

**JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH
BUDĚJOVICÍCH**

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání – cestovní ruch

Bakalářská práce

**Návrh zajištění provozu v ubytovacích a stravovacích
zařízeních pro specifickou skupinu klientů v oblasti
Veselí nad Lužnicí**

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Roman Švec

Autor:

Lucie Nováková

2010

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

Jméno a příjmení: Lucie NOVÁŘOVÁ
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: Obchodní podnikání

Název tématu: Návrh zajištění provozu v ubytovacích a stravovacích zařízeních pro specifickou skupinu klientů v oblasti Veselí nad Lužnicí

Zásady pro vypracování:

Cíl práce:

Analýza trhu ubytovacích a stravovacích služeb v oblasti Veselí nad Lužnicí pro účastníky kongresového cestovního ruchu. Navrhnout zajištění provozu ubytovacího, nebo stravovacího zařízení včetně zvláštností charakteristických pro vybraný segment klientů.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury a pramenů
2. Situační analýza zvoleného regionu, zařízení a skupiny zákazníků
3. Příprava a realizace terénního šetření
4. Návrh rozvoje služeb pro danou oblast, segment zákazníků a podnik

Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Literární přehled. 3. Analýza trhu a zákazníků. 4. Návrhy a doporučení. 5. Závěr. 6. Použitá literatura. 7. Přílohy.

Hozsah grafických prací: dle potřeby
Hozsah pracovní zprávy: 30 + 40 stran
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

Seznam odborné literatury:

- BERÁNEK, J., KOTEK, P. *Řízení hotelového provozu*, 4. vyd. Praha: Grada, 2004.
BERÁNEK, J. *Průmyslové pohostinství a ubytování*. Praha: MAG Consulting, 2004.
ČERNÝ, J., KRUPÍČKA, J. *Moderní hotel*. Úvaly: Ratio, 2007.
KIRÁLOVÁ, A. *Marketing hotelových služeb*. Praha: Ekopress, 2008.
KOSMÁK, P. *Hotelové podnikání a integrační procesy*. Praha: VŠH, 2008.
METZ, R., GRÜNNER, H., KESSLER, T. *Restaurace a host*. Praha: Europa - Sobotáles cz., 2008.
STÁREK, V., VACULKA, J. *Ubytovací úsek v oblasti cestovního ruchu*. Praha: MMR, 2008.
VESELÝ, P. *Projektování hotelového provozu*. Praha: VŠH, 2008.


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

Datum zadání bakalářské práce: 15. února 2009

Termín odevzdání bakalářské práce: 15. dubna 2010


prof. Ing. Magdaléna Brůžková, CSc.
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
BUDĚJOVICKÁ 13 328 02
370 05 České Budějovice


Ing. Stanislav Pátek, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 10. března 2009

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem svou bakalářskou práci na téma Návrh zajištění provozu v ubytovacích a stravovacích zařízeních pro specifickou skupinu klientů v oblasti Veselí nad Lužnicí vypracovala samostatně, na základě vlastních zjištění a s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

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

V Soběslavi dne 12. dubna 2010

.....

Lucie Nováková

Poděkování

Ráda bych tímto poděkovala všem, kdo přispěli a podíleli se na vypracování mé bakalářské práce. Děkuji především vedoucímu mé bakalářské práce Ing. Romanu Švecovi za odbornou podporu při jejím vypracování. Současně velmi děkuji provozní restaurace Lucia paní Věře Sedlecké, provozovateli hotelu Sloup panu Maderovi i pracovníkům Informačního centra Veselí nad Lužnicí za poskytnutí řady důležitých a užitečných informací.

Lucie Nováková

OBSAH

1.	Úvod.....	7
2.	Cíl práce a metodika.....	9
	2.1. Cíle práce.....	9
	2.2. Metodika a techniky práce.....	9
	2.3. Pracovní hypotézy.....	10
3.	Literární rešerše.....	11
	3.1. Cestovní ruch.....	11
	3.1.1. Druhy cestovního ruchu.....	13
	3.2. Kongresový cestovní ruch.....	13
	3.3. Služby v kongresovém cestovním ruchu.....	17
	3.3.1. Lokalizace kongresových služeb.....	18
	3.3.2. Ubytovací služby.....	20
	3.3.3. Stravovací služby.....	24
	3.3.4. Specifické služby pro kongresový cestovní ruch.....	27
4.	Situační analýza kongresových služeb ve městě Veselí nad Lužnicí.....	30
	4.1. Analýza sekundárních údajů.....	30
	4.1.1. Geografické vymezení města.....	30
	4.1.2. Dopravní dostupnost.....	31
	4.1.3. Analýza služeb a jejich využitelnost pro cestovní ruch.....	31

4.1.4. Analýza ubytovacích a stravovacích zařízení.....	34
4.2. Analýza primárních údajů.....	36
4.2.1. Dotazníky.....	37
4.2.2. Řízené rozhovory.....	42
4.3. Syntéza získaných údajů.....	51
5. Návrhy a doporučení.....	55
6. Závěr.....	62
7. Summary.....	65
8. Použité zdroje.....	67
8.1. Literární zdroje.....	67
8.2. Internetové zdroje.....	69
9. Seznam tabulek, grafů a schémat	
9.1. Přehled tabulek	
9.2. Přehled grafů	
9.3. Přehled schémat	
10. Seznam příloh	

1. Úvod

Kongresový cestovní ruch má několik významných funkcí. Podle Orišky (2004) umožňuje vzájemné setkání odborníků z různých oblastí, navazování nových pracovních kontaktů, zprostředkovává výměnu poznatků a zkušeností, rozšiřuje spolupráci. Umožňuje také poznat kulturní a historické památky v místě konání kongresové akce. Navíc jsou kongresové akce velmi ekonomicky výhodné a přinášejí nadprůměrné příjmy na jednoho účastníka. Příčina je v tom, že kongresových akcí se účastní vzdělaní lidé ze středních a vyšších sociálních vrstev a část výdajů spojených s účastí na těchto akcích většinou hradí zaměstnavatel. Proto si mohou dovolit využívat ubytovacích a stravovacích služeb vyššího standardu, navštěvovat atraktivní zařízení cestovního ruchu, což ale také vyžaduje vysokou kvalitu všech poskytnutých služeb. A nejenom to, kongresový cestovní ruch vytváří také desítky tisíc pracovních příležitostí nejen pro běžné, ale také specializované pracovní profese, např. pro tlumočníky, překladatele, průvodce atd. Další význam vyplývá z toho, že značná část kongresů se koná mimo sezónu, nejvíce oblíbené jsou měsíce září, květen a červen. Dochází tím k potlačení sezónnosti a přínosem je rovnoměrnější vytížení kapacit.

Podle agentury CzechTourism patří Česká republika mezi atraktivní destinace pro pořádání kongresů a incentivních programů. Bezpečnost je jedním z rozhodujících kritérií při pořádání kongresů. Česká republika patří k nejklidnějším a nejbezpečnějším destinacím. Svou polohou v samém centru Evropy představuje ideální místo pro mezinárodní setkání, což potvrzuje také neustálé rozšiřování pražského letiště. Jednou z nesporných výhod pořádání kongresů v České republice je poměr hodnoty služeb a ceny. I při zachování vysoké profesionality služeb jsou akce cenově na velmi přijatelné úrovni. Dvojnásob to platí při rozhodnutí uspořádat setkání jinde než v Praze, protože ceny v regionech jsou nižší, ale úroveň poskytovaných služeb se neliší.

Tato práce analyzuje trh ubytovacích a stravovacích služeb v oblasti Veselí nad Lužnicí pro specifickou skupinu klientů - účastníky kongresového cestovního ruchu. Zjištění se budou opírat mimo jiné o praktické zkušenosti, které jsem nasbírala při práci v zařízení specializovaném právě na tento segment klientů. Údaje získané v tomto ubytovacím

zařízení jsem chtěla použít i pro svoji bakalářskou práci. Bohužel se mi to nepodařilo, protože tento hotel je v současné době uzavřen. Tím i mikroregion Veselí nad Lužnicí přišel o velmi vhodné ubytovací a stravovací kapacity, ale také o kapacity s přiměřeným technickým vybavením pro pořádání kongresových akcí. Musela jsem proto obrátit svou pozornost na jiná ubytovací zařízení v této oblasti.

2. Cíl práce a metodika

2.1. Cíle práce

Hlavním cílem mé bakalářské práce bude zanalyzovat trh ubytovacích a stravovacích služeb v oblasti Veselí nad Lužnicí pro specifickou skupinu klientů, tj. pro účastníky kongresového cestovního ruchu. Dalším cílem bude navrhnout zajištění provozu ubytovacího a stravovacího zařízení včetně zvláštností pro vybraný segment klientů.

Dílčím cílem bude zjištění, zda trh ubytovacích a stravovacích služeb v dané oblasti odpovídá poptávce a zda služby pro účastníky kongresového cestovního ruchu odpovídají jejich požadavkům. Dalším dílčím cílem poté bude navrhnout možné změny v provozu ubytovacího a stravovacího zařízení pro daný segment klientů.

2.2. Metodika a techniky práce

Pro napsání mé bakalářské práce bude použit následující metodický postup:

Počáteční fáze bude představovat studium literatury z oblasti cestovního ruchu, jeho služeb, ale také provozu a managementu ubytovacích a stravovacích zařízení, které poslouží pro vypracování literární rešerše. Dalším zdrojem informací budou informační materiály o mikroregionu, internetové zdroje a informace z informačních center.

Pro analýzu stávající struktury služeb kongresového cestovního ruchu a popřípadě dalších doplňkových služeb budou využity údaje Českého statistického úřadu, pobočky České Budějovice a Jihočeské centrály cestovního ruchu. Tyto údaje doplním vlastním terénním šetřením. Cílem bude získat informace o tom, co motivuje účastníky k účasti, jaká je jejich doba pobytu, jaká je jejich spokojenost s poskytovanými službami nebo jaké jsou jejich představy o ideálně poskytnuté službě. V tomto šetření bude použita metoda dotazování. Pro účastníky cestovního ruchu budou připraveny dotazníky, ze kterých bude možno zjistit jejich spokojenost (nespokojenost) s poskytnutými službami. Pro získání dobrého rozhledu jsem připravena využít řízené rozhovory s vedoucími provozu podniků ve zkoumané oblasti. Cílem bude zjistit aktuální situaci na straně

nabídky hlavních i doplňkových služeb kongresového cestovního ruchu, které tato zařízení nabízejí.

Po shromáždění všech dostupných informací budou získané informace analyzovány a bude následovat syntéza výsledků. Zkoumáním nabídky i poptávky spolu s vlastním pozorováním bude získán ucelenější pohled na problematiku. V této části budou propojeny sekundární údaje s výsledky dotazníkového šetření a řízených rozhovorů, a to napomůže ke zhodnocení reálné situace ve zkoumané oblasti v mikroregionu Veselí nad Lužnicí.

Syntéza bude podkladem pro sestavení možných návrhů a opatření. Výsledků bude využito pro formulaci závěrů práce a potvrzení nebo vyvrácení pracovních hypotéz.

