnota nerezidenti**
Počet hromadných ubytovacích zařízení	1022 zařízení	
Průměrná cena ubytování	275 Kč / noc	
Počet ubytovaných hostů	978 717 osob	z toho 315 629 osob
Počet přenocování	3,2 nocí	2,5 nocí
Čisté využití pokojů u hotelů a pensionů	30,9%	

Zdroj: ČSÚ, Statistická ročenka Jihočeského kraje - 2008

Dle ČSÚ tvořily v roce 2007 z celkového počtu 978 717 ubytovaných hostů zahraniční hosté (nerezidenti) 32,2 %. Následující tabulka udává procento, jakým se podílejí nerezienti na celkovém počtu ubytovaných hostů a kolik v průměru tráví nocí [22].

Tabulka 2

Podíl zahraničních hostů na celkovém počtu ubytovaných, počet přenocování

Údaje Českého Statistického úřadu za rok 2007 ve sledované oblasti Jihočeského kraje		
Země	**Podíl zahraničních hostů na celkovém počtu ubytovaných**	**Počet přenocování**
Německo	26,4 %	3,1
Rakousko	9,3 %	1,8
Nizozemsko	9,3 %	5,5
Spojené státy americké	4,4 %	1,7
Francie	4 %	2,2
Slovensko	4 %	2,5
Itálie	3,4 %	1,6
Japonsko	2,7 %	2,7
Spojené království	2,5 %	1,8

Zdroj: ČSÚ, Statistická ročenka Jihočeského kraje - 2008

Z tabulky 2 vyplývá, že počet zahraničních hostů je poměrně vysoký. Nejčastěji se můžeme setkat s hosty z Německa, Rakouska a Nizozemska. Počtem strávených nocí se na vrchol žebříčku dostávají hosté z Nizozemska a Německa. Pro provozovatele ubytovacích a stravovacích služeb je tato informace nezbytná. Především je třeba se zaměřit na jazykové znalosti obsluhujícího personálu a také na znalost odlišných zvyklostí a nároků u jednotlivých národností.

Dle analýz obsažených v Manuálu rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji přijíždějí němečtí turisté do jižních Čech především individuálně a upřednostňují ubytování v hotelech a pensionech. Němci patří k náročnější klientele, ale nadprůměrně utrácejí. Jezdí za poznáním (UNESCO, hrady a zámky) nebo za odpočinkem (oblíbili si české lázně, rádi pobývají také v kempech). Mezi jejich další návštěvní cíle patří nákupy a gastroturistika. Kriticky hodnotí jazykové znalosti českého personálu a absenci informací v němčině [14].

Turisté z Holandska rádi cestují, je pro ně specifický silný příklon k individuální turistice, využívají kempů a veřejných tábořišť. Holanďané mají v oblibě dlouhodobou dovolenou „na čtyřech kolech“. Dalším trendem Holanďanů je dlouhodobý pronájem ubytovacích zařízení v prostředí Šumavy a Lipna. Velmi dají na doporučení známých, ale i domácích certifikačních organizací. Patří mezi spořivější hosty. Pro holandské turisty má velkou váhu také „české pivo“ [14].

Návštěvníci z Rakouska jsou spolu s Němci a Holanďany v současnosti nejpočetnější skupinou zahraničních turistů v jižních Čechách. Cílovým návštěvníkem z Rakouska je krátkodobý výletník z příhraničí, případně starší lidé vyjíždějící do lázní, za nákupy, aktivní sportovci (cyklisti) anebo rodiny s dětmi, u kterých vzrůstá obliba dovolené organizované přes cestovní kancelář. Rakouští sousedé mají pozitivní zájem o aktivity v jihočeském regionu a zážitkovou turistiku. Vyrážejí za krátkodobými akcemi typu pivní večer, oblíbená je i gastroturistika [14].

(PARMOVÁ, D., PARMOVÁ, D.,2003, s.32 – 33) „V různých stravovacích a ubytovacích podnicích je proto nutné přizpůsobit své služby zahraniční klientele, aby se host zde cítil tak dobře jako doma – ale často ještě lépe. Cesta k hostově duši je převážně přes komunikaci. Pro veškerý hotelový personál, který přichází s hosty do kontaktu, je velmi vhodné a skoro nezbytné, aby všichni tito zaměstnanci uměli říci alespoň pár slov na uvítanou hosta v jeho mateřštině. Velmi příjemně působí, když je host osloven ve své řeči. Toto platí nejen pro personál na recepci a v obsluze, ale i pro jiná povolání, které jsou s hosty v kontaktu. Nejdůležitější zásady vedoucí k úspěšnému zacházení s cizími jazyky a kulturami a jiným životním stylem:

1. Poznat kulturu našich hostů.
2. Ovládat alespoň minimální slovní zásobu jejich mateřštiny.
3. Přizpůsobit náš provoz životním zvyklostem hostů.
4. Nabízet to nejlepší z naší domácí kultury k duševnímu obohacení zahraničních hostů“ [10].

4 FIKTIVNÍ HOST - „MYSTERY GUEST“

Existuje několik příčin, díky kterým se v oblasti gastronomie a hotelnictví na jihu Čech objevují stále se opakující chyby. První z příčin je nedostatečný dohled a kontrola ze strany majitelů a provozovatelů podniků. V některých případech nevyhovují odborné znalosti provozovatelů služeb a jejich zaměstnanců. Bohužel služby nedosahují světové úrovně také proto, že to hosté nevyžadují a často ani nevědí, co by vyžadovat měli. Kontrolní systém funguje nejednotně a kontroly prováděné externími organizacemi nefungují zpravidla vůbec. Ve světě je běžné, že profesní oborové organizace zabezpečují anonymní kontroly formou “Mystery Guest”, kdy fiktivní host navštíví stravovací zařízení, kde prověřuje kvalitu poskytovaných služeb z pohledu hosta. Pro všechny provozovny jsou stanovena stejná kritéria hodnocení, aby bylo možné výsledky porovnávat. Po provedení kontroly zpracuje hodnotitel protokol určený k rukám vedení kontrolovaného podniku. Protokol obsahuje podrobnou zprávu o průběhu kontroly, ve které je kladen důraz na slabá místa, potenciál ke zlepšení a současně vyzdvihuje pozitivní aspekty a využití moderních trendů.

Za účelem získání primárních informací pro diplomovou práci jsme se rozhodli uskutečnit průzkum formou „Mystery Guest“, který přinese důležité informace týkající se kvality poskytovaných služeb v jižních Čechách. Před zahájením výzkumu byl sestaven formulář obsahující 42 hodnotících kritérií (viz příloha 3), ze kterých hodnotitel vychází. Každé kritérium je známkováno způsobem školního hodnocení (1 – 5) a je zde i prostor k zaznamenání poznámek hodnotitele. Formulář obsahuje identifikační údaje a hodnotící oddíl, který je rozdělen do 4 částí. První část zahrnuje první kontakt se zařízením – provedení rezervace, hodnocení prvního kontaktu zaměstnance s hostem. Druhá část pak hodnotí restauraci či hotel z hlediska image, vzhledu, vybavenosti, personálu a kvality nabídky. Třetí část formuláře obsahuje kritéria zaměřená na kvalitu poskytovaných služeb, chování personálu a průběh obsluhy od uvítání až po placení účtu. Čtvrtá část formuláře hodnotí ostatní vlivy, působící na hosta, celkový dojem z návštěvy zařízení, čistotu a hygienu. Je zde prostor pro zaznamenání zajímavých poznatků. Tento formulář neslouží k vyplnění přímo na místě.

Hodnocení bylo prováděno tajně z toho důvodu, aby se zaměstnanci chovali přirozeným způsobem, důležité poznatky byly zaznamenávány na poznámkový blok a následně přeneseny do vytvořeného formuláře.

Fiktivního hosta v našem případě představuje zpracovatelka diplomové práce (v několika případech s doprovodem další osoby). V době od ledna do března 2009 bylo navštíveno a hodnoceno celkem 16 gastronomických zařízení - restaurace, kavárny, bary, bowlingové centrum apod. Jelikož se jedná o důvěrné informace, neobsahují protokoly identifikaci podniku, aby nedošlo k poškození jména apod. Je nutno podotknout, že ačkoli jsou stanovena konkrétní kritéria pro hodnocení, může protokol obsahovat vyjádření ovlivněná subjektivním vnímáním hodnotitele. Na základě výsledků marketingového výzkumu (viz kapitola 3) bylo zjištěno jaké služby, v jaké kvalitě hosté vyhledávají a jaké konkrétní podniky mají v oblibě navštěvovat. Průzkum „Mystery Guest“ byl proto proveden s přihlédnutím na výsledky zmíněného výzkumu. Očekávání hostů v pěti-hvězdičkovém hotelu jsou jiná než u návštěvníků jihočeských gastronomických provozoven. Tento fakt byl při hodnocení taktéž zohledněn. Lze říci, že kritéria hodnocení nebyla stanovena tak přísně, jak tomu bývá u podniků vyšších kategorií, avšak existují základní pravidla a gastronomické zvyklosti, které je nutné bezpodmínečně dodržovat.

4.1 VÝSLEDKY A ZÁVĚRY Z PROVEDENÉ KONTROLY „MYSTERY GUEST“

1. část: Telefonická rezervace

V celkem 10 případech byla mísa předem telefonicky zarezervována. Hodnotili jsme správné provedení rezervace, představení se, první dojem, ochotu, zdvořilost, rychlost vyřízení rezervace a reakce personálu v případě obsazenosti. Celkový výsledek hodnotíme známkou 2. Setkali jsme se s poměrně pozitivním přístupem. Rezervace byly vyřízeny rychle a ochotně, bylo vyhověno i speciálním přání hosta (větší stůl u okna apod.). Stornování rezervace proběhlo se zdvořilým chováním.

Zjištěné nedostatky:

- Dlouhé vyzvánění telefonu, až na třetí pokud jsme se dovolali (sobota, 16:00).
- Obtížnost zjištění kontaktu, tel. čísla na internetu.
- Nepředstavení sebe a provozovny po zvednutí sluchátka.

2. část: Vzhled a image provozovny

U všech provozoven jsme se zaměřili také na vzhled a styl zařízení. Objektem pro hodnocení byly jak vnější tak vnitřní prostory, umístění a označení provozovny. Hodnocena byla i atmosféra, barevné ladění a osvětlení provozovny. Důležitou informaci podávaly i internetové stránky podniku, vizualizace nabídky, vzhled jídelních lístků, přehlednost a šířka nabídky, speciální nabídky a denní menu. V neposlední řadě jsme se zaměřili i na vzhled obsluhujícího personálu, počet zaměstnanců, jejich oblečení, upravenost a vybavení. Ze subjektivního pohledu bychom ohodnotili tato kritéria celkovou průměrnou známkou 3. Navštívili jsme dvě provozovny, kterým by se po stránce vzhledu jen těžko dalo něco vytknout. Tyto dva podniky mají svůj osobitý styl a dokáží oslovit hosta příjemnou atmosférou a zajímavou nabídkou. Na hosta velice příjemně působí i vzhled zaměstnanců, jejichž oblečení je stylově sladěno s interiérem provozovny. Bohužel jsme se setkali i s mnohými negativními aspekty. Následující seznam nedostatků zmiňuje ty, které se vyskytovaly nejčetněji.

Zjištěné nedostatky:

- Image provozovny se soustřeďuje pouze na vnitřní prostory (vnější a přilehlé prostory jsou nedostatečně atraktivně upraveny a označeny).
- Zařízení chybí „duše“, nápad, který výrazně odliší provozovnu od ostatních.
- Kontakt a nabídka na internetu většinou existuje, není však pravidelně aktualizována. Podniky, které mají ve své nabídce denní menu nabízejí jen zřídka toto menu pomocí internetových stránek.
- Nabídka v jídelním lístku je přesycena, často chybí jednotná koncepce a nápady.
- Nedostatečný počet obsluhujícího personálu na daný počet míst k sezení, personál je v určitých hodinách přetížený.

- Nevhodné oblečení a obuv u personálu (i s přihlédnutím k typu zařízení). Personál oblečen nejednotně, působí neupraveně a v některých případech nelze rozeznat personál od hostů.

3. část: Průběh obsluhy

Další důležitá kritéria hodnocení byla zaměřena na průběh obsluhy hosta od jeho příchodu a oslovení až po zaplacení a rozloučení se. Sledováno bylo uvítání a uvedení ke stolu, představení nabídky a doporučení pokrmů a nápojů. Soustředili jsme se na chování obsluhujícího personálu, schopnosti, profesionalitu (ochotu, vstřícnost, schopnost poradit, přesvědčit, odborné znalosti a dovednosti). Kde to bylo možné, pokusili jsme se zjistit, jaké jsou jazykové znalosti personálu a snažili jsme se zmapovat vzájemné vztahy na pracovišti mezi personálem na stejné úrovní i vztahy mezi nadřízenými a podřízenými pracovníky. Dále jsme hodnotili přípravu pokrmů (dobu, velikost, teplota, gramáž, chuť, vzhled a další vlastnosti). Porovnávali jsme jídla na obrázcích a ve skutečnosti a kvalitu použitých surovin. Zajímavé postřehy přineslo i sledování reakcí v případě určitých výhrad ze strany hosta (náprava, kompenzace, omluva…). U provedení vyúčtování byla sledována doba, forma vystaveného účtu, přehlednost a správnost účtovaných položek. V poslední fázi bylo hodnoceno rozloučení s hostem a poděkování za návštěvu. S politováním je nutno říci, že v této části kontroly bylo zjištěno nejvíce nedostatků, proto naše subjektivní hodnocení nejlépe vystihuje známka 3. Dva podniky, které jsou zmíněny již v předchozím odstavci uspěly i v této kategorii velmi dobře. S celkovým průběhem obsluhy a s objednanými pokrmy jsme byli velmi spokojeni. I obsluhující cizinci mluvili velmi dobře česky a strávený čas v těchto dvou podnicích byl příjemným gastronomickým zážitkem. V ostatních případech byla zjištěna mnohá závažná pochybení.