2.3. Pracovní hypotézy

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

Hypotézy:

1. Ve zkoumané oblasti neexistuje dostatečné množství kvalitních kapacit pro kongresový cestovní ruch
2. Ve zkoumaném regionu jsou patrné známky sezónnosti
3. Ceny za služby v daném regionu odpovídají kvalitě a úrovni poskytovaných služeb
4. Návštěvníci jsou spokojeni s obsluhujícím personálem a kvalitou servisu

3. Literární rešerše

Úvodem vysvětluji několik základních pojmů, které s touto prací úzce souvisí.

Podle Vaněčka (2008) lze národní hospodářství rozdělit na 3 sektory. Primární sektor, který zahrnuje těžbu, hornictví, rybnářství, lesnictví. Sekundární sektor, který zahrnuje zpracování produktů primárního sektoru, zpracování surovin a výrobu zboží. Terciární sektor, který zahrnuje obchodní služby, služby pro domácnost, služby cestovního ruchu a také prohlubování a rozšiřování lidských schopností.

Terciární sektor tedy zahrnuje obchod i služby. Podle Pražské (2002) lze obchod chápat v několika základních polohách: jako činnost a jako instituci, tzn. v širším a v užším pojetí. Obchod jako činnost představuje nejobsáhlejší pojetí, zahrnuje nákup a prodej zboží. Obchodní činností se mohou zabývat i subjekty, jejichž hlavní činností je výroba. Zde je většinou funkčně, časově i organizačně oddělen nákup a prodej. Kromě toho představuje obchod i činnosti, při nichž se neobchoduje se zbožím, ale i se službami, s informacemi, s cennými papíry atd. V nejširším slova smyslu patří tedy do obchodu i služby. Jde jednak o služby související s prodejem zboží (rezervace zboží, montáž, doprava), jednak jde o výhradní prodej služeb – osobní služby, prodej bankovních produktů, ale také služby cestovního ruchu.

3.1. Cestovní ruch

Pro cestovní ruch existuje množství definic. Vědeckému bádání cestovního ruchu se podle Heskové (2006) začala systematická pozornost věnovat již začátkem minulého století. V nejstarších dostupných pracích z tohoto období se autoři snažili zejména o odlišení cestovního ruchu od širšího pojmu cestování. V tomto období se jedná hlavně o práce E. Piccarda (1911), J. Gutha (1917), W. Morgenrotha (1927) a dalších. Významným mezníkem v procesu zkoumání cestovního ruchu bylo podle Heskové (2006) zpracování a publikování Všeobecné nauky cestovního ruchu švýcarskými autory, později renomovanými profesory W. Hunzikerem a K. Krapfem v roce 1942, kteří cestovní ruch definovali jako „soubor vztahu a jevů, které vyplývají z pobytu na cizím místě, pokud cílem pobytu není trvalý pobyt nebo výkon výdělečné činnosti“.

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

Pásková a Zelenka (2002) používají velmi často citovanou statisticky zaměřenou definici Světové organizace cestovního ruchu (WTO), která vymezuje cestovní ruch jako „činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě“. Stanovená doba je v mezinárodním cestovním ruchu jeden rok, v domácím cestovním ruchu je tato doba stanovena na šest měsíců.

Pojem cestovní ruch je také specifikován i v České verzi evropské normy EN 13809:2003. Norma má status české technické normy. Pod pojmem cestování a cestovní ruch se rozumí „činnost lidí, kteří cestují na místa mimo své běžné prostředí anebo zde pobývají za účelem zábavy, pracovní nebo z jiných důvodů“.

Podle Orišky (1999) je naopak cestovním ruchem „soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb spojených s cestováním a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště, obvykle ve volném čase, za účelem odpočinku, poznávání, zlepšení zdraví, zábavy, kulturního a sportovního vyžití, služebních cest a získání komplexního zážitku“.

Podle Kaspara (1995) funguje cestovní ruch jako systém, který je tvořen dvěma subsystemy. Prvním subsystemem je subjekt cestovního ruchu, který reprezentuje účastník cestovního ruchu. Druhým subsystemem je objekt cestovního ruchu, ten je reprezentován přírodou, kulturou atd. Na tento systém působí také vnější prostředí, a to ekonomické, politické, sociální, technicko-technologické a ekologické.

3.1.1. Druhy cestovního ruchu

Existuje mnoho druhů cestovního ruchu. Pokud mluvíme o druzích, podle Attla a Nejdla (2004) bereme za základ posuzování cestovního ruchu motivaci účastníků, tzn. příčina, proč cestují a pobývají přechodně na cizím místě.

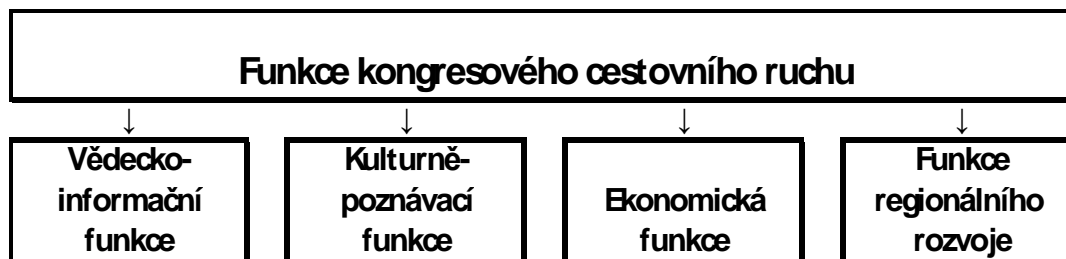
Podle Attla a Nejdla (2004) patří mezi nejznámější druhy cestovního ruchu **rekreační** cestovní ruch, pro který je charakteristický pasivní i aktivní odpočinek. Velmi oblíbený je také **sportovní** cestovní ruch. Jedná se např. o pěší, horskou, vodní turistiku, cykloturistiku, ale také mototuristiku, ke které neodmyslitelně patří kempování a karavaning. Součástí sportovního cestovního ruchu je i **dobrodružný** cestovní ruch, kam patří také tzv. adrenalinové sporty. Samostatným druhem je v dnešní době velice oblíbený **myslivecký** cestovní ruch, jehož součástí je i **rybářský** cestovní ruch. Dalším druhem je **kulturní** cestovní ruch, při němž chtějí účastníci poznat kulturní dědictví, kulturu a způsob života místních obyvatel. Velmi oblíbeným druhem je u nás i **lázeňský** cestovní ruch spojený se zdravotně-preventivními a léčebnými činnostmi pod lékařským dohledem. S tím souvisí také rozmach **zdravotního** cestovního ruchu, který by měl ochraňovat zdraví před důsledky vysokého životního tempa a způsobu života. Trendem se stala pohoda, péče o tělo a krásu atd. Dalším druhem je **stimulační** cestovní ruch, který by měl stimulovat zaměstnance k vyšší motivaci a ke zvýšení pracovního výkonu a tím i ekonomických výsledků. Posledním zmíněným druhem je **kongresový** cestovní ruch, který nejčastěji zahrnuje organizování kongresů, konferencí, symposií, seminářů, výstav a veletrhů.

3.2. Kongresový cestovní ruch

Podle Oriěšky (2004) má kongresový cestovní ruch řadu funkcí. Mezi ně patří zejména funkce vědecko-informační, která zprostředkovává výměnu poznatků a zkušeností, umožňuje navazování pracovních kontaktů a rozšiřování vědecké a odborné spolupráce. Další funkcí je funkce kulturně-poznávací. Účastník poznává místo konání akce, kulturní a historické památky, zvyky a tradice daného regionu. Neméně důležitá je funkce ekonomická. Tento druh cestovního ruchu také značně ovlivňuje regionální

ekonomiku zapojením mnoha subjektů, např. ubytovacích, stravovacích, společenských, zábavních a jiných. Tím se výrazně podílí na zvyšování zaměstnanosti v daném regionu.

Schéma 1: Funkce kongresového cestovního ruchu (Orieška 2004)

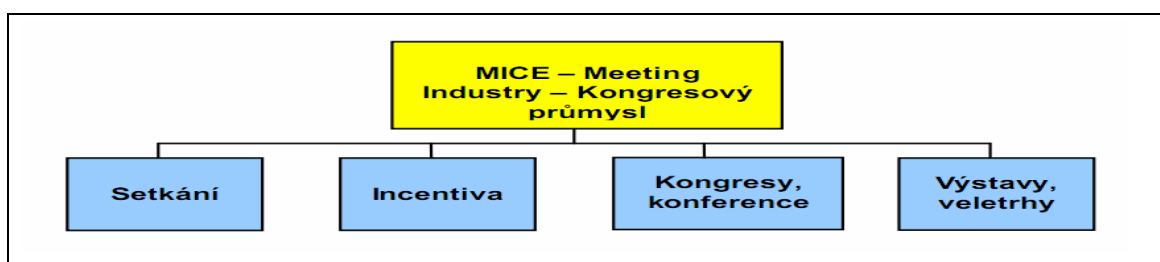


V tiskové zprávě agentury CzechTourism ze dne 11. 4. 2007 pod názvem „Náš společný cíl? Přilákat mezinárodní kongresy do ČR“ Rostislav Vondruška, ředitel agentury CzechTourism, říká: „Kongresový turista je pro ČR velmi významný svými dvojnásobnými výdaji v porovnání s turistou běžným. Často hovoříme o částce 6 500,-- Kč na osobu a den, což jsou nezanedbatelné příjmy do pokladen soukromých subjektů působících v cestovním ruchu.“

Podle Havla a Jánošky (2008) se můžeme v praxi setkat kromě pojmu kongresový cestovní ruch také s pojmy MICE nebo i s termínem kongresový průmysl. Mezinárodně používaná zkratka MICE je tvořena počátečními písmeny těchto anglických slov:

- Meetings (= setkání, schůze)
- Incentives (= incentiva, motivační pobyty)
- Conventions/Conferences (= kongresy/konference)
- Exhibitions/Events (= výstavy/akce)

Schéma 2: Základní dělení MICE produktů (Havel a Jánoška 2008)



Podle kolektivu STANCE COMMUNICATIONS, s.r.o. (2007) je kongresová turistika jedním ze segmentů cestovního ruchu, pro které je charakteristická profesní orientace. Hlavním motivem účasti na tomto druhu turistiky je získávání nových informací a zkušeností, navázání nových obchodních vztahů a získání nových zajímavých kontaktů. Kongresová turistika zahrnuje kromě hlavního účelu, tj. výměny vědeckých a odborných poznatků a zkušeností, také soubor činností a aktivit doprovodných. Těmito jsou výlety, prohlídky měst, kulturní a společenské akce, které vyplňují volný čas návštěvníků.

Akce kongresového ruchu se mohou podle Oriěšky (2004) klasifikovat z více hledisek. Asi nejběžnější je rozdělení na:

- a) tzv. tradiční kongresové akce, jejichž cílem je vyslechnout si projevy, referáty, účastnit se jednání, diskuzí, řešení problémů, přijímání závěrů atd. Jde hlavně o kongresy, konference a semináře.
- b) akce spojené s vystavováním různých výrobků nebo s prezentací různých služeb atd. Sem patří výstavy, veletrhy, workshopy.