Zjištěné nedostatky:

- Zjištěny základní nedostatky při zdravení a oslovování hosta, chybí alespoň oční kontakt s hostem již při jeho příchodu. Obsluha začne s hostem komunikovat až poté, co se host sám usadí ke stolu.

- V mnoha případech chybí úsměv a příjemné vystupování personálu. Host má pocit, že je v podniku na obtíž.
- Nezdvořilost a špatné vyjadřování obsluhujícího personálu. Často zaznívají nevhodné fráze typu: „Tak co to bude?“ apod.
- Personál postává za barem a vzbuzuje pocit, že není co dělat.
- Obsluha přináší jídelní lístek dříve, než se host usadí ke stolu. Jídelní lístek podává hostům neotevřený, nedodržuje pořadí obsluhy (nejprve žena, pak muž).
- Zásadní chyby při dodržování základních gastronomických postupů a pravidel.
- Neodborný servis nápojů, zejména u servisu vína, při otevírání a prezentaci lahve u stolu hosta docházelo k chybování.
- Dlouhé čekání na možnost objednání nápojů.
- Zejména u piva bylo zjištěno nedodržování míry.
- Zbytečné využívání polotovarů a mražených surovin místo využití kvalitních a čerstvých surovin (především se jedná o ryby).
- Pokrmy v nabídce nejsou k dispozici, nebyla doporučena ani žádná jiná alternativa.
- Pokrmy na talíři nejsou nápaditě a moderně uspořádány, stejně tak i obloha a přílohy nelze v některých případech označit za „lahodící oku“.
- Personál nezná složení jídel. Není tak schopen doporučit hostům vhodný bezlepkový pokrm.
- Stále se v mnohých případech setkáváme se účtem psaným rukou, ze kterého není patrné, k jaké položce se jednotlivé ceny účtují.

4. část: Celkový dojem, čistota, hygiena

Hodnocen byl celkový dojem kvality a čistoty, dodržování hygienických pravidel, čistoty a bezpečnosti. Zaměřili jsme se i na detaily (ubrusy, prostírání, sklenky, příbory). Velkou důležitost hrála hygiena v přilehlých prostorách, chodbách, toaletách a na prostranství před provozovnou. Sledovaným objektem byl i obsluhující personál a dodržování hygienických zásad (kouření a jídlo za barem apod.). Hygienické podmínky se v posledních letech výrazně zlepšily, stále je však na jejich dodržování

nutno dohlížet. Z celkového pohledu bychom ohodnotili dodržování hygienických zásad známkou 2,5.

Zjištěné nedostatky:

- Nedostatečná hygiena na toaletách, zejména ve večerních podnicích typu bar, bowlingové centrum apod.
- Jídelní lístky jsou znečištěné (otisky prstů, prach)
- Personál kouří za barem.
- Personál konzumuje jídlo za barem.
- V jednom případě jsme dokonce zaznamenali konzumaci alkoholického nápoje zaměstnance nejmenované restaurace přímo před zraky hostů a jeho hlasité vybavování s přáteli.

Výsledky provedené kontroly odrážejí práci zaměstnanců v první linii, ale i přístup majitelů gastronomických zařízení. Kontrolou bylo zjištěno, že většině navštívených jihočeských provozoven nebyl poskytnut 100% odborný servis. Na několika místech byly odhaleny jen drobné nedostatky v obsluze, ale díky velmi příjemnému a přátelskému přístupu obsluhy neměly vliv na celkovou spokojenost hosta. U dvou navštívených zařízení jsme se setkali s velmi profesionálním přístupem obsluhy a celkový dojem byl téměř bezchybný. V jedné z provozoven jsme zjistili velmi závažná pochybení ze strany personálu, hraničící až s neetickým vystupováním vůči hostům. Většina zařízení zasluhovala ohodnocení průměrnou známkou (subjektivní hodnocení).

5 EXPERTNÍ POHLED NA MODERNÍ TRENDY V GASTRONOMII A HOTELNICTVÍ V JIŽNÍCH ČECHÁCH

5.1 SLABÉ STRÁNKY V GASTRONOMII A HOTELNICTVÍ NA JIHU ČECH

Jedním z cílů diplomové práce je nalezení překážek rozvoje a slabých stránek, které mají negativní vliv na rozvoj oborů hotelnictví a gastronomie. Informace k definování problémů jsme získali na základě expertních rozhovorů se specialisty v oboru.

5.1.1 Kvalita a úroveň gastronomie v Jihočeském kraji

Kvalita gastronomie je podle názoru odborníků celkově na poměrně nízké úrovni. Výjimku tvoří ojedinělé podniky, většinou provozované delší dobu. Kvalita je vždy závislá na poptávce. Z toho lze soudit, že valná většina hostů se spokojí s dostatečně velkou porcí a notoricky se opakující nabídkou a je ochotna akceptovat nekvalitní i neodbornou obsluhu. V porovnání s Prahou a lázeňskými městy je jihočeský region, podobně jako mnohé další regiony, o stupeň či dva níže. V tom ale hraje důležitou roli i výše cen. Nejzávažnější problémem v kvalitě gastronomie jsou ne příliš kvalitní suroviny na výrobu a jejich zpracování, a dále pak neodborná obsluha hostů.

V nabídce chybí především originalita a kreativita, odvaha mít vlastní tvář. Nejcennějším vlastnictvím každého podniku je především atraktivní námět na styl restaurace, který se výrazně liší nejen svým zevnějškem a nabídkou, ale i použitými surovinami a technologiemi přípravy pokrmů, a tím láká stále nové hosty. Jihočeský kraj má velký potenciál, co se týče tradic, zvyků, tradičních pokrmů a surovin. Základem jsou kvalitní zdroje surovin pocházející ze slavných jihočeských rybníků, hor, pastvin a lesů, pramenů podzemní pitné vody, kterou dokáží ocenit nejen výrobci piva. Návrat k tradiční gastronomii, ruční práce, osvědčené receptury našich předků s prvky zdravé výživy a dodržení norem EU se začínají projevovat jako moderní trend. Čím dál více lidí chce znát původ a složení potravin na talíři. Problém však přináší také nákupní politika. Ceny místních dodavatelů nutí provozovatele nakupovat jinde.

Tuto myšlenku podpořila Jihočeská agrární komora, která vyhlásila soutěž „Chutná hezky. Jihočesky“ na podporou regionálních výrobců potravin, kterým uděluje novou regionální známku kvality. Šanci na získání této značky mají výrobci, jejichž produkce je založena na unikátních a neošizených recepturách, převážně z místních surovin. Zásadní podmínkou účasti je stoprocentní podíl jihočeské přidané hodnoty. To znamená, že se tyto produkty zcela vyrábějí na území zdejšího regionu. Soutěžit mohou pouze výrobky dodávané v roce 2009 do obchodní sítě, určené k přímé spotřebě.

Gastronomickým zařízením rozumíme i tzv. provozovny účelového stravování. Účelové stravování se v posledních letech značně zkvalitnilo, avšak nemocniční stavování dle názoru odborníků značně zaostává. Nemocniční strava nemá za úkol nahradit jídlo v restauraci, jelikož diety musí splňovat speciální nutriční normy. Avšak díky nedostatečnému vybavení nemocničních kuchyní vznikají problémy jako špatná teplota, nedochucené pokrmy a používání náhražkových přípravků. Pacienti si stěžují na malé porce a vysoké poplatky za pojištění a zdravotní péči. Ani školní stravování obecně nelze nazvat moderním. Školním jídelnám prospělo zavádění HACCP, na jehož základě bylo nutno investovat do rekonstrukcí a modernizací školních kuchyní [20].

Každý region si vytváří vlastní image a tím působí na jednotlivce jako celek. Proto je v rámci regionu důležitá koordinace služeb CR a spolupráce mezi jednotlivými subjekty. Zdravá konkurence je vítána a navíc se lze od konkurence mnohému přiučit. V jižních Čechách se poměrně intenzivně projevuje soupeření podnikatelů o turisty místo vzájemného předávání turistů mezi sebou. Problémem jsou podnikatelé zaměřující se na rychlé zbohatnutí místo na dlouhodobé udržení zákazníka. V některých případech je možné si všimnout, že vlastník zařízení nerozumí dostatečně oboru hotelnictví či gastronomie a podniká tak velmi amatérským způsobem. S tím jsou pak spojeny veškeré problémy, počínaje výběrem personálu a jeho motivací, sestavení nabídky a celková péče o hosta.

V jihočeských restauracích a hostincích stále narážíme na nesmyslně sestavenou nabídku. Široká nabídka jídel připravených z polotovarů, porce, které neodpovídají

normám a nabídce v jídelním lístku nebo naopak nerozumně velké přílohy. Rozsáhlá nabídka pokrmů na stálých lístcích není výhodou, ale naopak problémem zasahujícím kvalitu. Další problém, na který jsme byli odborníky upozorněni, spočívá v dostupnosti kvalitních potravin a biopotravin, ve vysokých cenách surovin a nestálé nabídce zemědělců, kteří nedokáží zásobovat s železnou pravidelností. Nejzávažnějším problémem v Jihočeském kraji, se kterým se naštěstí setkáváme již jen velmi zřídka je okrádání hostů v restauracích, nedodržování cen dle nabídky, účty nečitelně psané rukou, nemožnost zaplacení platební kartou, dvojí ceny a neochota. Bohužel, dle našeho názoru, není zajištěn dostatečný dozor ze strany státu a je umožněno obcházení zákona ze strany firem. Vážným a aktuálním tématem k zamyšlení je téma etika podnikání v CR. Tato problematika byla diskutována na jednaní Světové organizace cestovního ruchu WTO, kde byl odsouhlasen Světový etický kodex cestovního ruchu, ke kterému se hlásí i AHR ČR.

5.1.2 PROBLEMATIKA LIDSKÝCH ZDROJŮ

Důležitou úlohu v oblasti hotelnictví a gastronomie hraje personální politika. Lidský faktor představuje základní kámen k naplnění spokojenosti klientů a tím přispívá i ke splnění cílů hotelu. Hotelový personál vystupuje před hostem jako tým a jen dobrá týmová práce vede k poskytnutí celkové kvalitní služby hostům. Proto je třeba zajistit úzkou součinnost všech úseků v hotelu. V týmu má každý jeho člen své nezastupitelné místo. Krom výkonných pracovníků je třeba si vážit výrazných osobností, individualit, které jsou nositeli nových myšlenek, inovativních řešení a postupů [11].

I přes současnou vysokou míru nezaměstnanosti v Jihočeském kraji není na trhu práce v současné době konkurence. Poměrně málo absolventů zůstává v oboru a odchází do Prahy či do zahraničí, nebo se věnuje zcela jiným činnostem. Řádně přihlášená a placená pracovní síla je pro podnikatele relativně drahá, a proto dochází k užívání systému pololegálního zaměstnávání, odměn v úrovni šedé ekonomiky a podobně.

Provozovatel, kterému záleží na kvalitním personálu, nevybírá zaměstnance až v případě akutní potřeby, ale měl by se snažit mapovat trh pracovní síly neustále. Měl

by využívat kontaktů na školách, mezi dodavateli, příbuznými, známými, i mezi stávajícími zaměstnanci. Výběr zaměstnanců v gastronomii je poměrně složitá záležitost. V rámci pohovoru se by se měla uskutečnit i praktická zkouška v reálném prostředí, kde zaměstnavatel zjistí, jak přirozeně se kandidát chová a jak vystupuje ve stresových situacích. Po přijetí nového zaměstnance hraje důležitou roli motivace. Motivační programy by měly být rozdílné dle potřeb a požadavků jednotlivých úseků. Krom finančních motivačních prostředků jsou velice efektivní i nástroje typu: vyhlášení nejlepšího zaměstnance, sportovní akce, pochvala, příspěvky na jazykové kursy, permanentky, team-building nebo narozeninové programy. V gastronomii a hotelnictví se osvědčilo, když jsou mzdy a ostatní výhody srozumitelné a pravidla pro jejich získáváni jasná. Součástí motivace je i hodnocení zaměstnanců, komunikace a spravedlivé zacházení.

Vztah mezi zaměstnavatelem a zaměstnancem by měl být založen na vzájemné úctě. Platí pravidlo, že udržení stávajícího kvalitního zaměstnance je méně nákladné, než nábor a školení nových pracovníků. S růstem úrovně vybavenosti hotelových, restauračních a dalších zařízení se zvyšují nároky na kvalitu odváděné práce. Výcvik personálu posiluje důvěru. Každý zaměstnanec musí být důkladně seznámen s náplní své práce. Je důležité nastavit systém kompetencí, komunikace, předávání si informací a definovat vzorové situace. Jednou z důležitých součástí každé efektivní komunikace je zpětná vazba. Obsluha musí být seznámena s denní nabídkou prostřednictvím informačních schůzek na začátku směny, aby zaměstnanci byli schopni efektivně nabízet a doporučovat nápoje, dezerty a speciality. Každá směna by měla mít stanovené určité cíle. Provozovna musí být vybavena takovým počtem zaměstnanců, aby byl dostatek času na komunikaci s hostem.

Profesní i osobní rozvoj zaměstnanců je velice důležitý. Školení může přispět ke zvýšení znalostí a praktických dovedností, avšak pokud v sobě člověk nemá zakořeněné základní hodnoty, nemůže ani školení přinést požadovaný efekt. Úkolem vedoucího pracovníka je u každého zaměstnance individuálně nastavit plán všech tréninků, školení, seminářů či workshopů. Základním posláním tréninku je neustále zvyšovat

profesionalitu zaměstnanců. Důraz je kladen na organizační dovednosti a na schopnost pečovat o hosty, zvyšují se nároky na znalost cizích jazyků a schopnost bezvadné komunikace s hosty. Personální oddělení vede záznamy o zaměstnancích a o jejich školeních, pravidelně provádí pohovory se zaměstnanci, které pak vyhodnocuje. Velmi přínosné jsou pohovory se zaměstnanci, kteří ukončují pracovní poměr. Důležitá je neustálá kontrola ze strany zaměstnavatele. Jestliže připustí průměrnou a špatnou práci, výkonní zaměstnanci budou odcházet a zůstanou jen ti horší.

Další problém se projevuje v nedostatečné znalosti cizích jazyků a spočívá hned v několika příčinách. V první řadě jde vždy o samotné zaměstnance, kteří necítí potřebu se jazykově vzdělávat. Často chybí dostatečný důraz na znalosti jazyků ze strany vzdělávacích institucí, které vychovávají nové zaměstnance. Mnohdy se také zaměstnavatelé nedostatečně věnují výběru pracovníků. Při přijímacích pohovorech není uchazeč testován a následně ani motivován zaměstnavatelem například formou příspěvků na jazykové kurzy. Pro komunikaci s hostem je v první řadě nezbytná znalost cizích jazyků a nabídky podniku. Dále je důležité mít povědomí o možnostech a atraktivitách regionu, aby mohly být hostům poskytovány informace o místních zvyklostech a tradicích, specialitách místní kuchyně či kulturních památkách a přírodních zvláštnostech jižních Čech.

5.1.3 VZDĚLÁVÁNÍ V OBORU

Dle názoru odborníků je úroveň odborného školství celkově špatná. Spolupráce škol a podnikatelů či provozovatelů je často pouze formální a účelová, méně už partnerská a pro žáky motivační. Neustále se vedou debaty o tom, co vyučovat. Otázkou zůstává, zda vyhovují současné učebnice a jak kvalitní výuku poskytují odborní učitelé. Ti by se sami měli neustále vzdělávat a účastnit školení. Profesní kompetentnost učitelů je pro úspěšnost školy tím nejdůležitějším kapitálem. Další otázkou je, kdo jsou studenti hotelových škol a škol cestovního ruchu. Z jakého důvodu se na tento typ školy hlásí, a zda mají zájem se učit. Škol vzniká stále více a opravdových zájemců o obor ubývá. V Jihočeském kraji existuje široká nabídka vzdělávacích institucí a oborů zaměřených na služby v CR (viz příloha 5).

Pro každý obor vzdělání jsou vytvářeny rámcové vzdělávací programy, které vymezují státem garantovaný povinný základ vzdělávání. Na ně navazují školami zpracované vzdělávací programy, které zohlední požadavky místní a regionální povahy, vzdělávací potřeby žáků a kvalifikační potřeby zaměstnavatelů. V oborové skupině Gastronomie, hotelnictví turismus vznikly tyto profesní profily: 6542M Hotelnictví, 6541L Gastronomie, 6551H Kuchař- číšník, 6542M, L Cestovní ruch [9].

Spolupráce majitelů provozoven se školami je nezbytná, jelikož pomáhá systematicky „vychovávat“ nové a kvalitní zaměstnance. Škola dává žákům především teoretický základ a je na každém jednotlivci, jak toho využije. Důležitý je kvalitní výběr zařízení pro praxi a co nejužší spolupráce s ním, aby to, co se žáci naučí, mohli využít v praxi a mohli se tak neustále zdokonalovat. Kvalitní vzdělávací zařízení dokáže své studenty motivovat, zajišťuje účast na soutěžích, organizuje rozšiřující kurzy a semináře, praxi a stáže studentům v zahraničí a spolupracuje se zahraničními partnerskými školami. Velký přínos pro absolventy i vzdělávací zařízení představuje udržování zpětné vazby na studenty.

5.1.4 KOUŘENÍ VE STRAVOVACÍCH ZAŘÍZENÍCH

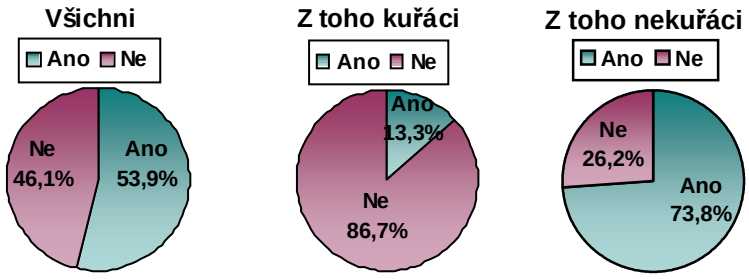
Další kontroverzní otázkou je úplný zákaz kouření ve stravovacích zařízeních. Majitelé luxusních restaurací zastávají názor, že úplný zákaz kouření žádným způsobem neovlivní objem jejich tržeb. Proti argumentují majitelé podniků, kteří tvrdí, že by úplný zákaz kouření vedl k zániku mnoha zařízení, především menších venkovských hostinců a podniků nižší kategorie. Dle současného zákona č. 379/2005 Sb. je zakázáno kouření v zařízeních společného stravování provozovaných na základě hostinské činnosti, pokud tato zařízení nemají zvláštní prostory vyhrazené pro kuřáky označené viditelným nápisem a zajištěné dostatečné větrání. Úplný zákaz kouření v restauracích má mnoho zastánců i odpůrců. Kouření bezesporu škodí zdraví a je patologickou záležitostí. Zastánci nekuřáckých restaurací kladou důraz na zdraví hostů i zaměstnanců. Často se v této souvislosti mluví o svobodě. Svoboda jednoho končí tam, kde začíná svoboda druhého. Silným argumentem pro zákaz kouření v restauracích je celkové potlačování tohoto zlozvyku ve společnosti. Tato problematika se dnes řeší na celoevropské úrovni.

Dne 30. ledna 2007 byla Evropskou komisí přijata tzv. „Zelená kniha, která řeší otázku evropské iniciativy pro nekuřácké prostředí. Současný evropský trend se ubírá dvěma směry, kompromisním a nekompromisním. Nekompromisní, úplný zákaz kouření, byl vydán např. v Norsku, Litvě, na Islandu a ve Velké Británii. Poslední členskou zemí, která nechává kouření naprosto volný prostor zůstává už jen Portugalsko [21].

Graf 6

Jste pro zákaz kouření v restauracích a hospodách?

Průzkumu mezi českými občany agentury Median

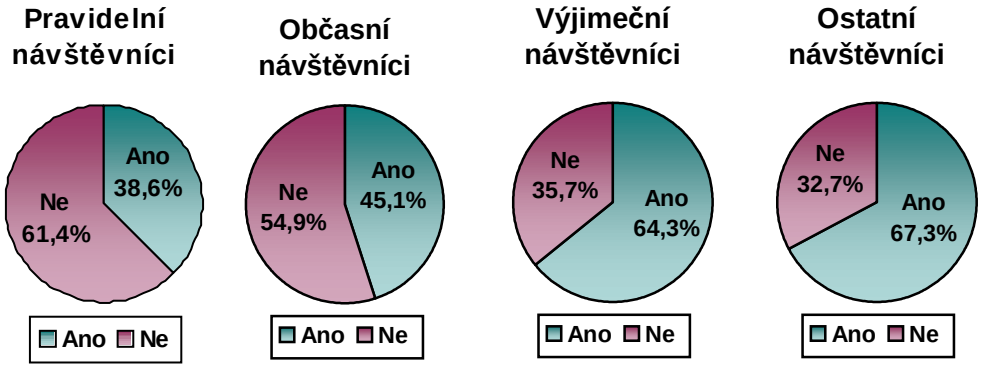


Zdroj: MF Dnes

Graf 7

Jste pro zákaz kouření v restauracích a hospodách?

Průzkum mezi návštěvníky v restauracích



Zdroj: MF Dnes

5.1.5 EKONOMICKÉ PROBLÉMY

Jedním z nejdiskutovanějších problémů současné doby je téma „ekonomická krize“, která se bohužel projevuje i v oblasti hotelnictví a gastronomie. Dle Pavla Hlinky z AHR ČR lze v současné době pozorovat pokles návštěvnosti restaurací. Pokles se projevuje především v luxusních a dražších restauracích, ale problémy mají i provozovatelé běžných restaurací. Už loni ubylo v restauracích kolem sedmi až deseti procent hostů. Letošní rok nasvědčuje tomu, že propad bude ještě horší. Nižší návštěvnost způsobuje i to, že místní firmy omezují své akce, ruší večírky a pracovní obědy a setkání. Majitelé restaurací se snaží nalákat zákazníky hlavně na cenu, sázejí na levnější suroviny a zlevňují polední menu. Podniky propouštějí své zaměstnance nebo redukují jejich platy [23].

5.2 ZÁVĚRY A DOPORUČENÍ

Na základě provedeného průzkumu veřejnosti a současně na základě vlastního šetření formou „Mystery Guest“ a získanými informacemi z řad specialistů v oboru byl zjištěn poměrně velký potenciál ke zlepšení v oblasti gastronomie a hotelnictví na jihu Čech.

Hotelnictví se v jižních Čechách vyvíjí v rámci daných možností velmi dobrým směrem. Vznikají stále nová ubytovací zařízení od malých stylových penzionů až po luxusní hotely. Moderní trendy v hotelnictví se projevují velmi výrazně, především v oblasti wellness hotelů a zeleného hoteliérství. Problematičtější oblastí je v jižních Čechách obor gastronomie. Moderní trendy se zde projevují velmi pozvolna. Možnosti, které nabízí dnešní surovinová základna a umění některých šéfkuchařů, přináší i gastronomii na jihu Čech úspěchy. Potenciál ke zlepšení je však stále značný.

- Zjistili jsme, že jak v oboru hotelnictví tak v oboru gastronomie je třeba zaměřit se na vzdělávání a motivaci studentů, protože vzdělávání je nedílnou součástí procesu vývoje služeb v cestovním ruchu. Především na středních školách je nutné podpořit propojení praktické a teoretické části výuky. Studenti by měli mít

přesně stanovené cíle, kterých musí při prováděné praxi dosáhnout. Místo pro provádění externí praxe studenta by mělo být dostatečně prověřené (nebo přímo doporučené) školou. Poskytovatelé externí (mimoškolní) praxe by měli být informováni, jaké zkušenosti si má student z praxe odnést. V žádném případě by neměl být student využit jako levná pracovní síla. Dle našeho názoru by mohla efektivně přispět namátková kontrola v místě provádění praxe některým z učitelů nebo přímo ředitelem školy. Důležitým faktorem jsou také kvalitní pedagogové, kteří mají možnost se neustále vzdělávat, účastnit se školení a konferencí.

- Z výsledků vlastního výzkumu a dále ze sekundárních zdrojů jsme zjistili nedostatečnost jazykové vybavenosti personálu. Tato otázka primárně souvisí se systémem vzdělávání, vlastní motivací zaměstnanců a přístupem zaměstnavatelů. Jde o závažný problém, který je nutno systematicky řešit. Často není v silách zaměstnavatelů zaplatit svým zaměstnancům nákladné jazykové kurzy. Navrhovaným řešením je organizace cenově zvýhodněných jazykových kurzů, organizovaných např. Jihočeskou centrálou cestovního ruchu, za účelem zlepšení image regionu, která je touto jazykovou nevybaveností poškozována. Z vlastních zkušeností víme, že v zahraničí jsou takové kurzy běžné. Jsou organizovány bezplatně neziskovými nebo církevními organizacemi pro různé segmenty (cizince, děti…). Tyto kurzy jsou financovány prostřednictvím grantů a dotací. Otevřenou otázkou však stále zůstává motivace zaměstnanců k vlastnímu vzdělávání.

- Stále se zvyšující nároky na kvalitu služeb v cestovním ruchu velmi úzce souvisí s kvalitou personálu. Kvalifikovaná pracovní síla je v oblasti hotelnictví a gastronomie nepostradatelná. Kromě odborných znalostí a praktických dovedností se projevuje jako problém ochota a vstřícnost personálu a přátelské chování k hostům. V provedeném průzkumu byl tento negativní aspekt velmi často zmiňován. Tento problém vzniká již při výběru pracovníka a dále v jeho nedostatečné motivaci a kontrole. Jen v málo případech jsme zaznamenali

přítomnost majitele nebo provozovatele zařízení přímo v provozovně. Přitom jeho přítomnost a důslednost nutí personál k vyšší snaze a k dosažení lepších výsledků. Podmiňující je také profesionalita a zkušenosti provozovatele. S amatérismem v podnikání v CR je bohužel možné se setkat i v jižních Čechách.

- Další oblast v oboru hotelnictví, ve které je dle našeho názoru co zlepšovat, je certifikace a oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení. Oficiální systém jednotné klasifikace funguje velmi dobře, avšak v jižních Čechách existuje stále málo ubytovacích zařízení, která jsou tímto systémem klasifikována. Mnohá zařízení si určují počet hvězdiček dle vlastních pravidel. Jak jsme se sami u některých necertifikovaných zařízení přesvědčili, počet jejich hvězdiček zdaleka neodpovídá běžným standardům, a turisté tak při výběru ubytovacích zařízení nedokáží porovnat kvalitu služeb. Dle našeho názoru by měla existovat větší motivace a více výhod k oficiální klasifikaci pro majitele ubytovacích zařízení. Stávající certifikovaná zařízení by měla získávat větší podporu ze strany kraje, měst a infocenter. Měla by být na internetových stránkách lépe vizualizována a mnohem více propagována.

- Restauracím a jejich nabídkám často chybí nápad, který by je odlišil od ostatních provozoven. Koncept gastronomických zařízení by měl být postaven na schopnosti zaujmout zákazníka v první řadě atraktivním vzhledem provozovny, sofistikovanou nabídkou a v druhé řadě kvalitou služeb. Zážitková gastronomie je jedním ze současných moderních trendů v gastronomii. Rozhodnutí o stylu, vzhledu a nabídce provozoven leží zcela v rukou majitelů a jejich umění jak si poradí s konkurencí. Námi navrhované řešení spočívá pravidelném uspořádávání soutěže na téma např. „O nejnápaditější řešení provozovny v oblasti gastronomie a hotelnictví“. Výherci soutěže by bylo nabídnuto poskytnutí bezplatné reklamy na stánkách kraje či města, na různých informačních portálech, případně jiných výhod. Soutěž by mohl mít ve své kompetenci kraj, případně Jihočeská centrála cestovního ruchu.

- Za účelem podpory moderních trendů a místní regionální kuchyně bychom rádi upozornili na to, že především v luxusnějších a cenově vyšších kategoriích restaurací je v současné době hosty vyžadována vysoká kvalita nabízených pokrmů. Zásadním znakem je čerstvost a známý zdroj potravin. Šéfkuchaři by se měli velmi důsledně zaměřit na výběr surovin. Hosté vyhledávají potraviny pocházející z ekofarem doplněné „příběhem“ o jejich původu či vlastní a domácí produkty.