Tradiční kongresové akce se podle Oriěšky (2004) rozlišují podle:

- 1) počtu účastníků – malé (do 100 osob), středně velké (do 200 osob) a velké (nad 200 osob),
- 2) délky trvání,
- 3) formy – kongres, konference, sympozium, seminář,
- 4) tematického zaměření – obchodní, profesní, vědecká, náboženská, vzdělávací, charitativní atd.,
- 5) struktury účastníků – mezinárodní, tzn. akce organizované mezinárodními organizacemi, kterých se účastní zástupci nejméně tří národů. Ve všech ostatních případech jde o akce se zahraniční účastí.

- 6) významu jednání a jeho závěrů – akce místního, regionálního, národního, mezinárodního nebo světového významu,
- 7) možnosti účasti na akci – uzavřené a otevřené,
- 8) způsobu organizace – akce organizované v tradičních, zejména hotelových zařízeních, anebo ve specializovaných, jako jsou kongresová centra, paláce atd. Dále jde o tzv. pohyblivé – putovní akce organizované na námořních lodích, případně v letadlech. Novou formou jsou masové kongresové akce s dálkovým přenosem informací – telekongresy a telekonference.

Podle Havla a Jánošky (2008) se základní dělení veletržních a výstavních akcí člení z obchodního hlediska do dvou velkých skupin: **komerční**, sloužící především k posílení obchodních vztahů mezi jednotlivými organizacemi, prezentací výrobků, služeb a know-how firem, a **nekomerční**, akce pořádané státními institucemi, společenskými hnutími či zájmovými společenstvími především uměleckého, sběratelského a informačního charakteru.

Kolektiv STANCE COMMUNICATIONS, s.r.o. (2007) rozděluje kongresový průmysl podle Mezinárodní organizace International Assotiation of Professional Congress Organizers (IAPCO) do čtyř tržních segmentů:

- Firemní konference – setkání, uzavřená setkání, schůzky určené pouze úzce specifikovanému okruhu účastníků, např. pro pracovníky firmy, pro firemní klienty atd.
- Incentivy – motivační, pobídková turistika, teambuildingové akce
- Asociace – konference, kongresy, shromáždění, schůze
- Veletrhy a výstavy

3.3. Služby v kongresovém cestovním ruchu

Na trhu cestovního ruchu působí mnoho organizací zabývajících se cestovním ruchem. Jde o cestovní kanceláře a agentury, dopravní společnosti, ubytovací a stravovací zařízení, zábavní parky atd. S mou bakalářskou prací souvisejí nejvíce právě ubytovací, stravovací a další doplňkové služby typické pro účastníky kongresového cestovního ruchu.

V hotelu jsou služby nedůležitějším faktorem. A. Payne (1996) definoval službu: "Služba je činnost, která v sobě má určitý prvek nehmataelnosti a vyžaduje určitou interakci se zákazníkem nebo jeho majetkem. Výsledkem služby není převod vlastnictví. Služba může vést ke změně podmínek a její produkce může či nemusí být úzce spojena s fyzickým produktem".

Podle P. Kotlera (2007) je službou „, jakákoli činnost nebo prospěch, kterou může jedna strana nabídnout druhé a která je svou podstatou nehmotná a nevytváří žádné hmotné vlastnictví. Poskytování služby se může nebo nemusí vázat k hmotnému produktu“.

A. M. Rushton a M. J. Carson (1985) uvádějí jako základní rozdíly mezi zbožím a službou skutečnost, že zboží se vyrábí a služba se poskytuje.

Podle Királ'ové (2006) jsou pro služby charakteristické čtyři vlastnosti:

- Nehmataelnost
- Proměnlivost – poskytování služeb závisí na lidech, to znamená, že jsou subjektivní a nelze je standardizovat
- Nedělitelnost – poskytování a spotřeba služeb závisí na místě a čase a je potřeba přítomnost zákazníka
- Pomíjivost – službu nelze skladovat

Cestovní ruch je specifickou oblastí národního hospodářství. Jednou z důležitých specifik je sama podstata služeb. Podle Beránka a Kotka (2007) jsou služby vázány na:

- místo s výskytem předpokladů cestovního ruchu,

- časovost - jejich tvorba, realizace i spotřeba je místně i časově spojena,
- pomíjivost - je dána tím, že pokud služby nejsou spotřebovány v době, kdy jsou k dispozici, jejich výkon je ztracen,
- osobní charakter – slouží k bezprostřednímu uspokojení potřeb účastníků cestovního ruchu a jsou službou lidí pro lidi,
- výslednici společné činnosti mnoha odvětví podílející se na zabezpečení fungování systému cestovního ruchu.

3.3.1. Lokalizace kongresových služeb

Kongresová města se dělí do tří skupin – města první, druhé a třetí volby.

Města první volby disponují ubytovací kapacitou 2000 - 3000 hotelových pokojů v kategorii čtyř až pěti hvězdiček, mají mezinárodní letiště s přiměřeným spojením do hlavních světových center, mají jedno nebo více kongresových center, nabízejí vhodné přírodní a turistické atraktivity v dostupném okolí, adekvátní rozsah stravovacích a zábavních zařízení a kompletní doprovodné služby v potřebné kvalitě.

Města druhé volby disponují ubytovací kapacitou 1000 - 1500 hotelových pokojů v kategorii čtyř až pěti hvězdiček, mezinárodní letiště leží v dojezdové vzdálenosti 2 hodin, mají kongresové centrum, nabízejí vhodné přírodní a turistické atraktivity v dostupném okolí, adekvátní rozsah stravovacích a zábavních zařízení a kompletní doprovodné služby v potřebné kvalitě.

Města třetí volby disponují ubytovací kapacitou 500 - 1000 hotelových pokojů v kategorii čtyř až pěti hvězdiček, mezinárodní letiště je v dojezdové vzdálenosti více než 2 hodiny, mají kongresové centrum, nabízejí adekvátní rozsah stravovacích a zábavních zařízení a doprovodné služby v potřebné kvalitě.¹

Poskytování kongresových služeb vyžaduje také dle Orišky (2004) specifické materiálně-technické podmínky, které umožňují jednání, ubytování, stravování a efektivní využití volného času účastníků. Jedná se především o hotely s vhodnými jednacími prostory, specializovaná zařízení a budovy, jako jsou kongresová centra,

¹ *Kongresová turistika*, [online]. [cit. 2009-11-11]: Dostupné z WWW: <http://projekty.nazory.cz/pscr/11_kongres.doc>.

kongresové paláce, kongresové sály atd., a některé druhy dopravních prostředků, jako jsou lodě nebo letadla. Kongresový hotel by měl poskytovat komplexní kongresovou vybavenost. Nejvýznamnější součástí je konferenční sál s technickým vybavením (diktafon, zpětný projektor, videorekordér, osobní počítač, flipchart, promítací plátna atd.). Jednací sály by měly mít dobrou akustiku, ozvučení, osvětlení a klimatizaci. Můžeme se také setkat s označením seminární hotel, kde se pořádají menší kongresové akce.

Podle Havla a Jánošky (2008) nejvíce velkých akcí hostí specializovaná kongresová a konferenční centra, která disponují vhodnými prostory. Velikost kongresových center vychází z potřeb destinace. Obvykle disponují velkým konferenčním sálem, menšími zasedacími místnostmi a mezi standardní vybavení patří audiovizuální zařízení, informační a komunikační media. Významná část těchto akcí je pořádána také v hotelech a univerzitních komplexech. Vysoké školy a univerzity disponují vhodnými konferenčními prostory, jejich výhodou je také pedagogické a vědecké zázemí, avšak ubytovací kapacity obvykle chybí. Akce menšího charakteru se konají ve školících centrech, hotelech nižší kategorie nebo penzionech (viz Příloha 1). Malá část těchto akcí bývá pořádána v prostorách, které většinu času slouží jiným účelům a pro tyto akce jsou využívány spíše výjimečně. Motivem takové volby bývá snaha navodit potřebnou atmosféru nebo využít symboliku místa. Bohužel tyto neobvyklé prostory disponují horším zázemím, technickými, dopravními a dalšími podmínkami.

Podle Kolektivu STANCE COMMUNICATIONS, s.r.o. (2007) je pozitivní image destinace důležitým předpokladem pro rozvoj kongresového cestovního ruchu. Při vytváření pozitivní image sehraje důležitou roli lidský faktor. Nejedná se pouze o kvalitní personál zařízení cestovního ruchu, ale také o chování místních obyvatel. K vytváření image destinace přispívá jejich přívětivé chování, pohostinnost, jazyková vybavenost, ale i vůle představit návštěvníkům svůj kraj i místní lidové zvyky.

Podle Havla a Jánošky (2008) image zemí a měst také významně ovlivňuje řada politických, ekonomických, kulturních, společenských, bezpečnostních a dalších faktorů. Z dlouhodobého hlediska to je především politická stabilita, ekonomická

vyspělost, historické a kulturní tradice. Na image destinace působí také sezónní faktory. Přínosem bývá pořádání významných politických, odborných, kulturních a sportovních akcí. Mezi negativní vlivy patří zejména teroristické útoky, přírodní katastrofy a zdravotní rizika.

3.3.2. Ubytovací služby

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

Hesková (2006) ještě zmiňuje možnost ubytování v soukromí (chaty, pokoje, prázdninové byty) nebo v ubytovacích prostředcích (stany, autopřívěsy - karavany, obytná auta). Ubytovací služby během cestování poskytují např. lůžkové a lehátkové vagóny v železniční dopravě, rotely a autobus-hotely, případně motely a autokempy v silniční dopravě, výletní lodě ve vodní dopravě.

Podle Stárka a Vaculky (2008) zajišťuje ubytovací úsek ubytovací služby hostům v průběhu jejich pobytu v hotelu. Uvedený úsek se skládá z části nazvané **Front Office**, která zajišťuje prvotní kontakt s hosty. Tato část zahrnuje středisko recepce, kde host obdrží pokoj, vyžádá si potřebné služby a na konci pobytu zde provede odhlášení. Je to velmi důležité komunikační místo, které provází hosty během celého jejich pobytu. Součástí může být i tzv. Concierge neboli vrátný. Tato pozice byla ještě v nedávné době velmi důležitá, ale tím, že se zavedly elektronické zámky u pokojů, zdokonalily se telefonní služby atd., činnosti této pozice se velmi zúžily a většinou se přenesly na pracovníky recepce. Dále sem ještě řadíme tzv. halové služby. Další součástí ubytovacího úseku je středisko **Housekeeping**.

Rozsah a kvalitu služeb poskytovaných při uspokojování poptávky nazývá Hesková (2006) standard služeb. Ovlivňuje ho více činitelů, hlavně charakter zařízení, osobní

a věcné provozní předpoklady a technické vybavení (sauna, bazén, garáž), také pohotovost pracovníků, klientela, sezónní vlivy a úroveň využití lůžkové kapacity.

Jednotlivá zařízení nabízejí různý standard placených a neplacených doplňkových služeb. Jednodušší ubytovací zařízení poskytuje menší rozsah služeb a naopak s vyšší kategorií stoupá nejen standard a rozsah služeb, ale i některé placené služby přecházejí do skupiny neplacených služeb.