- Okrajově bychom také rádi zmínili problematiku hygieny a bezpečnosti provozoven, okrádání a šizení hostů. S problémy v této oblasti se sice setkáváme čím dál méně často, ale dle našeho názoru by zde měl intenzivněji fungovat systém nepravidelných neohlášených namátkových kontrol ze strany České obchodní inspekce a pochybení by měla být mnohem tvrdším přístupem postihována. Navrhujeme vznik nové organizace, která by iniciovala namátkové kontroly formou fiktivního hosta, jak je popsáno v kapitole 4. Problematickou oblastí je kromě financování takovéto organizace také její kompetence a pravomoc zveřejňovat zjištěné údaje, které by mohly vést k poškození dobrého jména podniků.

- Zlepšit by se měla i spolupráce soukromého a veřejného sektoru a dále spolupráce mezi jednotlivými provozovateli služeb na místo jejich soupeření. Problémem jsou podnikatelé zaměřující se na rychlé zbohatnutí místo na dlouhodobé udržení zákazníka.

6 MODERNÍ TRENDY V GASTRONOMII A HOTELNICTVÍ NA JIHU ČECH, V ČESKÉ REPUBLICE A KOMPARACE S EVROPSKÝMI TRENDY

Moderní trendy se neustále vyvíjejí a projevují se s různou intenzitou, stejně jako se vyvíjí celá společnost. Proto je nutné tento vývoj neustále následovat. Existují trendy globální, které ovlivňují hotelnictví a gastronomii například v celé Evropě. Také se vyskytují trendy národní, regionální a místní. Pohled na moderní trendy může být velmi subjektivní. Co je pro určitou skupinu obyvatelstva moderním trendem nemusí být trendem pro jinou skupinu obyvatel. Dle pana Petra Stupky, gastronomického specialisty a odborného poradce, se moderní trendy v gastronomii na jihu Čech projevují jen velmi slabě, gastronomie zde je velmi nepružná. Zatímco v hotelnictví jsou trendy výrazně znát a reagují podstatně pružněji na požadavky trhu.

6.1 MODERNÍ TRENDY V ÚPRAVĚ POKRMŮ, VYBAVENÍ A TECHNOLOGIÍCH

Moderní úprava pokrmů se v současné době zaměřuje především na kvalitu zpracovávaných surovin, obsahujících zdraví prospěšné složky pro udržení dobré kondice – tzv. „Functional Food“. Vývojový trend spočívá v rychlé jednoduché, šetrné a velmi kreativní úpravě pokrmů. Redukuje se používání aditiv a naopak je kladen důraz na racionálnost, využití biopotravin – „Bio Food“, čerstvých ingrediencí a bezpečnost pokrmů. V posledních letech se v našem kraji objevuje více a více kuchyní, kde kuchaři pracují dle posledních trendů zdravé výživy, a výsledek, který host dostává na talíř, je opravdu chutný a lahodící oku. Tento trend se výrazně projevuje i v mnoha provozovnách na jihu Čech. Šéfkuchaři si pro přípravu pokrmů vybírají suroviny z místních farem, často v Bio kvalitě. Moderní experimentování v podobě molekulární gastronomie a mixologie přináší speciální kombinace chutí, vůní a vzhledu pokrmů či nápojů. Všeobecný trend směřuje k maximálnímu snižování množství klasické kuchyňské soli při přípravě pokrmů, které je nahrazeno používáním

ochucených krystalů soli z exotických destinací, jako je např. peruánská růžová sůl, načervenalá sůl z Havaje, sůl z černé lávy z Kypru apod.

K úpravě pokrmů se využívá nejnovějších poznatků a technologií. Nejzákladnějším znakem v moderní gastronomii je zachování chutě suroviny a všech cenných látek v ní obsažených. Úprava surovin by měla odpovídat zásadám zdravé výživy a technologické postupy nejnáročnějším hygienickým normám. Současný trend je vaření ve vakuu a v páře. Využití moderních úsporných technologií, efektivní a kratší doba přípravy přináší minimalizaci nákladů. Kromě úspor času a energie dochází i ke snížení ztrátovosti masa při pečení a tím zvýšení výtěžnosti a následného zisku. V žádné kuchyni tedy nesmí kromě standardního vybavení chybět konvektomaty s regenerátory, šokery a vakuovací stroje, přístroje na měření kvality fritovacích olejů apod. Základem je jednoduchá obsluha a ovládání – komunikující displeje, samočisticí systémy, hygiena. Projevuje se ústup od multifunkčních zařízení.

Flambování, filetování a další podobné způsoby dohotovování pokrmů se v moderní gastronomii přenáší přímo před zraky hosta. Tento způsob zážitkové gastronomie, který nabízí pohled do nitra gastronomického provozu se nazývá „Front Cooking“. V současné době se gastronomie snaží maximálně ovlivňovat všechny smysly hosta a dopřát mu zážitek například formou kuchařské show nebo jinou zábavou formou. v podobě „Fancy Food“, „Fun Food“, Puzzle Food, či Finger Food, kde je kromě kreativní činnost kuchaře prvořadá kvalita surovin, převažující nad kvantitou. Pryč jsou doby přeplněných talířů. Nyní je trendem velmi decentně ozdobený talíř, kde je jasné, co vlastně na talíři podáváme. Moderní trendy v gastronomii se nevyhýbají ani designu, porcelán a sklo netradičních tvarů. Je obvyklé, že se každý pokrm servíruje odděleně, zvlášť na talíř se podává příloha, zvlášť maso, zelenina, omáčky atd. Vzniká tak prostor pro několik kusů nádobí a zákazník si může pohodlně od každého pokrmu naservírovat dle vlastní chuti.

Moderní trendy lze pozorovat i v oblasti systémové gastronomie - ve školních jídelnách, kantýnách, nemocnicích apod. Důraz je krom vyváženého nutričního složení

a estetického vzhledu pokrmů i provozoven kladen také na rychlost výdeje pokrmů a přísné dodržování hygienických norem. Součástí celkové inovace je zavádění objednávkových systémů, které umožňují výběr a objednávku jídla přes internet. Dále poskytuje například informace o nutričních hodnotách pokrmů.

Další obsáhlou kapitolu mezi moderními způsoby stravování tvoří „Fast Food“. V moderním pojetí se však již nejedná o smažené hamburgery a mastné hranolky, označované jako „Junk Food“, nýbrž o rychlá, levná, sytá a kvalitní jídla. Nové koncepce „Fast Food“ nabízejí například hamburgery z bio-krav a celozrnného pečiva, lehká jídla, polévky a saláty do misky, zdravé snídaně „do ruky“ a moderní příjemné prostředí. V dnešní uspěchané době je kladen důraz na rychlost výběru, jednoduchost a srozumitelnost nabídky, označování nutriční hodnoty, dodržování přísných hygienických pravidel a certifikace. Oblíbenost restaurací typu Fast Food v Čechách stále stoupá, především u mládeže a u osob v produktivním věku. Stejně je tomu v celé Evropě. Cena však nebývá příliš nízká. Reakcí na rychle se šířící restaurace typu „Fast Food“ je „Slow Food“. Jde o hnutí, které si klade za úkol zvyšovat vážnost kultury stravování a podporovat typické regionální produkty.

Současní hosté mají široké spektrum potřeb. V dnešní uspěchané době mají v průběhu dne potřebu se zdravě, pohodlně, rychle, dostupně najíst a k tomu jsou nejvhodnější právě nové koncepce „Fast Food“. Avšak po skončení pracovní doby se hostovy potřeby mění a schylují se k tradičnímu způsobu stravování. Zákazník přicházející do restaurace na večeři vyžaduje na jedné straně klid, uvolnění, pohodu, příjemné prostředí, ale zároveň chce něco navíc, novou zkušenost – příjemný zážitek [27].

Dalším trendem je zážitková a tématická gastronomie. Tématické gastroakce jsou společenské akce zaměřené na konzumaci pokrmů připravených na různá témata se snahou obohatit nabídku podniku. Tato témata mají zpravidla sezónní charakter. Mohou to být například vinobraní, ale i rybí hody, týdny italské kuchyně a jiné. V jižních Čechách jsou zejména na podzim oblíbené vepřové a zvěřinové hody. Velmi zajímavou akcí pořádanou v českobudějovickém Grand Hotelu Zvon byla příprava Národního

týmu Asociace kuchařů a cukrářů ČR na kuchařskou olympiádu IKA 2008. Jedná se o největší a nejvýznamnější kuchařskou akci na světě, která se koná jednou za čtyři roky a jejím cílem je poznávání nových trendů a tendencí v gastronomii. Tým nejlepších českých odborníků ve svém oboru v rámci „tréninku“ na tuto událost zavítal i do jižních Čech, kde v Grand Hotelu Zvon pohostil hosty stejným menu, se kterým poté excelovali na soutěži IKA 2008 v Erfurtu, kde získali hned několik ocenění (stříbro - teplá kuchyně, 2x bronz - studená kuchyně, 1x stříbro cukrařina). Národní menu tvořil vepřový bůček vařený ve vákuu, bramborové knedlíky s uzeným masem na cibulovém konfitu, pečená vepřová panenka s houbovou fáší v uzené strouhance a hříbkovou pěnou, bramborové pureé s krupkami, červenou řepou a tuřínem. Jako dezert se podávala čokoládová trubička s pěnou ze zeleného čaje, makovo-švestkovým koláčkem, hruškové ragú s karamelovou omáčkou a švestkovým sorbetem ovoněný badyánem. Podobné akce vítá Grand Hotel Zvon velmi často. Populární je i tématické vaření s panem Petrem Stupkou a šéfkuchařem Zvonu – Janem Rimplerem. Velmi originální pojetí zážitkové gastronomie v jižních Čechách nabízí středověká krčma v Písku, která přináší šokující středověké prostředí a atraktivní středověkou podívanou.

6.2 MODERNÍ TRENDY V NABÍDCE A V JÍDELNÍM LÍSTKU

Obsahová stránka jídelního a nápojového lístku by neměla být podceňována. Za sestavení jídelního lístku zodpovídá šéfkuchař, společně se sommeliérem a F&B managerem. Escoffier, který napsal knihu o umění sestavovat menu, řekl, že stavba menu je jednou z nejtěžších součástí práce majitele restaurace, poněvadž musí najít rovnováhu mezi tím, co je navrhováno a dostupnými produkty [6].

Důležité je neustále sledovat a analyzovat oblíbenost pokrmů a nabídku. Obsah nabídky musí být v souladu s typem zařízení, schopnostmi a možnostmi výroby i obsluhy, vybaveností inventářem. Jídelní lístek může obsahovat denní nabídku, upozornění na speciální akce (kulinářské týdny, dny exotické kuchyně apod.). Základem je, aby s obsahem jídelního lístku byla důkladně seznámena i obsluha. Svůj význam má

i designové zpracování jídelního lístku a použitý materiál, přehlednost, názvy pokrmů a jejich srozumitelnost [6].

Moderní trend v sestavování nabídky se řídí pravidlem „méně znamená více“. Příliš velké množství pokrmů v jídelním lístku, nesystematické uspořádání a kombinace různých stylů vede často k chaotickému uspořádání celého provozu, což nepříjemně ovlivní i hosty [6].

Gastronomická současnost vyžaduje jedinečnost. Uspět mohou podniky s dokonalou a cíleně orientovanou nabídkou služeb s ohledem na demografii, stále se měnící životní styl a propojování jednotlivých kultur ve stravování a stolování. Populace stárne, a proto nacházejí uplatnění nabídky zaměřené na seniory – speciální menu, menší porce, dia pečivo, bezkofeinová káva apod. Žádoucí je vytvářet zejména tradiční, regionální rodinné restaurace a hospůdky. Ideální je podnik, který má identitu, výjimečnost, je jedinečný s čitelným a jasným programem nabídky. Příkladem je uplatňování tradiční, regionální gastronomie (místní pokrm s místním vínem či pivem) [6].

Česká kuchyně může mít v moderním pojetí mnoho podob. Moderním způsobem lze připravit i staročeská jídla. Zajímavé je spojení české kuchyně s prvky exotických kuchyní. Jedná se o gastronomický styl „Fusion Cuisine“. Také etnické kuchyně „Ethno Food“ zažívají v Evropě rozkvět. – mezi nejrozšířenější u nás patří italské pizzerie a čínské restaurace [6].

Hotelová snídaně se také mění. Termosky s kávou a ovocné koše již nejsou v módě. Vyhledávané jsou bio koutky s popiskami, kávové automaty, několik druhů čajů, regionální speciality, upravené ovoce a exotické druhy ovoce [6].

Špičkovou gastronomii nedělá pouze šéfkuchař, ale i působení profesionálního sommeliera. Enogastronomie neznamená jen snoubení vín s pokrmy, ale důležitý je zde i zážitek při pití vína. Obsluhující sommelier není tedy jen číšník, který nabídne a servíruje víno. U vína je nutno komunikovat a to může jen ten, kdo má o víně co říci.

Důležitý je příběh, kterým oslovuje hosta. Sommelier nabídne víno z konkrétního vinařství, vysvětlí na kterém svahu réva vyzrála, na jaké půdě, jakou technologií bylo víno vyrobeno a současně pohovoří o vzhledu, barvě, čistotě, vůní chuti a dochuti vína. Tento příběh spolu s odbornou terminologií a perfektním servisem je v moderní gastronomii nepostradatelný [27].

V nápojovém lístku nesmí chybět káva. Trendy v podávání kávy se neustále mění. Nabídka káv se v posledních letech velmi rozšířila. Jedním z nových trendů je míchání menšího množství kávy s různými sirupy a likéry. Kromě chuti je stejně důležitý i vzhled nápoje. Dozdobovat lze kromě tradiční skořice a strouhané čokolády také třeba pomeranči, čerstvými jahodami a jiným ovocem, které jsme s kávou dříve vůbec nebyli zvyklí spojovat. Šlehačka dnes ustupuje do pozadí a je nahrazována napěněným mlékem. Důležitou roli hraje to, jak je nápoj podáván. U teplých druhů káv je nutné, aby inventář byl nahřátý. Hodně podniků se vrací k tomu, co dříve bývalo pravidlem - podávání sklenice vody ke kávě. Zahraniční trend podávat kávu v malých šálcích se u nás moc nerozšířil. Cizinci to však vyžadují. Češi mají rádi kávu v šálcích středních, cappucino se připravuje do šálků velkých. Z našich kaváren vymizely typické druhy káv, jako je turecká nebo arabská, připravované v džezvě a také v ní servírované. Čaje nejsou v klasickém veřejném stravování tak rozšířené jako káva [31].