Klasifikace ubytovacích zařízení v ČR

Sdružení podnikatelů v pohostinství, ubytovacích a stravovacích službách UNIHOST a Asociace hotelů a restaurací ČR (AHR ČR) za podpory Ministerstva pro místní rozvoj ČR a České centrály cestovního ruchu – CzechTourism zpracovaly „Oficiální jednotnou klasifikaci ubytovacích zařízení České republiky 2010 - 2012“. Ta se stala součástí mezinárodního „středoevropského“ systému Hotelstars Union, který v současné době sjednocuje klasifikační kritéria ČR, Německa, Rakouska, Maďarska, Švýcarska, Švédska a Nizozemí. Hotelstars Union zaručuje stejné parametry kvality ubytovacích služeb v tomto významném regionu. Klasifikace je založena na dobrovolnosti, nejedná se tedy o závazný právní předpis. Jejím cílem je usnadnit orientaci v nabídce ubytovacích služeb jak pro spotřebitele, tak i pro zprostředkovatele těchto služeb. Snaží se zvýšit transparentnost trhu a zkvalitnit služby, které poskytují ubytovací zařízení. Provozovatel ubytovacího zařízení se sám rozhoduje, zda se procesu klasifikace zúčastní či nikoli. Klasifikace má následující kategorie:

- * Tourist
- ** Economy
- *** Standard
- **** First Class
- ***** Luxury

Udělování a obnovování Certifikátů a Klasifikačních znaků provádějí pro své členy i ostatní podnikatele profesní sdružení AHR ČR a UNIHOST. Klasifikační znaky (samolepky) se udělují na tříleté období počínaje lednem 2010 a konče prosincem 2012.

Hlavním rozdílem oproti původní klasifikaci je mezinárodní jednotnost klasifikačního procesu a velká flexibilita systému. Každé zařízení se nejprve klasifikuje podle kontrolních listů – skládají se z povinných a nepovinných bodů pro každou třídu. Flexibilita spočívá v tom, že nepovinných bodů je poměrně velké množství a každý hotel se tedy může rozhodnout, které prvky jsou pro jeho klientelu nejdůležitější. Ti, kteří splňují více než jen povinná kritéria a minimální počet nepovinných kritérií, pak mohou získat v každé třídě ještě označení Superior. (viz Příloha 2). Přejít se tak od klasifikace, která striktně hoteliéry limitovala a bránila některým menším ubytovacím zařízením se do systému zařadit, k hodnocení, které za jasných podmínek umožňuje jeho využití široké škále ubytovacích zařízení při zachování transparentnosti služby a ochrany spotřebitele.

Nová klasifikace dělí ubytovací zařízení do těchto kategorií:

Hotel – ubytovací zařízení nejméně s 10 pokoji pro hosty vybavené pro poskytování přechodného ubytování a služeb s tím spojených. Člení se do pěti tříd. Hotel garni má vybavení jen pro omezený rozsah stravování (nejméně snídaně) člení se pouze do čtyř tříd.

Motel - ubytovací zařízení nejméně s 10 pokoji pro hosty poskytující přechodné ubytování a služby s tím spojené zejména pro motoristy. Dělí se do čtyř tříd. Zařízení se nachází v blízkosti pozemních komunikací s možností parkování.

Penzion – ubytovací zařízení s nejméně 5 a maximálně 20 pokoji pro hosty, s omezeným rozsahem společenských a doplňkových služeb. Člení se do čtyř tříd. Omezené služby stravování spočívají v absenci restaurace. Penzion však musí disponovat minimálně místností pro stravování, která zároveň může sloužit k dennímu odpočinku hostů.

Botel – ubytovací zařízení umístěné v trvale zakotvené osobní lodi. Botel se zařazuje nejvýše do čtyř hvězdiček. Na botel se vztahují téměř všechny požadavky a kritéria jako na hotely příslušné třídy.

Specifická hotelová zařízení

- **Lázeňský/Spa hotel** – ubytovací zařízení, které splňuje veškeré požadavky pro kategorii hotel a které současně zajišťuje lázeňskou péči.
- **Lázeňský hotel garni** - ubytovací zařízení, které splňuje veškeré požadavky pro kategorii hotel garni a které současně zajišťuje lázeňskou péči.
- **Wellness hotel** – ubytovací zařízení, které splňuje veškeré požadavky pro kategorii Hotel 3* - 5* a zároveň poskytuje služby wellness
- **Resort/Golf Resort** - ubytovací zařízení, které splňuje veškeré požadavky pro kategorii Hotel 3* - 5*. Jedná se o uzavřený soubor objektů, kde může být restaurace a recepce mimo ubytovací část.

Dependance – je vedlejší budova ubytovacího zařízení bez vlastní recepce, organizačně související s hlavním ubytovacím zařízením, které pro dependance zajišťuje plný rozsah služeb odpovídající kategorii a třídě, a není vzdáleno více než 500 metrů.

Podle Černého a Krupičky (2007) zprostředkuje Klasifikace důkaz o kvalitě a úrovni poskytovaných služeb v českém hotelnictví. Napomáhá v sezóně, při veletrzích a kongresech lépe využít kompletní regionální nabídku lůžek, dále je důležitým krokem k úspěšnému prosazení se české nabídky ubytovacích kapacit na mezinárodních trzích. Navíc se může Klasifikace stát podnětem, investicí a motivací ke zvýšení výkonů, protože provozovatel má možnost porovnat stav vybavení hotelu a úroveň jím poskytovaných služeb s požadavky pro jednotlivé kategorie a může tak odstranit slabá místa.

Klasifikace ostatních ubytovacích zařízení je od roku 2000 stanovena v dokumentu „Doporučení upravující základní ukazatele pro poskytování ubytovacích služeb v rámci ubytování v soukromí, v kempech a chatových osadách a v turistických ubytovnách“. Svaz podnikatelů v ČR ve venkovské turistice a agroturistice ručí za ubytování v soukromí, Kempy a chatové osady ČR – Živnostenské společenstvo ručí za kategorii kempy a chatové osady a Klub českých turistů ručí za kategorii turistické ubytovny.

3.3.3. Stravovací služby

Stravovací služby jsou pro účastníky cestovního ruchu velmi důležité. Dle Heskové (2006) zabezpečují stravovací služby uspokojení základních potřeb výživy, přispívají k zotavení a vytvářejí větší fond volného času využitelný na uspokojení potřeb účastníků cestovního ruchu. Jde o služby základního stravování, doplňkového stravování a občerstvení, ale i o společensko-zábavní služby, které jsou spojené s hudební produkcí, kulturním programem, případně další služby.

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

Podle kolektivu HALLAN, s. r.o. (2008) je úkolem stravovacího úseku poskytovat stravovací služby, a to především hotelovým hostům. Stravovací středisko můžeme rozdělit do 3 částí: výrobní (kuchyně), odbytovou (restaurace, bary atd.) a úsek skladového hospodářství. Manažer stravovacího úseku patří na úroveň středního managementu. Na úrovni nejnižšího managementu jsou ve stravovacím úseku postaveni vedoucí skladu, šéfkuchař a vedoucí odbytového střediska. Vedoucí skladu řídí úsek skladového hospodářství a je zodpovědný za práci všech dalších pracovníků skladu. Šéfkuchař řídí výrobní středisko a je zodpovědný za práci kuchaře, kuchyňské hospodyně a pomocného personálu. Manager restaurant řídí odbytové středisko, kterým je nejčastěji hotelová restaurace. Zodpovídá za práci vrchních číšníků, číšníků, barmanů a ostatního obsluhujícího personálu.

Předmětem činnosti stravovacího úseku je podle kolektivu HALLAN, s.r.o. (2008) především organizace a řízení gastronomického provozu, dodržování hygienických předpisů, plnění finančního plánu, řízení zásobování zbožím, surovinami a pomocným

materiálem, organizování gastronomických akcí, provádění pravidelné inventarizace, vyřizování reklamací a stížností zákazníků ve stravovacím úseku atd. Při práci ve stravovacím úseku je třeba dodržovat určitá pravidla a to hlavně ve vztahu k hostům. Proto se od pracovníků vyžaduje jistá dávka taktu a zkušeností. Je třeba dodržovat společenské zvyklosti a etiku.

Kategorizace stravovacích služeb

Kategorizace vychází z „Doporučení upravujícího základní ukazatele pro kategorizaci hostinských a ubytovacích zařízení“(1994). Hostinská zařízení (provozovny) se dělí podle druhu do kategorií a zařazují se do nich dle převažujícího charakteru jejich činnosti. Doporučení rozděluje zařízení na:

1. Restaurace

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

Pohostinství – modifikovaný typ restaurace zabezpečující základní i doplňkové stravování.

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

Motoresty – restaurace s dostatečnou kapacitou pro parkování motorových vozidel budované při silnicích nebo při dálnicích, které poskytují služby především motoristům

Samoobslužná restaurace (kafeterie) – hostinské zařízení zajišťující základní a doplňkové stravování samoobslužným způsobem.

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

Bistro – analogická forma bufetu. Obdobně jsou charakterizována i hostinská zařízení typu **fast food outlets** jako např. McDonald's, Burger King, která však podávají pokrmy a nápoje převážně v nevratných obalech.

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

2. Bary

Denní bar – hostinské zařízení, jehož dominantním vybavením je barový pult. Poskytuje obslužným způsobem občerstvovací, případně i podle svého zaměření stravovací služby. Je možná specializace podle hlavního předmětu prodeje např.:

Gril bar (grilované pokrmy)

Pizzeria (pizza)

Snack bar (výrobky studené kuchyně, minutková jídla)

Aperitiv bar (výrobky studené kuchyně, různě připravované nápoje)

Lobby bar (je součástí hotelu a nabízí především různě připravené teplé i studené nápoje)

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

Vinárna – obslužné hostinské zařízení specializované především na podávání vína. Dále podává studené, případně i teplé pokrmy.

Kavárna – obslužné hostinské zařízení se zaměřením hlavně na prodej teplých nápojů, cukrářských výrobků, studené kuchyně a podle místních podmínek i teplých pokrmů. Svou funkcí a charakterem slouží k delšímu pobytu hosta a tomu je přizpůsobeno i zařízení a vybavení, je k dispozici tisk, společenské hry atd. Kavárny mohou být podle

svého poslání specializovány (taneční kavárna, koncertní kavárna, kino - kavárna) nebo kombinovány (kavárna - cukrárna).

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

Hostinec – hostinské zařízení specializované převážně na podávání piva a jídel vhodně doplňujících jeho konzumaci.

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

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

3.3.4. Specifické služby pro kongresový cestovní ruch

Podle Orišky (2004) předpokládá každá kongresová akce vysoký standard (rozsah a kvalitu) všech poskytovaných služeb. Soubor služeb, které produkuje a nabízí cílově místo konání kongresové akce (primární nabídka) a organizátor akce ve spolupráci s dodavatelem služeb (sekundární nabídka), nazývá Oriška (2004) produktem kongresového cestovního ruchu. Z pohledu účastníka kongresové akce je produkt souborem – balíkem jednotlivých služeb vzájemně řetězově spojených. Řetězec služeb tvoří služby předcházející účasti na kongresové akci (služby předcházející), služby související s jednáním a pobytem v cílovém místě (služby na místě) a služby spojené se zpáteční cestou (služby následné).

Schéma 3: Řetězec služeb kongresového cestovního ruchu (Orieška 2004)

Před akcí	<ul style="list-style-type: none"> ○ Informace o akci a podmínkách účasti ○ Rezervace služeb a registrace účastníků ○ Přeprava do cílového místa
Na místě	<ul style="list-style-type: none"> ○ Příjezd do cílového místa ○ Transfer do ubytovacího zařízení ○ Registrace a převzetí kongresových materiálů ○ Ubytování ○ Stravování ○ Účast na jednání ○ Služby během pobytu ○ Ukončení pobytu, odhlášení
Po akci	<ul style="list-style-type: none"> ○ Zpáteční doprava do místa bydliště ○ Goodwillové aktivity po kongresu

Podle Havla a Jánošky (2008) je velmi důležitá pro pořádání kongresových akcí především dopravní infrastruktura, která musí zahrnovat široký okruh dílčích druhů dopravy – letecká, silniční, železniční atd. Významnou roli hrají mezinárodní letiště, která musí mít dostatečnou frekvenci spojů s významnými světovými městy. K transferům z/na letiště (případně nádraží), do/z kongresového centra využívají účastníci kongresů služby autobusových dopravců, provozovatelů taxi a dalších poskytovatelů smluvní dopravy. Účastníci využívají všechny druhy dopravy v závislosti na zvolené cílové destinaci. Jen malá část účastníků preferuje individuální dopravu.

Pro úspěšné konání kongresové akce se musí podle Oriešky (2004) zajistit zejména zabezpečení (pronájem) a přípravu jednacích prostor, zpracování a tisk kongresových materiálů (pozvánky, program, referáty), propagaci a poskytování informací o programu a organizaci akce, organizační služby před zahájením a během akce (registrace účastníků, inkaso účastnických poplatků, odevzdání materiálů), tlumočnické a překladatelské služby, tisk a expedici sborníků. Pro účastníky akce se zajišťují obvykle všechny služby, které souvisejí s jejich pobytem v cílovém místě. Jde tedy o přepravu (transfer), ubytování, stravování, ale také doprovodný program.

Podle Havla a Jánošky (2008) představuje doprovodný program příležitost blíže poznat dané místo a jeho okolí. Doprovodný program můžeme podle Havla a Jánošky (2008) rozdělit do následujících skupin:

- společenské večery – mezi tyto akce patří zejména slavnostní zahájení a ukončení akce formou rautů, banketů a galavečeří,
- kulturní akce – sem řadíme zejména návštěvy koncertů, operních představení, baletu atd.,
- program před a po akci – zahrnuje zejména nabídku pěších prohlídek, okružních jízd, výletů a exkurzí ve městě a okolí,
- program pro doprovod účastníků – vedle nabídky celodenních výletů bývá určitý čas vyhrazen také nákupům.

Sortiment poskytovaných ubytovacích, stravovacích a doplňkových služeb by měl podle Oriešky (2004) respektovat požadavky hostů. Týká se to hlavně vybavení hotelových pokojů barevnými televizory se satelitním příjmem, telefonem, přípojkou pro počítač a internet atd. Z doplňkových služeb jde zejména o úschovu cenných předmětů, prodej novin, časopisů a suvenýrů, kadeřnické služby, služby fitcentra atd. K vybavení patří i přiměřená kapacita parkoviště pro osobní auta. Na úhradu služeb musí mít host možnost použít různé druhy platebních karet.

4. Situační analýza kongresových služeb ve městě Veselí nad Lužnicí

4.1. Analýza sekundárních údajů

4.1.1. Geografické vymezení města Veselí nad Lužnicí

Město Veselí nad Lužnicí leží v treboňské pánvi na soutoku řek Lužnice a Nežárky a je ze severu vstupní branou do Chráněné krajinné oblasti Třeboňsko. Skládá se ze tří částí – Horusice, Veselí nad Lužnicí I a Veselí nad Lužnicí II. Nachází se v nadmořské výšce okolo 410 metrů, jeho rozloha je 2956 ha a má téměř 6 600 obyvatel.

Vzniklo v roce 1943 spojením dvou měst - Veselí a Mezimostí. Stalo se vyhledávaným místem výletníků, neboť jeho poloha v centru jižních Čech umožňuje podnikat jednodenní výlety téměř po celém jihočeském území. Obklopují ho lesy, pískovny a bezpočet menších i větších rybníků. Na své si zde přijdou příznivci vodních sportů, rybáři i cykloturisté.

Veselí nad Lužnicí je od roku 1994 členem klubu "Veseláků", který sdružuje obce mající ve svém názvu Veselí: Nové Veselí, Veselí nad Moravou, Veselí u Přelouče, Vysoké Veselí, Veselí u Mohelnice, Veselí u Dalečína, Veselí u Štětí a Veselí v Severní Dakotě. Ve stejné době byly navázány i přátelské styky se švýcarskou obcí Diemtigen a rakouskou obcí Yspertal.

V roce 2003 vzniká také dobrovolný svazek obcí Veselsko. V roce 2008 již sdružuje 18 samostatných obcí a čtyři další obce bez vlastního obecního úřadu. Má rozlohu 18 300 ha a počet obyvatel přesahuje deset tisíc. Kromě Veselí nad Lužnicí do mikroregionu patří obce Borkovice, Bošilec, Drahotěšice, Drahov, Dynín, Mazelov, Mažice, Neplachov, Řípec, Sviny, Újezdec, Val, Vlkov, Vlkov u Ševětína, Zálší, Zlukov a Žišov a osady Hamr, Klečaty, Lhota a Vyšné.

4.1.2. Dopravní dostupnost

Veselí nad Lužnicí je důležitou železniční a silniční křižovatkou. Leží přímo u hlavní silnice E 55, která ho spojuje s městy České Budějovice a Praha. Silnicí I. třídy 24 se turisté dostanou do Třeboně, silnicí I. třídy 23 dojedou do Jindřichova Hradce. Město je tedy velmi dobře přístupné pro turisty, kteří ho chtějí navštívit osobním automobilem. (viz Příloha 3).

Veselí nad Lužnicí je významný železniční uzel. Vede zde důležitá železniční trať č. 220, která spojuje Veselí nad Lužnicí s Prahou a Českými Budějovicemi. Železnicí lze přímo cestovat také do Jindřichova Hradce (trať č. 225) nebo do Třeboně (trať č. 226).

Městem několikrát denně projíždějí pravidelné linky různých autobusových dopravců. Tyto linky poskytují spojení s městy Praha, České Budějovice, Český Krumlov, Třeboň, Týn nad Vltavou, Jindřichův Hradec atd.

Výstavba dálnice D3 a železničního koridoru na trati Praha – České Budějovice dopravní dostupnost v budoucnu ještě zrychlí a zkvalitní. Zlepšení dopravní dostupnosti umožní i rozvoj doplňkových služeb.

4.1.3. Analýza služeb a jejich využitelnost pro cestovní ruch

Veselí nad Lužnicí a jeho okolí nabízí širokou škálu přírodních, kulturních a historických atraktivit. Dominantou města je **Stará radnice**. Za zhlédnutí také stojí **Kostel Povýšení sv. Kříže**. Kostel je i místem konání koncertů vážné hudby. Oceněním je spolupráce se společností The Prague Concert Company, která organizuje v tomto kostele spolu s informačním střediskem města vystoupení zahraničních pěveckých sborů.

Velkou zajímavostí Veselska je selské baroko. S tím souvisí **Greenway Selského baroka** navazující na páteřní trasu Greenway Praha Vídeň. Základní okruh v délce 36 km prochází obcemi s nejkrásnějšími ukázkami selského baroka (viz Příloha 4). Trasa vede: Veselí nad Lužnicí - Žíšov - Borkovice - Sviny - Mažice - Zálší - Klečaty -

Komárov - Svinky - Vlastiboř - Záluží - Dráčov – zpět do Veselí nad Lužnicí. Vesnice si zachovaly původní ráz a majitelé většiny usedlostí udržují svá stavení v původní podobě. Na celé trase se nachází mnoho zajímavostí. Mezi ně patří např. **Blatské muzeum ve Veselí nad Lužnicí**, kde jsou vystaveny uměleckohistorické sbírky, které dokumentují život ve městě v 16. a 19. století. Pozornost je dále věnována národopisu Blat.

Město nabízí také řadu přírodních atraktivit. Významná je naučná stezka **Veselské pískovny**, která vede po hrázích bývalých pískoven (viz Příloha 5). K pískovně neodmyslitelně patří chráněná lokalita **Pískový přesyp** u Vlkova, což je téměř hektar pouště s jedinečnou faunou a flórou. Další velkou atraktivitou je také naučná stezka **Borkovická Blata** procházející přírodní rezervací se specifickou rašeliništní vegetací a **Frahelžská soustava** zbudovaná „prokletým regentem“ Jakubem Krčínem s okouzujícími názvy rybníků (Naděje, Překvapil, Láska, Skutek, Víra, Dobrá vůle a další), **Horusický rybník**, **Rožmberský rybník** s naučnou stezkou a **Velký a Malý Tisý** – významné hnízdiště a tahové shromaždiště vodních ptáků, ornitologická rezervace celosvětového významu. Účastníci kongresových akcí si mohou vyjet na kole po hrázích rybníků až do Třeboně, cyklotrasa měří cca 30 km.

Zajímavou technickou památkou, kterou mohou účastníci v rámci doplňkového programu navštívit, je také umělý kanál **Zlatá stoka**. Toto technické dílo z počátku 16. století tvoří páteř třeboňské rybníční soustavy a přivádí vodu z Lužnice do jednotlivých rybníků. Na Zlatou stoku je napojeno téměř šedesát rybníků s celkovou plochou 2 700 ha.

Pro aktivní odpočinek mohou hosté využít ve Veselí nad Lužnicí a jeho okolí mnoho různých sportovišť, která nabízejí široké možnosti sportovního vyžití. Ve městě působí tělovýchovná jednota Lokomotiva. V jejím areálu je návštěvníkům k dispozici sportovní hala s posilovnou, dvě fotbalová hřiště, zimní stadion, atletický stadion s tartanovou dráhou, čtyři tenisové a dva nohejbalové a volejbalové kurty. V nedaleké vesničce Zálší působí jezdecký oddíl Dolly Zálší, který organizuje pro návštěvníky vyjížďky na koních. Dále mohou návštěvníci navštívit lanový park Vávrovka, kde mohou zdolat

15 lanových překážek v korunách stromů ve výšce 10 až 15 metrů. Tento park je určen pro školy a školská zařízení, letní tábory, ale také pro firemní teambuildingové nebo společenské akce a rodinné výpravy.

Veselí nad Lužnicí také pravidelně pořádá řadu kulturních a sportovních akcí. Na své si přijdou především cykloturisti, ale i ostatní sportovci a milovníci zábavy. Mezi nejnámější akce bych zařadila dálkový pochod a cyklojízdu po hrázích rybníků Chráněné krajinné oblasti Třeboňsko nazvanou **Krajem rybníků**. Dále se mohou účastníci cestovního ruchu ve městě zúčastnit **Veselských slavností**, je to víkend plný zábavných her, soutěží, koncertů, sportovních klání. Mezi významné sportovní události patří **Betonový muž a žena**, rekreační triatlon v oblasti veselských pískoven – 500 m plavání, 20 km jízda nakole a 7 km běh, a **Krčínův labyrint**, cykloturistická akce s trasami od 10 do 125 kilometrů. Tyto kulturní a sportovní akce nejsou asi pro účastníky kongresového cestovního ruchu příliš důležité. Řada z nich však může, pokud bude spokojena s poskytnutými službami, navštívit město i v rámci rodinné turistiky nebo cykloturistiky.