Čaj je u nás považován spíše za snídaňový nápoj. O celkovou spotřebu čaje v gastronomických zařízeních se dělí čaj ovocný 39% v těsném závěsu je čaj černý s podílem na spotřebě 38%, čaj zelený a čaj bylinkový dokrývá celkovou spotřebu podílem 23%.

Další oblíbenou položkou v nápojové lístku jsou piva. Stále větší popularitu získávají netradiční druhy piv. České pivo s tisíciletou historií se ve světě těší skvělé pověsti, avšak turisté si neumějí vysvětlit nedostatek rozmanitosti v nabídce piv. 95 % nabídky ve většině podniků tvoří světlý ležák. V současné době se situace začíná měnit, pomalu se znovu objevují některé starobylé techniky vaření, které vyhynuly po rozšíření ležáku. Inovace odehrává téměř výhradně v regionálních pivovarech. Vznikají nová neobvyklá

piva: pšeničné pivo, extra chmelené pivo, pivo s přídavky lihovin, aromatické lískooříškové, medové a višňové, filtrovaná nebo nefiltrovaná piva, svrchně kvašená a spodně kvašená piva, pohankové pivo pro osoby trpící alergií na lepek. Trend vyhledávání regionálních piv přináší návrat rodinného pivovarnictví. Výroba vlastního piva v rodinných hostincích byla kdysi v českých zemích běžnou záležitostí. V roce 1918 se na území Československa nacházelo celkem 562 pivovarů [32].

Poměrně novou záležitostí je čepování nikoli ze sudů, ale z tzv. tankoven. Tato technologie přispívá k vyšší kvalitě piva a šetří náklady jak výrobci, tak odběratelům. Svou pozici v české gastronomii posiluje i pivo nealkoholické, jehož spotřeba rychle vzrůstá. Na českém gastronomickém trhu převládají dvě silné kategorie nealkoholických nápojů, a to colové nápoje a čisté vody (minerální a stolní vody) [32].

6.3 MODERNÍ TRENDY V ŘÍZENÍ HOTELOVÝCH A GASTRONOMICKÝCH SLUŽEB

Na trhu hotelnictví a gastronomie vznikají stále nové koncepty, které vycházejí z potřeb a očekávání zákazníků. Tyto potřeby se neustále mění, proto je nutné tyto vývojové trendy ve společnosti neustále sledovat. Velmi diskutovanou otázkou je oddělení kuřáckých a nekuřáckých prostor a případný úplný zákaz kouření ve v zařízeních společného stravování. Ukazuje se, že mnohé provozovny dobrovolně aplikují úplný zákaz kouření za účelem ochrany nekuřáků, zaměstnanců a současně v boji proti tomuto zlozvyku. Zajímavá je koncepce restaurací, kde host zaplatí pevnou částku a má možnost neomezené konzumace jídel. Jako poměrně riskantní se v českém prostředí projevil experiment, kdy jistá restaurace v Praze ponechala zaplacení konzumace na uvážení hosta. Restaurace tohoto typu ve světě existují.

K rovnoměrnému vytížení hotelových kapacit je využíván Yield management, který maximalizuje takto celkový výnos. Dobrý podnik dělá dobré jídlo, pití a kvalitní obsluhující personál, především personál v tzv. první linii. Lidský faktor se v gastronomických provozech rozhodujícím způsobem podílí na vytváření celkového

prostředí. Kvalita personálu není spatřována jen v jeho vzdělání a dovednostech, ale také v jeho povahových rysech a přístupu k hostům.

Základem úspěchu je komplexní řízení kvality, dodržování norem a technologických postupů, zavedení HACCP, snaha o neustálé zlepšování, získávání certifikátů apod.

Mezi nejznámější způsob klasifikace ubytovacích zařízení je označení hvězdičkami, které funguje po celém světě. Zdaleka ne všechna ubytovací zařízení jsou oficiálně klasifikována, ačkoli to přináší řadu výhod. Nejvýznamnější výhodou je prakticky bezplatná propagace na různých webových stránkách v několika světových jazycích (především na www.hotelstars.cz) a na veletrzích, pořádaných agenturou CzechTourism doma i v zahraničí. Veškeré aktivity budují image klasifikovaných ubytovacích zařízení jako garantované kvality, solidnosti, vybavenosti a služeb [37].

6.4 MODERNÍ TRENDY V HOTELNICTVÍ

Stejně jako v gastronomii projevují se moderní trendy i na trhu ubytovacích služeb. Vznikají specifické druhy hotelů - design hotely, butik hotely či kongresové hotely. V současné době se projevuje trend zdravého životního stylu se kterým koresponduje koncepce wellness hotelů.

Wellness hotelů v pravém slova smyslu v České republice zatím mnoho není. Existuje ale celá řada hotelů vyšší kategorie, provozující wellness centrum. Wellness nespočívá jen v hmotné nabídce služeb, klíčová je celková atmosféra. Významnou roli hraje také prostředí a okolí wellness zařízení. Jedním z největších wellness hotelů v České republice, je Wellness hotel Frymburk na břehu Lipenské přehrady. Dalším významným jihočeským wellness hotelem je Hotel Horizont na Šumavě.

Ekologie a enviromentalismus se také promítá do moderní koncepce hotelů. Zelené hoteliérství a ekoznačení v současné době nabývá na významu. Hostům ekoznačka přináší garanci služeb na vysoké úrovni, nekuřácké prostory, nabídku místních výrobků,

minimum škodlivých látek v interiéru, šetrný přístup hotelu k životnímu prostředí, zachování rázu okolní krajiny a další. V České republice splňuje kritéria EU a Ministerstva životního prostředí ČR již 9 ubytovatelů. V jižních Čechách mezi ně patří Autocamp Oasa ve Staňkově u Třeboně a Sporthotel Zátoň u Českého Krumlova.

Dalším klíčovým pojmem moderního hotelnictví je bezpečnost. K bezpečnému a bezproblémovému provozu hotelů napomáhají důkladně propracované modulární hotelové systémy zajišťující kompletní softwarové řešení hotelových a restauračních provozů. Moderní rezervační systémy komunikují s globálními distribučními systémy.

Použité materiály v interiérech hotelů jsou označovány jako inteligentní či funkční. Využívány jsou nehořlavé, pevné, odolné, zátěžové a stálobarevné textilie a potahoviny, které jsou na omak příjemné, snadno udržovatelné a nepřijímají pachy – např. cigaretový kouř. Za takové materiály je placena vyšší cena, ale díky svým vlastnostem vydrží déle, a tak náklady jsou menší.

Moderní hotely často využívají outsourcingu za účelem úspory nákladů, avšak je nutné zajistit důkladně zpracovanou smlouvu a kontrolu nad dodavatelem služeb. Možností co a jak outsourcovat je nespočet, záleží jen na dobře promyšlené strategii a odvaze.

ZÁVĚR

Hotelnictví a gastronomie představuje neustále se vyvíjející segment, ve kterém se intenzivně projevují moderní trendy. Mezi faktory, které se podílejí na dynamickém vývoji tohoto oboru patří především rozvoj celé společnosti, preference a požadavky hostů, životní styl obyvatel a zlepšující se ekonomická situace. Hosté stále více využívají služeb cestovního ruchu, jsou vzdělanější, zkušenější a mají vyšší nároky na kvalitu. Protože služby v cestovním ruchu nabývají stále více na svém významu, je nutné věnovat se jejich rozvoji, zkvalitňování, sledování moderních trendů a eliminaci negativních vlivů.

Jedním z cílů diplomové práce bylo seznámení čtenářů s vývojem a odbornou terminologií z oblasti hotelnictví a gastronomie, dále zmapování současného stavu oboru, problematiky moderních trendů a využívání současných informačních a dalších technologií. Tohoto cíle bylo dosaženo již v teoretické části práce, která systematicky představuje a vysvětluje nejdůležitější pojmy vztahující se k oboru v souvislosti s jeho vývojem a moderními trendy. Pro sepsání informační základny diplomové práce jsme využili především odborné literatury, časopisů a důvěryhodných internetových zdrojů.

Dalším záměrem bylo získání dostatečného množství informací k vyhodnocení úrovně, kvality i nedostatků v oblasti hotelnictví a gastronomie na jihu Čech. Za tímto účelem byly vypracovány dotazníky (viz příloha 1), které následně vyplnilo 152 respondentů z řad veřejnosti. Z průzkumu vyplynulo mnoho poznatků (viz příloha 2). Jako nejproblematičtější byla respondenty identifikována kategorie „Chování, ochota a vstřícnost personálu“. Image služeb v CR v Jihočeském kraji dle výzkumu poškozuje také nedodržování hygienických norem, ceny neodpovídající službám, nízká profesionalita personálu a špatný přístup majitelů podniků. Nejlépe hodnocena byla všeobecná úroveň ubytovacích služeb. Z výsledků dále vyplynulo, že úroveň služeb se neustále zlepšuje, ale nelze ji porovnávat například s Prahou ani jinými světovými metropolemi. Hosté v Jihočeském kraji navštěvují gastronomická zařízení velmi často. Zpravidla navštěvují ta zařízení, kde mají již předchozí dobrou zkušenost, nebo si

nechají poradit od svých známých. Ubytovací zařízení v jižních Čechách jsou využívána především návštěvníky z ostatních regionů a ze zahraničí. Jihočeši využívají ubytovací zařízení jen výjimečně. Většinou se ubytovávají v penzionech, v kempech pod stanem a v chatkách. Ubytovaní hosté zůstávají nejčastěji 1 – 3 dny. Problematickým bodem v dotazníku byla otázka, kde měl respondent jmenovat pět ubytovacích a pět gastronomických zařízení, která považuje za zajímavá či oblíbená. Často respondent nedokázal pět zařízení vyjmenovat, někdy dokonce neuvedl žádná zařízení (zejména ubytovací). Příčinou byl vybraný vzorek respondentů. Mnoho dotázaných byli totiž rezidenti v Jihočeském kraji, kteří ubytovací služby nevyužívají. Na základě průzkumu veřejnosti se nám podařilo definovat „TOP 10“ gastronomických a „TOP 10“ ubytovacích zařízení.

Další průzkum trhu jsme provedli vlastním šetřením formou fiktivního hosta „Mystery Guest“, ve kterém jsme se zaměřili na hodnocení úrovně a kvality provozoven a personálu. Zajímal nás způsob provedení rezervace, vzhled a image provozovny, průběh obsluhy, celkový dojem, čistota a hygiena. Pro náš výzkum jsme vypracovali formulář, (viz příloha 3) do kterého jsme při návštěvě gastronomických zařízení v jižních Čechách zapisovali své poznatky. Cílem bylo odhalit nedostatky. Výsledky provedené kontroly odrážejí práci zaměstnanců v první linii, ale i přístup majitelů gastronomických zařízení. Kontrolou bylo zjištěno, že ve většině navštívených jihočeských provozoven nebyl poskytnut bezchybný servis. Na několika místech byly odhaleny drobné nedostatky v obsluze, ale díky velmi příjemnému a přátelskému přístupu obsluhy neměly vliv na celkovou spokojenost hosta. U dvou navštívených zařízení jsme se setkali s velmi profesionálním přístupem obsluhy a celkový dojem byl téměř bezchybný. V jedné z provozoven jsme zjistili velmi závažná pochybení ze strany personálu. Výsledkem bylo sepsání závěru s konkrétními zjištěnými nedostatky, které se negativně podepisují na kvalitě služeb CR v jižních Čechách.

Na výsledky předchozích výzkumů navázala další fáze, ve které jsme se snažili získat informace na základě expertních rozhovorů se specialisty v oboru. Pomocí cílených, konkrétně formulovaných dotazů k dané problematice jsme oslovili několik odborníků,

mezi něž patří například pan Ing. Petr Šalda, ředitel Grand Hotelu Zvon a předseda jihočeské krajské sekce AHR ČR. Cenné informace poskytl gastronomický specialista a odborný poradce - pan Petr Stupka. Dále jsme konzultovali problematiku moderních trendů v gastronomii a hotelnictví s majiteli provozoven a s pracovníky informačních center. Současně jsme využili i sekundární zdroje informací v podobě článků z odborných časopisů, jak uvádíme v seznamu použité literatury. Na základě rozboru expertních stanovisek jsme určili překážky rozvoje a slabé stránky v gastronomii a hotelnictví na jihu Čech. Poměrně nízká úroveň služeb je dle odborníků zapříčiněna nedostatečnou originalitou a kreativitou místních provozovatelů a amatérismem. Provozovnám chybí „duše a vlastní tvář“. Nabídka bývá často málo sofistikovaná, nepřehledná a příliš rozsáhlá. Kvalitní suroviny a biopotraviny jsou těžko dostupné a velmi drahé, také je problém s pravidelným zásobováním. Příčinou dalšího problému jsou provozovatelé, kteří mají málo zkušeností s řízením. Z provozního hlediska je vedle vytížení kapacity největším problémem zajistit kvalifikovaný personál a "vychovávání" zaměstnanců. Zaměstnanci jsou málo motivovaní, často jim chybí odborné vzdělání a někdy dokonce i úsměv a příjemné vystupování. Zjistili jsme že mnoho problémů je zapříčiněno stále nedokonalým systémem vzdělávání v oboru. Chybí kvalifikovaní pedagogové a propojení mezi teorií a praxí. V této souvislosti je nutno podotknout, že dle provedeného výzkumu a dle mnohých sekundárních zdrojů je velkým problémem nedostatečná jazyková vybavenost personálu. Důležitým tématem byla také problematika kouření v restauracích, kde jsme navázali na výsledky průzkumu agentury Median. Jde o celoevropsky řešený problém, který bude nutno v brzké době vyjasnit. Výsledkem expertního šetření bylo nalezení vhodných opatření k odstranění nedostatků a přispění k dalšímu rozvoji tohoto turistického regionu. Navrhujeme proto řešení, jakým způsobem by mělo být zlepšeno vzdělávání a praxe studentů v oboru hotelnictví a gastronomie, věnujeme se otázce jazykové vybavenosti personálu a možnostem jak negativní trend zastavit. V otázce kvalifikované pracovní síly, neochotného a nevhodného přístupu zaměstnanců jsme definovali problém spočívající v nepřítomnosti majitelů a provozovatelů zařízení v provozovnách a absenci jejich přímého dohledu a kontroly. Aby bylo dosaženo lepší srovnatelnosti a transparentnosti navrhujeme zintenzivnit podporu oficiálně certifikovaných ubytovacích zařízení, jejich

lepší propagaci a vizualizaci na internetu, aby tak vznikla větší motivace k oficiální klasifikaci. Další návrh spočívá v pravidelném vyhlašování soutěže „O nejnápaditější řešení provozovny v oblasti gastronomie a hotelnictví“, aby zážitková gastronomie či nápaditá atraktivní řešení a sofistikovaná nabídka nacházela stále větší uplatnění i v jižních Čechách. Jeden z našich dalších návrhů doporučuje majitelům a šéfkuchařům zaměřit se důsledně na výběr surovin a brát v úvahu moderní trend využívání potravin pocházejících z ekofarem doplněných „příběhem“ o jejich původu. V neposlední řadě zmiňujeme problematiku hygieny a bezpečnosti provozoven, okrádání a šizení hostů. Kromě zvýšení četnosti kontrol ze strany České obchodní inspekce navrhujeme zřízení organizace, která by prováděla kontroly formou fiktivního hosta, jak je popsáno v kapitole 4. Zlepšit by se měla i spolupráce soukromého a veřejného sektoru. Své opodstatnění má i zaměření se na dlouhodobé udržení zákazníků. Veškerá výše zmíněná řešení jsou ve stádiu návrhu. V případě jejich realizace by bylo nutné pečlivě prostudovat legislativní podmínky a především stanovit možnosti financování, což bývá „kámen úrazu“ všech drobných projektů.

Závěrečným cílem práce byla také identifikace moderních trendů uplatňovaných v zahraničí, v Praze, a trendů projevujících se v jižních Čechách. Podařilo se systematicky zhodnotit moderní trendy a uvést příklady jejich aplikace v praxi.

Sepsání diplomové práce na téma „Moderní trendy v hotelnictví a gastronomie v Jihočeském kraji“ nedoprovázely žádné významné problémy. K dispozici byla široká škála informačních zdrojů. Překvapilo nás, jak ochotně nám byly poskytovány informace. Můžeme konstatovat, že se podařilo splnit všechny stanovené cíle.

Věříme, že diplomová práce bude schopna napomoci úspěšnému a efektivnímu rozvoji hotelnictví a gastronomie v jižních Čechách.

SUMMARY

Modern Trends in Hotelery and Gastronomy in South Bohemia

This thesis is aimed at assessing and analyzing modern trends in hotelery and gastronomy in the region of south Bohemia.

The theoretical part gives the reader information about the development of modern trends and explains the technical terminology, which relates to the topic. The practical part draws on information from actual marketing research, involving 152 respondents. Another research project, conducted through anonymous inspections, where a „Mystery Guest“ (the author of the thesis) assessed the quality of provided hospitality services from the point of view of a guest. The essential information, upon which we have based the analysis, was gained through opinions of tourism experts.

The primary goal of this thesis is to discover barriers to the growth as well as weaknesses, which negatively influence development in gastronomy and hotel industry. Based on results of our marketing research, we managed to determinate a “TOP 10” for gastronomical and a “TOP 10” for accommodation facilities in South Bohemia. The outcome of this thesis is a proposal for appropriate measures to eliminate shortcomings and to contribute to future development of this tourism region. The final chapter of this thesis is aimed at a systematic evaluation of modern trends used abroad as well as in Prague and in South Bohemia.

We were surprised, how willingly we were given needed information. There was a wide range of informational sources at our disposal. We hope, this thesis will be able to help in the successful development of tourism in South Bohemia.

Key words
Modern trends, hotelery, gastronomy, tourism services, tourism development

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

[1] PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J.: Cestovní ruch, výkladový slovník. Česká republika, Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002, s. 94

[2] ZIMÁKOVÁ, B.: F&B Management, Vysoká škola hotelová v Praze 2006, ISBN 80-86578-55-0, 145s.

[3] Materiály z přednášek předmětu Řízení ubytovacího úseku, Vysoká škola hotelová v Praze 8, vyučující FIALKOVÁ, B.

[4] LESOVÁ, M.: Hotelové sporty, Vysoká škola hotelová v Praze 8, Praha, 2004, ISBN 80-86578-28-3, 84s.

[5] FIALKOVÁ, B.: Enologie a odborná degustace, Vysoká škola hotelová v Praze 8, spol. s.r. o, Praha, 2005. ISBN 80-86578-53-4, 134 s.

[6] Sommelier, povolání budoucnosti, překlad Dvořáková, H., Asociace sommeliérů České republiky, Praha 2001, Wagner Press, ISBN 80-903019-1-6, 111s.

[7] HORNER, S., SWARBROOKE, J, Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času, Přeložil Rezek, J. Grada Publishing 2003, ISBN 80-247-0202-9, 488 s.

[8] CALLEC, CH.: Víno, Velký obrazový lexikon, 3. vydání 2007, Překl. Ptáček, L., Svobodová, L. Rebo Productions CZ, 2002. ISBN 978-80-7234-889-3, 527 s.

[9] VENCOVSKÁ, T.: Gastronomie, hotelnictví a turismus, Národní ústav odborného vzdělávání, Praha 2005, 56 s.

[10] PARMOVÁ D., PARMOVÁ D., Provoz služeb v cestovním ruchu, JCU 2003, Zemědělská fakulta, 1. vydání, ISBN 80-7040-611-9, 175 s.

[11] Řízení lidských zdrojů pro cestovní ruch, Vydalo: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Praha, 2008.

[12] Materiály z přednášek předmětu SSL na JČU v Českých Budějovicích, vyučující ŠVEC, R.

[13] Materiály z přednášek předmětu MACR na JČU v Českých Budějovicích, vyučující FELLEGIOVÁ,E.

Odborné publikace, časopisy:

[14] Incoma Research, Manuál rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji, 2007 pro JCCR

[15] Food Service 6/2007 Moderní práce v kuchyni, Beneš,J. s. 28-31

[16] Food Service 7-8/2008 Bezpečný hotel, s. 30

[17] Food Service 12/2007 Wellness centra a jejich zařízení, s. 20 – 23

[18] Food Service 7-8/2008 Zelené hoteliérství, s.36-37

[19] Food Service 3/2008, Biopotraviny v české gastronomii, s.5-9

[20] Food Service 11/2007, Málokdo si v nemocnici pochutná, Fišerová E., s. 13-19

[21] Food Service 9/2007, Restaurace nebo veřejné kuřárny, Truschka, J., s.5-8

[22] ČSÚ, Statistická ročenka Jihočeského kraje - 2008

[23] Hospodářské noviny, číslo 43 ze dne 2009-03-03, Luxusní restaurace zavírají - ubývá hostů, vydavatelství Economia, s. 13-14

Internetové stránky:

[24] Regiony, [online]. [cit. 2008-11-11]. Dostupné z WWW: http://www.jiznicechy.cz/index.php?menu=jizni-cechy&art=regiony

[25] Znalost gastronomie, Autor: Mike, [online]. [cit. 2008-11-03]. Dostupné z WWW: http://pod-poklickou.gastronews.cz/znalost-gastronomie-1

[26] Světoví šéfkuchaři, Konřenková, Š. [online]. [cit. 2009-02-04]. Dostupné z WWW: http://www.vareni.cz/trendy/svetovi-sefkuchari/?idp%5B2723%5D=on&bt=5

[27] Umíme uspokojit současného zákazníka, Burešová, P. [online]. [cit. 2009-03-15]. Dostupné z WWW: http://servis-restaurace.gastronews.cz/soucasne_trendy_v_gastronomii_%E2%80%93_umime_uspokojit_soucasneho_zakaznika_v_restauraci

[28] Lesk a bída české kuchyně, Maurer, P. [online]. [cit. 2008-10-25]. Dostupné z WWW: http://www.GastroNews.cz/show.asp?id=1000

[29] Molekulární gastronomie po česku, Krejčí, P. [online]. [cit. 2008-08-22]. Dostupné z WWW: http://akce souteze.gastronews.cz/molekularni_gastronomie_po_cesku

[30] Trendy ve stolování, Ranná, T. [online]. [cit. 2008-08-12]. Dostupné z WWW: http://www.GastroNews.cz/show.asp?id=1188

[31] Jak má chutnat dobrá káva, Gastro plus. [online]. [cit. 2009-02-09]. Dostupné z WWW: http://napoje.gastronews.cz/jak-ma-chutnat-dobra-kava, 13.03.09

[32] Pivo, největší české tajemství, Rail, E. [online]. [cit. 2009-02-09]. Dostupné z WWW: http://napoje.gastronews.cz/pivo_-_nejvetsi_ceske_tajemstvi-1

[33] Totální řízení kvality. [online]. [cit. 2008-11-03]. Dostupné z WWW: http://platforma.usv-partner.cz/index.php?option=com_content&task=view&id=17

[34] Dočká se Praha prestižní hvězdičky? Ševčík, L. [online]. [cit. 2009-02-04]. Dostupné z WWW: http://www.GastroNews.cz/show.asp?id=1121

[35] Ramsay už v Maze není. Ale jeho menu tu ještě servírují. [online]. [cit. 2009-03-18]. Dostupné z WWW: http://hn.ihned.cz/c3-35791270-500000_d-michelinska-hvezdicka-in-memoriam

[36] Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení nově od roku 2006, HO.RE.KA. ČR [online]. [cit. 2008-10-25]. Dostupné z WWW: http://www.GastroNews.cz/show.asp?id=757

[37] Hotelové hvězdičky v novém, Stárek, V. [online]. [cit. 2009-01-22]. Dostupné z WWW: http://www.ahrcr.cz/informace-z-oboru/hotelove-hvezdicky-v-novem/

[38] Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení v České republice[online]. [cit. 2009-01-22]. Dostupné z WWW: http://www.hotelstars.cz/

[39] Outsourcing a jeho uplatňování v podmínkách hotelů, Vavrečková, E. [online]. [cit. 2008-12-11]. Dostupné z WWW: http://www.cestovni-ruch.cz/hotelieri/outsourcing.php

[40] Hotely a restaurace se spojily v silnější asociaci Petr, M. [online]. [cit. 2008-08-14]. Dostupné z WWW: http://www.GastroNews.cz/show.asp?id=877

[41] Základní funkce hotelového systému. Kotek, P. [online]. [cit. 2008-07-29]. Dostupné z WWW: http://www.hotelovesystemy.cz/clanky/?id=11

[42] Hotely trochu jinak, Hotelrevue. [online]. [cit. 2008-07-29]. Dostupné z WWW: http://www.GastroNews.cz/show.asp?id=132

[43] Bio potraviny v gastronomii, Václavík, T. [online]. [cit. 2009-02-13]. Dostupné z WWW: http://www.horecaexpo.cz/?mode=art&sec=10573&art=33330&lang=cz

[44] Restaurace Ameno [online]. [cit. 2009-03-27]. Dostupné z WWW: http://www.ameno.cz/index.php?pg=informace

[45] Alchymista [online]. [cit. 2009-03-27]. Dostupné z WWW: http://www.czechpubs.cz/ceske-budejovice/restaurace/alchymista.html

[46] Vin de Café restaurant [online]. [cit. 2009-03-27]. Dostupné z WWW: http://www.vindecafe.cz/restaurant/onas/

[47] Pivovary Staropramen [cit. 2009-03-27]. Dostupné z WWW: http://www.pivovary-staropramen.cz/web/o_nas/

[48] Masné Krámy [cit. 2009-03-27]. Dostupné z WWW: http://www.masne-kramy.cz/

[49] Hotel Biograf [cit. 2009-03-27]. Dostupné z WWW: http://www.hotelbiograf.com/cz/historie

[50] Šupina a Šupinka, rybí restaurace [cit. 2009-03-27]. Dostupné z WWW: http://www.supina.cz/cs/about_us/slovoMajitele

[51] Papas Living Restaurant [cit. 2009-03-27]. Dostupné z WWW: http://www.czechpubs.cz/cesky-krumlov/restaurace/papas-living-restaurant.html

[52] Motorest Pegast [cit. 2009-03-27]. Dostupné z WWW: http://www.pegast.cz/o-nas/

[53] Středověká krčma Písek [cit. 2009-03-27]. Dostupné z WWW: http://www.krcmapisek.cz/

[54] Grand Hotel Zvon [cit. 2009-03-27]. Dostupné z WWW: http://www.hotel-zvon.cz/

[55] Hotel Malý pivovar [cit. 2009-03-27]. Dostupné z WWW: http://www.czecot.com/cz/results/tiskova_zprava.php?id=9792

[56] Hotel Růže [cit. 2009-03-27]. Dostupné z WWW: http://www.hotelruze.cz/

[57] Hotel Štekl [cit. 2009-03-27]. Dostupné z WWW: http://www.hotelstekl.cz/hotel-stekl.html

[58] Orea Hotel Dvořák, Tábor [cit. 2009-03-27]. Dostupné z WWW: http://www.orea.cz/dvorakta

[59] Hotel Bellevue [cit. 2009-03-27]. Dostupné z WWW: http://www.hotelsprague.cz/hotels-cesky-krumlov/hotel-town-vienna-cesky-krumlov-c.php

[60] Hotel Gomel [cit. 2009-03-27]. Dostupné z WWW: http://www.gomel.v-hotel.net/Ceske-Budejovice.htm