V nedalekém městě Soběslavi je také veřejné vnitrostátní letiště, které vlastní a provozuje občanské sdružení Aeroklub Soběslav. Letiště je využíváno převážně plachtaři a piloty ultralehkých letounů. Aeroklub Soběslav v současné době provádí výcvik pilotů kluzáků na osvědčených československých kluzácích typu L-13 Blaník a L-23 Super Blaník. Letiště není vhodné pro přistání letadel přepravujících účastníky cestovního ruchu, ale nabízí zajímavou možnost zábavy pro zájemce o létání. Organizuje také vyhlídkové lety dvou a čtyřmístným letadlem a balonem pro čtyři osoby, což může být další forma relaxace pro účastníky kongresových akcí.

Asi 25 km od Veselí nad Lužnicí se nachází známé lázeňské letovisko Třeboň. Zde lze využít služeb wellnesscentra v lázních Aurora. Účastníci cestovního ruchu mohou odpočívat v bazénovém komplexu s mírně slanou vodou, vyzkoušet si parní kabinu pro relaxaci a uvolnění stresu, absolvovat mechanickou masáž systémem vodních trysek nebo relaxovat ve vaně ve tvaru mušle s velmi slanou hustou tekutinou, která způsobuje

nadnášení napodobující stav beztlíže. Hosté mohou dále využít služeb fitness centra, solária a sauny nebo si zahrát squash, bowling a zacvičit jógu.

4.1.4. Analýza ubytovacích a stravovacích zařízení

Město Veselí nad Lužnicí nabízí pro rekreační účely přibližně 680 lůžek v hotelech, penzionech, ubytovně a v soukromí. V blízkém okolí eviduje infocentrum zhruba 440 lůžek určených k rekreačnímu využití. Ubytovaní hotelového typu poskytují návštěvníkům hotel Lucia a Sloup. Bohužel hotel Trilobit, který nabízel vhodné prostory právě pro kongresový cestovní ruch, je v současné době uzavřen. V souvislosti s tím bych se mohla zmínit i o nezaměstnanosti ve městě. Ve Veselí nad Lužnicí se v roce 2009 pohybovala mezi 7 % a 8 %. (viz Příloha 6), ale v posledních dvou měsících roku 2009 výrazně stoupla. I přesto však byla pod celorepublikovým průměrem. Nejnižší míru nezaměstnanosti zaznamenalo Veselí nad Lužnicí v měsíci květnu a červenu 2009. Naopak nejvyšší míru nezaměstnanosti evidovalo město právě v měsíci prosinci 2009, kdy počet nezaměstnaných stoupl na 413 osob, což bylo téměř o 100 osob více, než v měsících s nejnižší nezaměstnaností.

Dalšími možnostmi ubytování ve Veselí nad Lužnicí jsou penziony. Podle zdrojů Informačního centra se jedná o tyto penziony: Penzion na Soutoku, Penzion nad Lékárnou, Penzion Adamita, Penzion Blatský dvůr, Penzion U Lávky, Penzion U Kačerů, Country Saloon U Sloupu, Lovecká chata Pecák, Penzion Ponědraž, Skanzen Záluží u Vlastiboře a ubytování U Faflíka. Kvůli malé kapacitě ubytování jsou všechny vhodné především pro rodinné pobyty a tomu je také přizpůsobeno jejich vybavení.

Veselí nad Lužnicí nabízí i ubytování v kempech a dalších rekreačních zařízeních. Jde především o Ubytovnu Zvon, vodácké tábořiště Ostrov, kemp Měruše u Vlkova, minikemp v Zálší, chatový areál AIPa, Karvánky, ubytovna TJ Lokomotiva, domov mládeže při SOŠ OTŽP a ubytování Vávrovka. Poslední možností je ubytování v soukromí (viz Příloha 7). Vzhledem k poskytovaným službám, vybavení, kapacitě a v některých případech také dopravní dostupnosti není ani toto ubytování vhodné pro pořádání kongresových akcí, přestože se jedná převážně o akce malého charakteru.

Ve Veselí nad Lužnicí a jeho okolí funguje 22 stravovacích zařízení. Nabídku stravovacích možností ve městě tvoří 7 restaurací, 4 pivnice, 1 bufet a 2 pizzerie. Pro méně náročné jsou v provozu 2 cukrárny a 1 pekárna. Z nočních podniků je to 1 noční klub a 1 vinárna. Zbytek jsou pohostinství v okolních vesnicích. Celková kapacita se pohybuje okolo 680 míst, a to v závislosti na ročním období. Kromě restaurací v již zmíněných hotelích (hotel Lucia, hotel Sloup a penzion Na Soutoku) bych zmínila hlavně restauraci Lužnice v kulturním domě, restauraci Beseda, restaurace Pivovarský dvůr a restaurace na Nádraží.

Pomocí této analýzy, ale také vlastního pozorování, jsem vyhodnotila jako nejvhodnější pro poskytování služeb účastníkům kongresového cestovního ruchu dva hotely. Jedná se o hotel Lucia a hotel Sloup. Právě těchto dvou hotelů se týká moje bakalářská práce. Musím však zdůraznit, že vzhledem k jejich kapacitě se jedná především o malé kongresové akce, hlavně o různá školení, semináře, ale také incentivní turistiku a teambuildingové akce.

HOTEL LUCIA

Hotel se nachází přímo v centru Veselí nad Lužnicí, mezi řekami Nežárka a Lužnice. Jeho výhodná poloha v centru města je ale i problémem pro tento hotel. Budova bývá často ohrožena povodněmi. Důkazem je rok 2002 a rok 2006, ale hotel byl ohrožen i v roce 2009. Hotel má čtyři patra s výtahem s celkovou ubytovací kapacitou 130 lůžek v 54 pokojích. Všechny pokoje hotelu Lucia mají vlastní sociální vybavení (sprchu, WC a vlastní balkón) a každý pokoj má také stereo televizi se satelitními kanály a síťovou přípojkou na rychlý internet. Dva pokoje mají bezbariérový přístup. Velké parkoviště je přímo před hotelem a parkování je zdarma. Navíc je parkoviště monitorováno na video, které může host pozorovat z televizoru z každého hotelového pokoje nepřetržitě.

Hlavní restaurace je zcela nekuřácká a jen ve zcela odděleném salóňku, který je velmi dobře odvětráván a pod trvalým podtlakem směrem ven z budovy, je povoleno kouření. Hlavní restaurace má 95 míst, salonek 25 míst, taverna 40 míst a cukrárna, která se nachází přímo v budově hotelu, má 40 míst.

HOTEL SLOUP

Hotel se nachází v Jihočeském kraji, nedaleko metropole Českých Budějovic, mezi městy Soběslav a Veselí nad Lužnicí. Hotel Sloup poskytuje svým hostům maximální pohodlí v elegantně zařízených pokojích. Kapacita hotelu je 13 dvoulůžkových pokojů, 7 trojlůžkových pokojů, 1 čtyřlůžkový pokoj (pokoj se 2 ložnicemi) a 1 apartmá, což činí 53 lůžek. Pokoje jsou vybaveny vlastním sociálním zařízením (vana nebo sprcha), minibarem, telefonem, TV/SAT. Parkovat lze přímo u hotelu na rozlehlém parkovišti zdarma.

K dispozici je jednací sál - restaurace o kapacitě 60 míst, bar s tanečním parketem (16 míst) a salonek (30 míst). Ve druhém patře hotelu se nachází sauna, solárium, masážní salón a tělocvična.

4.2. Analýza primárních údajů

Mým cílem bylo zmapovat poskytovatele služeb kongresového cestovního ruchu z pohledu účastníků, provozovatelů těchto dvou hotelů, pracovníků Informačního centra ve Veselí nad Lužnicí a mým vlastním pozorováním.

Pro zjištění spokojenosti s nabízenými službami v hotelech Lucia a Sloup jsem si připravila dotazník pro respondenty. Protože jsem zpočátku nevěděla, zda budu mít možnost oslovit dostatečný počet účastníků kongresového cestovního ruchu, má tento dotazník dvě části. První část dotazníku mi měla pomoci zjistit důležité informace o spokojenosti všech návštěvníků se službami ve zmíněných hotelech. Druhou část dotazníku, doplňkový dotazník, jsem chtěla rozdat pouze účastníkům kongresového cestovního ruchu. Doplňkový dotazník je zaměřen na zjištění spokojenosti kongresových hostů se službami důležitými pro kongresový cestovní ruch a také mi měl přinést informace o tom, které služby by se v těchto dvou hotelech daly zlepšit a jaké nové nabídnout. Nakonec se mi podařilo oslovit dostatečný počet (75 respondentů) účastníků menších kongresových akcí, jednalo se především o různá školení a semináře. Proto mi všichni dotázaní vyplnili obě části dotazníku. Dotazování se celkem zúčastnilo 29 mužů a 46 žen.

Dále jsem v každém z hotelů provedla řízený rozhovor s vedoucími. V hotelu Lucia jsem oslovila provozní restaurace paní Věru Sedleckou a v hotelu Sloup mi poskytl informace provozovatel hotelu pan Mader. Cílem bylo zjištění, zda se v hotelech projevuje určitá sezónnost, zda jsou vedoucí spokojeni se svými službami a co nového by chtěli do hotelu přinést.

Pro další úhel pohledu jsem provedla rozhovor s pracovníky v Informačním centru ve Veselí nad Lužnicí. Chtěla jsem zjistit, za jakým účelem přijíždí do města nejvíce hostů, zda je město nějakým způsobem propagováno v rámci cestovního ruchu, jaké jsou ve městě předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu, jaký je vlastně profil turisty přijíždějící do jejich města. Také jsem chtěla získat informace o tom, jaká je návštěvnost ve Veselí nad Lužnicí, zda je ovlivněna světovou krizí a dochází k útlumu návštěvnosti nebo je tomu právě naopak.

Zároveň v hodnocení využívám vlastního pozorování a vlastních praktických poznatků, protože jsem delší dobu pracovala v hotelu, který se specializoval právě na tento segment klientů.

4.2.1. Dotazník

Dotazník z hotelu Lucia

V hotelu Lucia jsem oslovila celkem 35 osob, které se v tomto hotelu účastnili menších kongresových akcí, převážně různých školení a seminářů. Účastníci kongresového cestovního ruchu mi vyplnili obě části dotazníku. Vzhledem k mému původnímu záměru se některé otázky v obou dotaznících prolínají. Uvádím zde proto pouze nejdůležitější zjištění a kompletní vyhodnocení dotazníků z tohoto hotelu jsem zařadila do přílohy č. 8.

Výzkumu se zúčastnilo 17 mužů a 18 žen. Nejvíce respondentů bylo ve věku 30 – 50 let. Žádný z respondentů nebyl starší více než 60 let.