[61] Parkhotel Hluboká [cit. 2009-03-27]. Dostupné z WWW: http://www.parkhotel-hluboka.cz/indexcz.php?pg=vr&t=fl&v=5125

[62] Hotel Nautilus [cit. 2009-03-27]. Dostupné z WWW: http://www.hotelnautilus.cz/cs/index.php

[63] Sporthotel Zátoň [cit. 2009-03-27]. Dostupné z WWW: http://www.sporthotel-zaton.cz/

SEZNAM TABULEK A GRAFŮ

Tabulka 1: Vybrané údaje ČSÚ o ubytovacích zařízeních, cenách, hostech a počtu přenocování (Zdroj: ČSÚ, str. 55)

Tabulka 2: Podíl zahraničních hostů na celkovém počtu ubytovaných, počet přenocování (Zdroj: ČSÚ, str. 56)

Graf 1: Struktura respondentů dle bydliště (Zdroj: autorka, str. 40)

Graf 2: Struktura respondentů dle věku (Zdroj: autorka, str. 41)

Graf 3: Všeobecné hodnocení úrovně gastronomických a ubytovacích služeb (Zdroj: autorka, str. 43)

Graf 4: Četnost návštěv gastronomických zařízení (Zdroj: autorka, str. 45)

Graf 5: Volba respondenta mezi kvalitou a nízkou cenou (Zdroj: autorka, str. 46)

Graf 6: Jste pro zákaz kouření v restauracích a hospodách? Průzkumu mezi českými občany agentury Median (Zdroj: MF Dnes, str. 70)

Graf 7: Jste pro zákaz kouření v restauracích a hospodách? Průzkum mezi návštěvníky v restauracích (Zdroj: MF Dnes, str. 70)

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1: Dotazník - Názor veřejnosti na úroveň ubytovacích a stravovacích služeb v jižních Čechách

Příloha 2: Vyhodnocení dotazníku

Příloha 3: Formulář pro provedení kontroly „Mystery Guest“

Příloha 4: Údaje Českého Statistického úřadu za rok 2007, ve sledované oblasti Jihočeského kraje pro oblast cestovního ruchu

Příloha 5: Seznam vzdělávacích institucí s obory zaměřenými na služby v CR

Příloha 6: Schéma - Systém prodeje hotelové kapacity přes GDS

Příloha 7: Výsledky marketingového výzkumu na CD

Příloha 1 – Dotazník

NÁZOR VEŘEJNOSTI NA ÚROVEŇ UBYTOVACÍCH A STRAVOVACÍCH SLUŽEB V JIŽNÍCH ČECHÁCH

Cílem výzkumu je zjistit, jaký je názor veřejnosti na úroveň ubytovacích a stravovacích služeb v regionu, identifikovat silné a slabé stránky a nominovat 10 nejoblíbenějších ubytovacích a stravovacích zařízení.

ČÁST I.: ÚROVEŇ GASTRONOMICKÝCH A UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ

Pro otázky 1 – 5 použijte známkování jako ve škole (1 = nejlepší hodnocení, 5 = nejhorší možné ohodnocení)

1. Ohodnoťte všeobecnou úroveň gastronomických zařízení v JČ.

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

2. Ohodnoťte všeobecnou úroveň ubytovacích služeb (dle velikosti nabídky) v JČ.

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

3. Ohodnoťte kvalitu personálu (obecně) dle profesionality, odborných znalostí.

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

4. Ohodnoťte kvalitu personálu (obecně) dle jazykových znalostí.

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

5. Ohodnoťte kvalitu personálu (obecně) dle chování k hostům, ochoty a vstřícnosti.

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

U otázek 6 – 19 označte odpověď křížkem (u některých otázek je možné zakřížkovat více možností) nebo doplňte stručnou odpověď. U možností s označením * prosím uveďte vysvětlení.

6. Jak lze charakterizovat všeobecnou úroveň poskytovaných gastronomických služeb v JČ?

☐ na světové úrovni
☐ lepší než v Praze
☐ srovnatelná s Prahou
☐ horší než v Praze
☐ nelze srovnávat
☐ vlastní charakteristika * .....

7. Co je dle Vašeho názoru potřeba zlepšit v oblasti gastronomie a hotelnictví v JČ?

☐ hygienu
☐ ceny odpovídající službám
☐ šíři nabízeného sortimentu
☐ celkovou kvalitu služeb
☐ přístup majitelů podniků
☐ odbornost personálu
☐ chování, vstřícnost personálu
☐ otevírací doby provozoven
☐ sledovat trendy v oboru
☐ * .....

8. Uveďte 5 gastronomických zařízení (restaurace, kavárny, vinárny apod.) a 5 ubytovacích zařízení (hotely, penziony apod.), která patří dle Vašeho názoru v JČ k nejoblíbenějším / nejzajímavějším.

Gastronomická zařízení	Ubytovací zařízení
1.	1. .....
2.	2. .....
3.	3. .....
4.	4. .....
5.	5. .....

9. Jak často navštěvujete gastronomická zařízení (restaurace, kavárny, vinárny) v JČ?

☐ denně
☐ téměř denně
☐ 1 týdně
☐ 1- 2 x měsíčně
☐ zřídka
☐ nepravidelně

10. Dáváte přednost:

☐ kvalitním službám bez ohledu na cenu
☐ cenově zajímavým nabídkám služeb
☐ kompromisu mezi cenou a kvalitou nabízených služeb

11. Jakým způsobem vyhledáváte dobrou restauraci, hotel apod.?

☐ na doporučení známých
☐ pomocí internetu
☐ doporučení infocentra
☐ zkusím něco nového
☐ chodím tam, kde mám dobré zkušenosti
☐ z letáků, průvodců, tisku

12. Jak často využíváte ubytovacích zařízení v JČ?

☐ často
☐ občas
☐ jen výjimečně
☐ nikdy

13. Kolik nocí zde strávíte (v rámci jednoho pobytu)?

☐ 0
☐ 1 - 3
☐ 4 - 7
☐ 8 - 14
☐ více

14. Jaký druh ubytovacích zařízení využíváte?

☐ penzion
☐ hotel 2-3*
☐ hotel 4-5*
☐ motel
☐ ubytovna
☐ kemp (chata)
☐ kemp (stan)
☐ soukromé apartmány
☐ žádný
☐ jiný * .....

ČÁST II.: INFORMACE O DOTAZOVANÉ OSOBĚ:

Prosím o vyplnění identifikačních údajů, které pomohou k přesnému a účelnému vyhodnocení dotazníku.

15. Bydliště (obec / město)……

16. Věk:
- ☐ 18 – 25 let
- ☐ 26 – 30 let
- ☐ 31 – 40 let
- ☐ 41 – 50 let
- ☐ 51 – 60 let
- ☐ 61 a více let

17. Nejvyšší dosažené vzdělání:
- ☐ základní vzdělání
- ☐ odborné učiliště
- ☐ střední škola
- ☐ vyšší odborná škola
- ☐ vysoká škola

18. V jižních Čechách působíte jako:
- ☐ resident (trvalý pobyt)
- ☐ zaměstnanec / student
- ☐ turista / výletník / návštěvník

19. Pohlaví:
- ☐ žena
- ☐ muž

Děkuji Vám za čas strávený vyplněním dotazníku.

Věra Caisová
Studentka JČU
vera.caisova@seznam.cz

Příloha 2 – Vyhodnocení dotazníku

VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKU

Názor veřejnosti na úroveň ubytovacích a stravovacích služeb v jižních Čechách

Znění otázky	Hodnocený znak	Výsledek	Celk. odpovědí
1. Všeobecná úroveň gastronomických zařízení v JČ			
	Dosažená známka	2,48	152
2. Všeobecná úroveň ubytovacích služeb (dle velikosti nabídky) v JČ			
	Dosažená známka	2,25	151
3. Kvalita personálu dle profesionality, odborných znalostí			
	Dosažená známka	2,76	152
4. Kvalita personálu dle jazykových znalostí			
	Dosažená známka	2,58	149
5. Kvalita personálu dle chování k hostům, ochoty a vstřícnosti			
	Dosažená známka	2,78	152
6. Jak lze charakterizovat všeobecnou úroveň gastronomických služeb v JČ?			
na světové úrovni	Četnost odpovědi, % (pouze jedna možná odpověď)	0	
lepší než v Praze		6 / 4,03%	
srovnatelná s Prahou		39 / 26,17%	
horší než v Praze		59 / 39,60%	
nelze srovnávat		45 / 30,20%	149
vlastní charakteristika		*Nelze jednoznačně určit	
7. Co je potřeba zlepšit v oblasti gastronomie a hotelnictví v JČ?			
hygienu	Četnost odpovědi (možnost zaškrtnutí více odpovědí)	70	
ceny odpovídající službám		68	
šíři nabízeného sortimentu		25	
celkovou kvalitu služeb		75	
přístup majitelů podniků		38	
odbornost personálu		62	
chování, vstřícnost personálu		84	
otevírací doby provozoven		9	
sledovat trendy v oboru		25	456/152
* vlastní poznámka		*Tradiční jihočeská kuchyně	

8. Uveďte 5 gastronomických zařízení a 5 ubytovacích zařízení (hotely, penziony apod.), která patří dle Vašeho názoru v JČ k nejoblíbenějším / nejzajímavějším.	
Top 10 gastronomických zařízení	**Top 10 ubytovacích zařízení**
1. Restaurace Ameno (ČB)	1. Grand hotel Zvon (ČB)
2. Restaurace Alchymista (ČB)	2. Hotel Malý pivovar (ČB)
3. Restaurace Vin de Café (ČB)	3. Hotel Růže (ČK)
4. Potrefená Husa (ČB)	4. Hotel Štekl (Hluboká n. /Vlt.)
5. Restaurace Masné krámy (ČB)	5. Hotel Dvořák (Tábor)
6. Resurace / Hotel Biograf (Písek)	6. Hotel Bellevue (ČK)
7. Restaurace Šupina & Šupinka (Třeboň)	7. Hotel Gomel
8. Papa's Living Restaurant (ČK)	8. Parkhotel Hluboká n./Vlt.
9. Motorest Pegast (Litvínovice u ČB)	9. Hotel Nautilus (Tábor)
10. Středověká krčma Písek (Písek)	10. Sporthotel Zátoň

Otázka nezodpovězena (gastronomické sl.)	Četnost znaku, %	19 / 12,50%	
Otázka nezodpovězena (hotelové sl.)		33 / 21,71%	
Uvedeno méně než 5 stravovacích zařizení		56 / 36,84%	
Uvedeno méně než 5 ubytovacích zařizení		71 / 46,71%	152
9. Jak často navštěvujete gastronomická zařízení (restaurace, kavárny, vinárny) v JČ?			
denně	Četnost odpovědi % (pouze jedna možná odpověď)	4 / 2,63%	
téměř denně		43 / 28,29%	
1 týdně		53 / 34,87%	
1- 2 x měsíčně		35 / 23,03%	
zřídka		15 / 9,87%	
nepravidelně		2 / 1,32%	152
10. Dáváte přednost:			
kvalitním službám bez ohledu na cenu	Četnost odpovědi, % (pouze jedna možná odpověď)	16 / 10,53%	
cenově zajímavým nabídkám služeb		31 / 20,39%	
kompromisu mezi cenou a kvalitou služeb		105 / 69,08%	152
11. Jakým způsobem vyhledáváte dobrou restauraci, hotel apod.?			
na doporučení známých	Četnost odpovědi (možnost zaškrtnutí více odpovědí)	94	
pomocí internetu		30	
doporučení infocentra		8	
Zkusím něco nového		46	
chodím tam, kde mám dobré zkušenosti		102	
z letáků, průvodců, tisku		16	296/152
12. Jak často využíváte ubytovacích zařízení v JČ?			
často	Četnost odpovědi, % (pouze jedna možná odpověď)	1 / 0,66%	
občas		38 / 25,00%	
jen výjimečně		87 / 57,24%	
nikdy		26 / 17,11%	152

13. Kolik nocí zde strávíte (v rámci jednoho pobytu)?			
0	Četnost odpovědi, % (pouze jedna možná odpověď)	27 / 17,76%	
1-3		106 / 69,74%	
4-7		16 / 10,53%	
8-14		2 / 1,32%	
více		1 / 0,66%	152
14. Jaký druh ubytovacích zařízení využíváte?			
penzion	Četnost odpovědi, (možnost zaškrtnutí více odpovědí)	80	
hotel 2-3*		29	
hotel 4-5*		5	
motel		0	
ubytovna		18	
kemp (chata)		45	
kemp (stan)		66	
soukromé apartmány		37	
žádný		26	
jiný *		0	306/152
15. Bydliště:			
Českobudějovicko	Četnost odpovědi, % (pouze jedna možná odpověď)	74 / 48,68%	
Českokrumlovsko		20 / 13,16%	
Jindřichohradecko		7 / 4,61%	
Táborsko		13 / 8,55%	
Písecko a Strakonicko		15 / 9,87%	
Prachaticko		10 / 6,58%	
Jiné regiony		13 / 8,55%	152
16. Věk:			
18 – 25	Četnost odpovědi, % (pouze jedna možná odpověď)	19 / 12,5%	
26 – 30		46 / 30,26%	
31 – 40		26 / 17,11%	
41 – 50		28 / 18,42%	
51 – 60		14 / 9,21%	
61+		19 / 12,5%	152
17. Nejvyšší dosažené vzdělání:			
základní vzdělání	Četnost odpovědi, % (pouze jedna možná odpověď)	3 / 1,97%	
odborné učiliště		26 / 17,11%	
střední škola		62 / 40,79%	
vyšší odborná škola		15 / 9,87%	
vysoká škola		46 / 30,26%	152

18. V jižních Čechách působíte jako:			
resident (trvalý pobyt)	Četnost odpovědi, % (pouze jedna možná odpověď)	122 / 80,26%	
zaměstnanec / student		22 / 14,47%	
turista / výletník / návštěvník		8 / 5,27%	152
19. Pohlaví:			
muž	Četnost odpovědi, % (pouze jedna možná odpověď)	64 / 42,11%	
žena		88 / 57,89%	152