Poměrně velký počet účastníků, cca 29 %, jezdí do tohoto hotelu pravidelně a pravidelně se zde účastní kongresových akcí. Délka pobytu naprosté většiny dotázaných byla do 2 přenocování. 57 % dotázaných mi sdělilo, že tento hotel pro

pořádání kongresové akce zvolil zaměstnavatel nebo vybrala firma, někteří respondenti zvolili hotel na základě vlastní zkušenosti nebo kvůli umístění.

Dále mě zajímalo, jak jsou hosté spokojeni se zařízením pokojů. Zde respondenti hodnotili známkami od 1 do 5 jako ve škole, zda odpovídá vybavení pokojů úrovni hotelu, zda je možno v pokoji pracovat a zda je slyšet hluk z restaurace, z ostatních pokojů atd. Nejhorší hodnocení získala práce v pokoji, kde by mělo dojít ke změně, protože pro kongresový cestovní ruch je to velmi důležitý faktor. Poté jsem se zajímala o to, zda ceny v hotelu odpovídají kvalitě poskytnutých služeb a vybavenosti. Naprostá většina dotazovaných mi sdělila, že cena odpovídá.

Zjišťovala jsem také to, kde se hosté po dobu pobytu stravují a jakou stravu preferují. Velká část dotázaných, cca 51 %, mi odpověděla, že preferuje českou kuchyni, a překvapivě cca 29 % dotázaných odpovědělo, že je jim to jedno, že jedí vše. Naprostá většina respondentů využívá pro stravování hotelovou restauraci. S tím souvisí i spokojenost hostů se službami restaurace. I zde hodnotili dotazovaní známkou od 1 do 5 jako ve škole: kvalitu pokrmu, obsluhu, prostředí restaurace a také hygienu a čistotu. Většina dotázaných byla se službami restaurace vcelku spokojena. Bohužel nejhoršího hodnocení dosáhla obsluha, takže v této oblasti by mělo vedení hotelu usilovat o změnu k lepšímu.

Naprostá většina dotázaných, 89 %, by si tento hotel vybrala pro další pobyt a navíc by ho doporučila svým známým.

Doplňkový dotazník

Doplňkový dotazník mi pomohl zjistit spokojenost hostů se službami důležitými pro kongresový cestovní ruch. Měl mi přinést informace o tom, které služby by se v hotelu daly zlepšit a jaké nové nabídnout.

Nejdůležitější pro mě byly ubytovací, stravovací a doplňkové služby hotelu. Sledovala jsem také spokojenost hostů s obsluhujícím personálem a kvalitou servisu atd.

Zajímala jsem se o to, zda ubytovací a stravovací služby odpovídají požadavkům dotazovaných. Zde se 68 % respondentů vyjádřilo kladně a byli s těmito službami

spokojeno. 32 % dotazovaných vyjádřilo svou nespokojenost s některými službami. Nejčastějšími nedostatky byla rychlost obsluhy, neútlunost restaurace nebo ubytování a celkově malý výběr pokrmů.

Dále se můj výzkum zaměřil na nabídku a kvalitu doplňkových služeb. Hotel nabízí masáže, kosmetiku a někteří uvedli vynikající cukrárnu. S kvalitou těchto doplňkových služeb bylo spokojeno cca 26 % dotázaných. Většina dotázaných, 74 %, však uvedla, že tyto služby nevyužívá, a proto nemůže ani posoudit jejich kvalitu.

Důležité pro mě bylo také zjištění spokojenosti s obsluhujícím personálem a kvalitou servisu. Zde 68 % dotazovaných vyjádřilo svou spokojenost s obsluhujícím personálem a kvalitou servisu. Bohužel 32 % dotazovaných vyjádřilo svou nespokojenost. Jediným nedostatkem byla rychlost obsluhy a neprofesionalita personálu, špatná a nepříjemná obsluha.

Velmi důležitá v mém výzkumu byla také kvalita služeb, které hotel nabízí v rámci kongresového cestovního ruchu. To se týká hlavně vybavení hotelu školící technikou, vhodných prostor pro školení a semináře atd. 37 % respondentů se vyjádřilo kladně a byli spokojeni s poskytováním těchto služeb. Ale většina dotázaných, 63 %, se vyjádřila, že v této oblasti existují některé nedostatky. Naprostá většina z nich uvedla, že hotel nedisponuje dostatečným prostorem pro tyto akce a že hotel nemá dostačující vybavení (školící techniku) pro kongresový cestovní ruch.

Nakonec jsem chtěla zjistit, zda by respondenti v hotelu nějaké služby zlepšili nebo zda by zahrnuli do nabídky hotelu služby nové. Někteří respondenti na tuto otázku vůbec neodpověděli, a proto předpokládám, že jsou s poskytovanými službami spokojeni. Nejvíce návrhů na zlepšení se týkalo rychlosti obsluhy, profesionality personálu, zlepšení vybavení pro pořádání školení a vytvoření lepšího zatemnění oken ve školící místnosti.

Dotazník z hotelu Sloup

V hotelu Sloup jsem oslovila celkem 40 osob, které se zde účastnili menších kongresových akcí, převážně různých školení a seminářů. Účastníci kongresového

cestovního ruchu mi vyplnili obě části dotazníku. Z důvodu mého původního záměru se v nich některé otázky prolínají, proto nyní uvádím pouze nejdůležitější zjištění a kompletní vyhodnocení jsem zařadila do přílohy č. 9.

Výzkumu se zúčastnilo 12 mužů a 28 žen. Nejvíce respondentů, 88 %, bylo ve věku 30 – 60 let. Pouze 2 z respondentů byli starší více než 60 let.

Velký počet účastníků, 43 %, jezdí do tohoto hotelu pravidelně a pravidelně se zde účastní kongresových akcí. Délka pobytu naprosté většiny dotázaných byla do 2 přenocování. 38 % dotázaných mi sdělilo, že hotel pro pořádání kongresové akce zvolil zaměstnavatel nebo vybrala firma, někteří respondenti zvolili hotel kvůli nabídce služeb.

Dále mě zajímalo, jak jsou hosté spokojeni se zařízením pokoje. Zde respondenti hodnotili známkami od 1 do 5 jako ve škole: zda odpovídá vybavení pokojů úrovni hotelu, zda je možno v pokoji pracovat a zda je slyšet hluk z restaurace, z ostatních pokojů atd. Nejhoršího výsledku bylo dosaženo u hodnocení hluku na pokoji, na který si někteří účastníci školení stěžovali. Toto samozřejmě nehodnotilo 8 respondentů, kteří se účastnili školení bez přenocování. Poté jsem se zajímala o to, zda ceny v hotelu odpovídají kvalitě poskytnutých služeb a vybavenosti. Naprostá většina dotázaných, 88 %, mi sdělila, že cena odpovídá. Ostatním respondentům se zdála cena příliš vysoká.

Zjišťovala jsem také to, kde se hosté po dobu pobytu stravují a jakou stravu preferují. Velká část dotázaných, 60 %, mi odpověděla, že preferuje českou kuchyni, a překvapivě 35 % dotázaných odpovědělo, že je jim to jedno, že jedí vše. Naprostá většina respondentů využívá pro stravování hotelovou restauraci. S tím souvisí i spokojenost hostů se službami restaurace. I zde hodnotili dotazovaní známkou od 1 do 5 jako ve škole: kvalitu pokrmu, obsluhu, prostředí restaurace a také hygienu a čistotu. Většina dotázaných byla se službami restaurace vcelku spokojena. Bohužel nejhoršího hodnocení dosáhla obsluha, takže v této oblasti by mělo vedení hotelu usilovat o změnu k lepšímu.

Naprostá většina dotázaných, 90 %, by si tento hotel vybrala pro další pobyt a navíc by ho doporučila svým známým.

Doplňkový dotazník

Doplňkový dotazník mi pomohl zjistit spokojenost hostů se službami důležitými pro kongresový cestovní ruch. A dále mi měl přinést informace o tom, které služby by se v hotelu daly zlepšit a jaké nové nabídnout.

Důležité pro mě byly především ubytovací, stravovací a doplňkové služby hotelu. Dále jsem také zjišťovala spokojenost hostů s obsluhujícím personálem a kvalitou servisu atd.

Zajímala jsem se o to, zda ubytovací a stravovací služby odpovídají požadavkům dotazovaných. Zde mi odpovědělo 73 % respondentů kladně a byli spokojeni. 27 % dotazovaných vyjádřilo svou nespokojenost s některými službami. Nejčastějšími nedostatky byly rychlost obsluhy, neochota obsluhy, ale také nekvalitní poskytnutí internetových služeb (časté výpadky).

Dále se můj výzkum zaměřil na nabídku a kvalitu doplňkových služeb. Hotel nabízí masáže, saunu, solárium a půjčovnu kol. S kvalitou těchto doplňkových služeb bylo spokojeno 58 % dotázaných. Ale velká část dotázaných, 42 %, uvedla, že tyto služby nevyužívá, a proto nemůže ani posoudit jejich kvalitu.

Důležité pro mě bylo také zjištění spokojenosti s obsluhujícím personálem a kvalitou servisu. Zde mi 65 % dotazovaných sdělilo, že byli spokojeni s obsluhujícím personálem a kvalitou servisu. 35 % dotazovaných vyjádřilo svou nespokojenost. Největším nedostatkem byla rychlost obsluhy, neochota personálu, špatná, nepříjemná a pomalá obsluha.

Velmi důležitá pro můj výzkum byla kvalita služeb, které hotel nabízí v rámci kongresového cestovního ruchu. To se týká hlavně vybavení hotelu školící technikou, vhodných prostor pro školení a semináře atd. Naprostá většina respondentů, 88 %, se vyjádřila kladně a byli spokojeni s poskytováním zmíněných služeb. Pouze 12 % dotázaných vyjádřilo svou nespokojenost. Podle nich hotel nemá dostačující kapacitu pro kongresový cestovní ruch, chybí zatemnění oken a jsou zde problémy s používáním internetu (často vypadává).

Nakonec jsem chtěla zjistit, zda by respondenti v hotelu nějaké služby zlepšili nebo zda by zahrnuli do nabídky hotelu služby nové. Někteří respondenti na tuto otázku vůbec neodpověděli, a proto předpokládám, že jsou s poskytovanými službami spokojeni. Nejvíce návrhů na zlepšení se týkalo rychlosti obsluhy, zlepšení její ochoty, vstřícnosti a profesionality personálu, vytvoření lepšího zatemnění oken ve školící místnosti a zlepšení poskytování internetu. Respondenti také navrhovali poskytování nových služeb. Mezi nejčastějšími návrhy bylo vybudování bazénu, bowlingu nebo posilovny, vytvoření koutku pro děti.

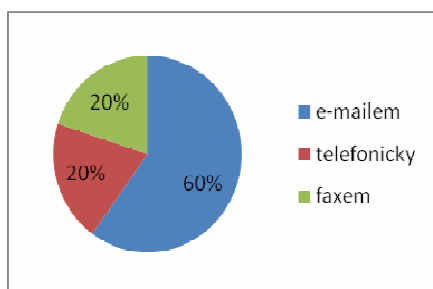
4.2.2. Řízené rozhovory

Řízený rozhovor v hotelu Lucia

V hotelu Lucia jsem provedla řízený rozhovor s vedoucí, oslovila jsem provozní restaurace paní Věru Sedleckou. Cílem bylo získat informace o tom, zda se v hotelu projevuje určitá sezónnost, zda je vedoucí spokojena se službami v hotelu a co nového by chtěla do hotelu přinést.