Příloha 3 – Formulář pro provedení kontroly „Mystery Guest“

"Mystery Guest" Průzkum stravovacích zařízení		
Identifikační údaje:		
	Název zařízení:	
	Druh, kategorie:	
	Obec / město:	
	Datum, doba trvání:	
Číslo otázky	**Kritérium**	**Známka**
1. část: Telefonická rezervace		
1.	Představení se	
Poznámka:		
2.	Ochota, zdvořilost	
Poznámka:		
3.	Rychlost vyřízení rezervace	
Poznámka:		
4.	První dojem z kontaktu se zaměstnancem	
Poznámka:		
5.	Reakce v případě plné obsazenosti	
Poznámka:		
2. část: Vzhled, image provozovny		
6.	Hodnocení vzhledu a image provozovny	
Poznámka:		
7.	Image / styl zařízení	
Poznámka:		

8.	Vzhled provozovny (vnější prostory)	
Poznámka:		
9.	Umístění provozovny	
Poznámka:		
10.	Označení provozovny	
Poznámka:		
11.	Vzhled provozovny (vnitřní prostory) - Osvětlení, barvy, atmosféra	
Poznámka:		
12.	Úroveň nabídky (vzhled, přehlednost, vizualizace)	
Poznámka:		
13.	Obsah nabídky (šíře nabídky, nápaditost)	
Poznámka:		
14.	Denní menu, speciální nabídka	
Poznámka:		
15.	Nabídka na internetu (www.stránky, aktuálnost údajů, přehlednost)	
Poznámka:		
16.	Personál (počet obsluhujícího personálu)	
Poznámka:		
17.	Upravenost personálu	
Poznámka:		
3. část: Průběh obsluhy		
18.	Celkové hodnocení průběhu obsluhy hosta	
Poznámka:		

19.	Uvítání hosta, oslovení, uvedení ke stolu	
Poznámka:		
20.	Představení nabídky, výběr, doporučení pokrmu, doporučení nápoje	
Poznámka:		
21.	Chování obsluhy (ochota, vstřícnost)	
Poznámka:		
22.	Schopnosti obsluhy (poradit, informovat, přesvědčit, vyhovět hostům)	
Poznámka:		
23.	Profesionalita obsluhy (odborné znalosti a dovednosti, servis)	
Poznámka:		
24.	Jazykové znalosti obsluhy	
Poznámka:		
25.	Vzájemná spolupráce mezi personálem, nadřízenými a podřízenými	
Poznámka:		
26.	Způsob obsluhy	
Poznámka:		
27.	Doba přípravy zvoleného menu	
Poznámka:		
28.	Velikost porcí, teplota, gramáž, míry	
Poznámka:		
29.	Kvalita použitých surovin	
Poznámka:		

30.	Chutnost, vzhled	
Poznámka:		
31.	Shoda pokrmu s nabídkou v jídelním lísku	
Poznámka:		
32.	Postup v případě výhrad ze stany hosta, omluva, nápravná opatření	
Poznámka:		
33.	Vyúčtování (doba do přinesení účtu)	
Poznámka:		
34.	Forma účtu, přehlednost	
Poznámka:		
35.	Správnost účtovaných položek	
Poznámka:		
36.	Rozloučení s hostem, poděkování za návštěvu…	
Poznámka:		
4. část: Celkový dojem, čistota, hygiena		
37.	Celkový dojem, kterým působí zařízení (atmosféra, obsluha, vybavení)	
Poznámka:		
38.	Hygiena (dodržování standardních postupů)	
Poznámka:		
39.	Celková čistota, bezpečnost a dojem kterým zařízení působí	
Poznámka:		

40.	Detaily (čisté ubrusy, prostírání, příbory, vyleštěné sklenky)	
Poznámka:		
41.	hygiena personálu, kouření a jídlo za barem, soukromé telefonování…	
Poznámka:		
42.	Hygiena na toaletách a v přilehlých prostorách	
Poznámka:		

Poznámky hodnotitele

Příloha 4 - Údaje Českého Statistického úřadu za rok 2007, ve sledované oblasti Jihočeského kraje pro oblast cestovního ruchu

Hromadná ubytovací zařízení cestovního ruchu			
	2005	**2006**	**2007**
Hromadná ubytovací zařízení celkem	**995**	**1 011**	**1 022**
Pokoje	17 400	17 846	18 122
Lůžka	52 011	53 504	53 590
Místa pro stany a karavany	13 999	14 544	14 423
Průměrná cena za ubytování (Kč)	268	276	295
Hosté	1 023 289	1 101 216	978 717
z toho nerezidenti	326 962	333 402	315 629
Přenocování	3 490 237	3 746 744	3 127 834
z toho nerezidenti	896 219	845 074	779 492
Průměrný počet přenocování	3,4	3,4	3,2
z toho nerezidenti	2,7	2,5	2,5
Průměrná doba pobytu ve dnech	4,4	4,4	4,2
z toho nerezidenti	3,7	3,5	3,5
Čisté využití lůžek[1)] (%)	25,3	25,4	26,0
Využití pokojů[1)] (%)	30,1	30,4	30,9

Zdroj: ČSÚ, Statistická ročenka Jihočeského kraje - 2008

Kapacity hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu podle kategorie k 31. 12. 2007				
	Počet zařízení	**Pokoje**	**Lůžka**	**Průměrná cena ubytování (Kč)**
Hromadná ubytovací zařízení celkem	**1 022**	**18 122**	**53 590**	**295**
Hotely a podobná zařízení celkem	530	7 950	19 765	424
v tom:				
hotely *****, ****	25	1 249	2 668	1 182
ostatní hotely a penziony	505	6 701	17 097	387
Ostatní hromadná ubytovací zařízení celkem	492	10 172	33 825	157
v tom:				
kempy	125	1 386	5 053	92
chatové osady a turistické ubytovny	116	2 157	8 584	142
ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	251	6 629	20 188	195

Zdroj: ČSÚ, Statistická ročenka Jihočeského kraje - 2008

Hosté v hromadných ubytovacích zařízeních cestovního ruchu podle kategorie v roce 2007				
	Hosté		Přenocování	
	celkem	z toho nerezidenti	celkem	z toho nerezidenti
Hromadná ubytovací zařízení celkem	978 717	315 629	3 127 834	779 492
Hotely a podobná zařízení celkem	573 834	262 729	1 335 320	515 946
v tom:				
hotely *****, ****	168 939	118 886	259 591	183 320
ostatní hotely a penziony	404 895	143 843	1 075 729	332 626
Ostatní hromadná ubytovací zařízení celkem	404 883	52 900	1 792 514	263 546
v tom:				
kempy	204 135	21 194	558 446	73 713
chatové osady a turistické ubytovny	47 540	3 795	200 840	9 536
ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	153 208	27 911	1 033 228	180 297

Zdroj: ČSÚ, Statistická ročenka Jihočeského kraje – 2008

	Průměrný počet přenocování		Průměrná doba pobytu (dny)	
	celkem	z toho nerezidenti	celkem	z toho nerezidenti
Hromadná ubytovací zařízení celkem	3,2	2,5	4,2	3,5
Hotely a podobná zařízení celkem	2,3	2,0	3,3	3,0
v tom:				
hotely *****, ****	1,5	1,5	2,5	2,5
ostatní hotely a penziony	2,7	2,3	3,7	3,3
Ostatní hromadná ubytovací zařízení celkem	4,4	5,0	5,4	6,0
v tom:				
kempy	2,7	3,5	3,7	4,5
chatové osady a turistické ubytovny	4,2	2,5	5,2	3,5
ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	6,7	6,5	7,7	7,5

Zdroj: ČSÚ, Statistická ročenka Jihočeského kraje – 2008

Hosté v hromadných ubytovacích zařízeních cestovního ruchu podle zemí v roce 2007					
	Hosté	**%**	**Přenocování**	**Průměrný počet přenocování**	**Průměrná doba pobytu (dny)**
Celkem	**978 717**	**100,0**	**3 127 834**	**3,2**	**4,2**
v tom:					
Česká republika	663 088	67,8	2 348 342	3,5	4,5
Nerezidenti	315 629	32,2	779 492	2,5	3,5
z toho:					
Belgie	3 971	1,3	13 488	3,4	4,4
Bulharsko	413	0,1	1 257	3,0	4,0
Dánsko	2 285	0,7	5 165	2,3	3,3
Finsko	771	0,2	1 466	1,9	2,9
Francie	12 660	4,0	28 283	2,2	3,2
Itálie	10 601	3,4	17 174	1,6	2,6
Maďarsko	6 481	2,1	12 034	1,9	2,9
Německo	83 309	26,4	258 125	3,1	4,1
Nizozemsko	29 507	9,3	163 597	5,5	6,5
Norsko	1 167	0,4	2 233	1,9	2,9
Polsko	6 181	2,0	10 834	1,8	2,8
Rakousko	29 851	9,5	53 453	1,8	2,8
Rumunsko	466	0,1	2 074	4,5	5,5
Rusko	6 424	2,0	14 261	2,2	3,2
Řecko	357	0,1	741	2,1	3,1
Slovensko	12 762	4,0	31 387	2,5	3,5
Spojené království	7 803	2,5	14 206	1,8	2,8
Španělsko	4 117	1,3	6 975	1,7	2,7
Švédsko	1 535	0,5	3 513	2,3	3,3
Švýcarsko	4 772	1,5	10 546	2,2	3,2
Kanada	2 815	0,9	4 651	1,7	2,7
USA	13 772	4,4	23 901	1,7	2,7
Afrika celkem	247	0,1	642	2,6	3,6
Izrael	2 311	0,7	7 006	3,0	4,0
Japonsko	8 396	2,7	10 996	1,3	2,3
Austrálie Oceánie	4 108	1,3	6 840	1,7	2,7

Zdroj: ČSÚ, Statistická ročenka Jihočeského kraje – 2008

Kapacity hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu podle okresů k 31. 12. 2007					
Kraj, okresy	**Hromadná ubytovací zařízení**	**Pokoje**	**Lůžka**	**Místa pro stany a karavany**	**Průměrná cena za ubytování (Kč)**
Jihočeský	1 022	18 122	53 590	14 423	295
České Budějovice	118	3 374	9 278	1 545	366
Český Krumlov	277	3 891	11 313	4 303	347
Jindřichův Hradec	203	3 371	10 004	3 883	261
Písek	75	1 672	5 301	1 178	266
Prachatice	195	2 575	7 846	1 475	253
Strakonice	62	1 195	3 820	751	205
Tábor	92	2 044	6 028	1 288	301

Zdroj: ČSÚ, Statistická ročenka Jihočeského kraje – 2008

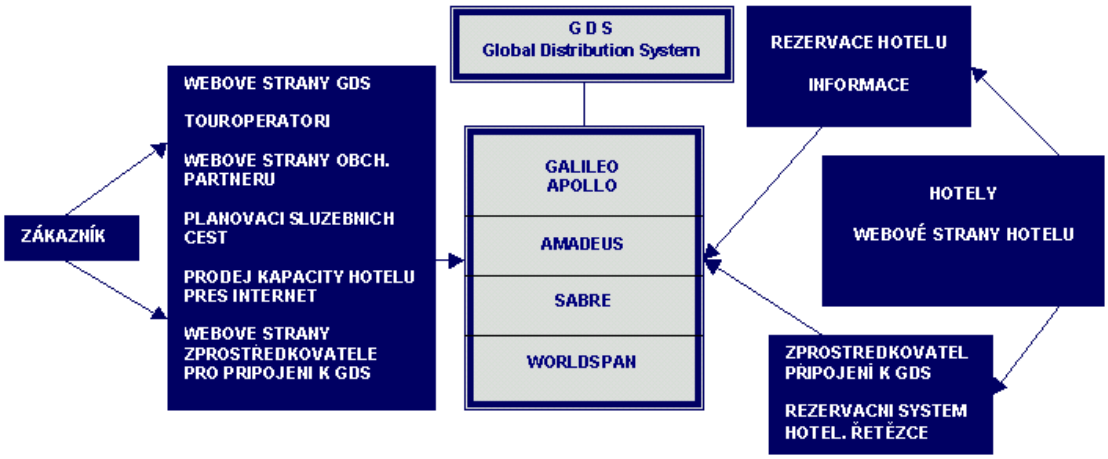
Příloha 5 - Seznam vzdělávacích institucí s obory zaměřenými na služby v CR

- Střední škola a Vyšší odborná škola cestovního ruchu, České Budějovice
- Střední škola obchodní, České Budějovice, Husova
- Střední odborná škola a Střední odborné učiliště, Trhové Sviny
- Střední škola Jeronýmova, České Budějovice
- Střední odborná škola a Střední odborné učiliště, Jindřichův Hradec
- Soukromá střední škola obchodu, služeb a provozu hotelů s.r.o. Jindřich. Hradec
- Střední odborná škola a Střední odborné učiliště, Třeboň
- Střední odborné učiliště zemědělské a služeb, Dačice
- Střední odborná škola a Střední odborné učiliště, Písek
- Střední odborné učiliště, Netolice
- Soukromá střední odborná škola a střední odborné učiliště Prachatice
- Euroškola Strakonice střední odborná škola s.r.o.
- Střední škola řemesel a služeb, Strakonice
- Střední odborná škola a střední odborné učiliště HEUREKA s.r.o. Tábor
- Středisko praktického vyučování HH, s.r.o. České Budějovice
- Střední odborná škola zdravotnická a Střední odborné učiliště, Český Krumlov
- Odborné učiliště, Praktická škola a Základní škola, Soběslav
- Střední odborná škola a Střední odborné učiliště, Hněvkovice 1 Týn nad Vltavou
- Střední odborná škola strojní a elektrotechnická, Velešín,
- Střední odborná škola a Střední odborné učiliště, Milevsko
- Gymnázium, Střední odborná škola ekonomická a Stř. odborné učiliště, Kaplice
- Střední odborné učiliště služeb Vodňany
- Střední škola obchodu, služeb a řemesel Tábor
- Střední odborné učiliště, Lišov
- Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Zdroj: Rejstřík škol, MŠMT, http://rejskol.msmt.cz/

Příloha 6

Schéma - Systém prodeje hotelové kapacity přes GDS



Zdroj: http://www.hotelsconsult.com/menu2.htm

Příloha 7

Výsledky marketingového výzkumu na CD