Podle paní Sedlecké největší návštěvnost hotelu mají v období červen – září, kdy je vytíženost hotelu cca 70 %. V měsících červenec a srpen tvoří klientelu především lidé, kteří přijíždějí do Veselí nad Lužnicí na dovolenou a za památkami. V měsících květen, červen a také září a říjen jezdí do hotelu hlavně autobusy se zahraničními turisty, kteří v okolí města navštěvují různé památky. V těchto měsících navštěvují hotel právě také kongresoví hosté. Naopak nejmenší návštěvnost má hotel v lednu a v únoru, kdy je vytíženost hotelu pouze cca 30 %. V letním období je paní Sedlecká s vytížením i s tržbami spokojena, chtěla by navýšit obsazenost hlavně v mimosezóně. Vzhledem ke kapacitě hotelu musí odmítat své hosty pouze občas, a to právě v období, kdy mají vytíženost hotelu největší, tzn. červen – září.

Graf 1: Jakou formou si hosté rezervují pobyt?

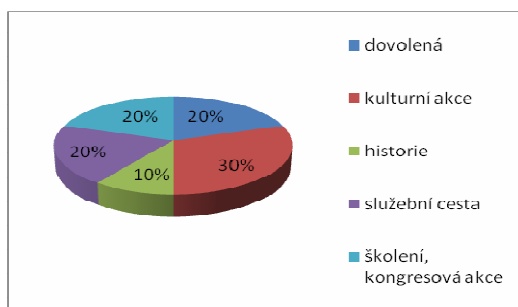


Nejvíce hostů si rezervuje svůj pobyt e-mailem, menší procento hostů si rezervuje svůj pobyt telefonicky nebo faxem.

Do hotelu přijíždí i poměrně dost hostů (30 %) bez předchozí rezervace. Nejvíce turistů jezdí vlastní dopravou, svým autem, pouze účastníci hromadných poznávacích zájezdů využívají služeb různých autobusových dopravců. Téměř všichni účastníci kongresového cestovního ruchu využívají při dopravě do hotelu vlastní dopravu, své auto. Při cestování za historií, památkami nebo přírodními atrakcivami využívají tito návštěvníci služeb různých autobusových dopravců. Velká část účastníků kongresového cestovního ruchu si také přiváží do hotelu vlastní kola (nebo si je zapůjčí v místě) a pořádá cykloturistické výlety po okolí.

Podle slov paní Sedlecké hotel disponuje 54 pokoji se 130 lůžky, hotelová restaurace má kapacitu 150 – 200 míst a kapacita pro pořádání seminářů, školení a dalších akcí kongresového cestovního ruchu je 150 míst. Vybavení pokojů je standardní. Průměrná cena za osobu a noc je cca 600,-- Kč. Průměrná délka pobytu hostů je 4 dny.

Graf 2: Za jakým účelem přijíždějí hosté do hotelu?



Do hotelu přijíždí nejvíce hostů za turistickými a přírodními atrakcivami a kulturními akcemi. Podle paní Sedlecké by se chtěl hotel do budoucna zaměřit na zájezdy cestovních kancelářů, na dlouhodobé pobyty a hlavně v mimosezóně by se chtěl zaměřit

právě na pořádání školení, seminářů a dalších kongresových akcí.

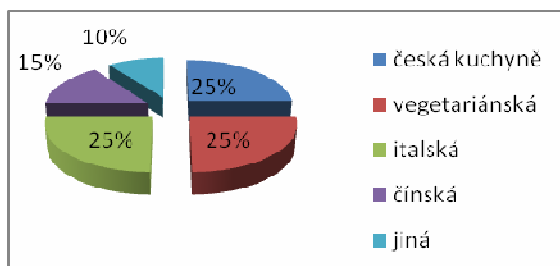
Mezi doplňkové služby hotelu patří kosmetické služby a masáže, přímo v hotelu se nachází cukrárna. Hoteloví hosté samozřejmě nejvíce využívají služeb restaurace, těchto

služeb využívá cca 90 % hostů. Ostatní doplňkové služby (masáže, kosmetika) využívá cca 50 % hostů.

Bohužel hotel nedisponuje žádnou školící technikou a dalším vybavením pro kongresovou turistiku, a proto si veškeré vybavení pro školení musí pořadatelé vozit sami.

Podle slov paní Sedlecké hotel nabízí celodenní stravování. Snídaně je poskytována ubytovaným hostům automaticky, pro nehotelové hosty je hotel neposkytuje. Obědy i večere jsou nabízeny jak hotelovým hostům, tak i hostům z ulice. Polopenze a plná penze je připravená pouze pro hotelové hosty, kteří si mohou vybrat ze speciálního menu. Hotel také nabízí zvýhodněné cyklomenu a vegetariánské menu.

Graf 3: Jakou kuchyni hotel nabízí?



Jak jsem se dověděla od paní Sedlecké, hotel nabízí od každé kuchyně něco. Nejvíce se však orientuje na českou kuchyni, ale nabízí i poměrně velký výběr vegetariánské stravy. Dále nabízí výběr

z italské kuchyně, a to hlavně různé druhy těstovin a pizzu. Podle paní Sedlecké by chtěli v hotelu zlepšit právě nabídku vegetariánských jídel a rozšířit nabídku zvýhodněných menu. Hotel má velmi omezenou nabídku hotových jídel.

Podle paní Sedlecké ale nabízené služby odpovídají požadavkům klientů a i ceny v hotelu odpovídají kvalitě a úrovni poskytovaných služeb.

Paní Sedlecká mi dále sdělila, že v hotelu je zaměstnáno přibližně 15 pracovníků, že dbá i na profesionalitu personálu. Pravidelně jsou organizovány pracovní porady, kde hodnotí uplynulé období i své zaměstnance. Navíc se snaží své zaměstnance informovat o novinkách, o významných akcích v regionu. Také uvedla, že je se svými zaměstnanci spokojena na 75 %. Na otázku: „Jak řešíte případné nedostatky v práci, neprofesionální chování a vystupování Vašich zaměstnanců?“ odpověděla, že veškeré nedostatky jsou

řešeny právě na výše zmíněných pracovních poradách. Nejdříve dojde k napomenutí, a pokud nenastane žádná náprava, dochází ke snížení odměn. Když se chování zaměstnance ani pak nezlepší, je s ním ukončen pracovní poměr. Případnou reklamaci hostů se paní Sedlecká snaží řešit vždy ihned na místě. Klade důraz na to, aby se zaměstnanec za svoji chybu omluvil, a vždy se snaží poskytnout nějakou náhradu (výměna zboží, poskytnutí bonusu, vrácení peněz).

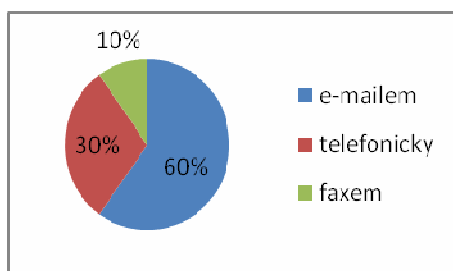
Na otázku: „ V čem myslíte, že se odlišuje Váš hotel od konkurence? Čím můžete potencionálního zákazníka zaujmout?“ mi paní provozní odpověděla, že největší odlišnost od konkurence je v kapacitě ubytování i stravování. Na závěrečnou otázku: „Pokud byste tento hotel navštívila jako host, myslíte, že byste odjížděla spokojená?“ jsem od ní dostala kladnou odpověď.

Řízený rozhovor v hotelu Sloup

V hotelu Sloup jsem provedla řízený rozhovor s provozovatelem hotelu panem Maderem, který mi poskytl potřebné informace. Cílem bylo opět zjištění, zda se v hotelu projevuje určitá sezónnost, zda je provozovatel spokojen se službami v hotelu a co nového by chtěl do hotelu přinést.

Podle pana Madera největší návštěvnost hotelu mají v období červen – srpen, kdy je hotel vytížen na cca 80 %. V měsících červenec a srpen navštěvují hotel převážně náhodní turisté, kteří tudy zrovna projíždějí. Vzhledem k výhodné poloze nemá hotel problém svou kapacitu naplnit. Jsou to především zahraniční turisté, kteří projíždějí, přespí a zase jedou dál. V měsících květen, červen, září a říjen navštěvují hotel především kongresoví turisté po předchozí objednávce. Od měsíce listopadu se zde konají hlavně firemní oslavy k ukončení roku a jiná podniková setkání. Naopak nejmenší návštěvnost má hotel v lednu a v únoru, kdy je vytíženost pouze na cca 30 %. V tomto období přijíždí nejvíce hostů z důvodu služebních a pracovních cest. V letním období je pan Mader s obsazeností i s tržbami spokojen, chtěl by navýšit obsazenost hlavně v zimních měsících. Vzhledem ke kapacitě musí hotel odmítat své hosty pouze občas, a to právě v období, kdy mají vytíženost největší, tzn. červen – srpen.

Graf 4: Jakou formou si hosté rezervují pobyt 2?



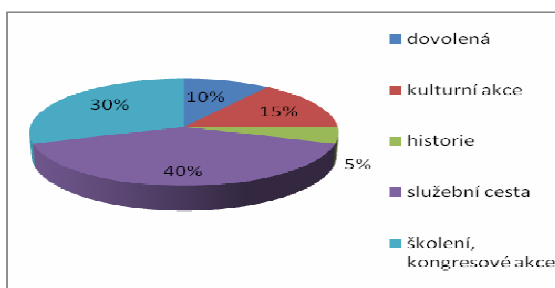
Nejvíce hostů si rezervuje svůj pobyt přes e-mail, menší počet hostů telefonicky nebo faxem.

Do hotelu přijíždí i poměrně dost hostů (30 %) bez předchozí rezervace. Nejvíce turistů přijíždí do

hotelu vlastní dopravou, svým autem, pouze účastníci hromadných zájezdů využívají služeb různých autobusových dopravců. Účastníci kongresového cestovního ruchu využívají při dopravě do hotelu vlastní dopravu, své auto. Při cestování za historií, památkami nebo přírodními atraktivitami využívají služeb různých autobusových dopravců. Velká část těchto turistů si také přiváží do hotelu vlastní kola (nebo si je zapůjčí v místě) a pořádá cykloturistické výlety po okolí.

Podle slov pana Madera hotel disponuje 53 lůžky, hotelová restaurace má kapacitu 150 míst + 30 míst na terase v letním období, kapacita pro pořádání seminářů, školení a dalších akcí kongresového cestovního ruchu je 150 míst. Vybavení pokojů je standardní. Průměrná délka pobytu hostů je 2 přenocování. Průměrná cena za osobu a noc je cca 1000,-- Kč.

Graf 5: Za jakým účelem přijíždějí hosté do hotelu 2?



Podle slov pana Madera přijíždí nejvíce hostů na služební cestu, ale také právě v rámci kongresového cestovního ruchu.

Provozovatel by se chtěl do budoucna zaměřit na zájezdy cestovních kanceláří,

na dlouhodobé pobyty a hlavně v mimosezóně právě na další pořádání školení, seminářů a jiných kongresových akcí.

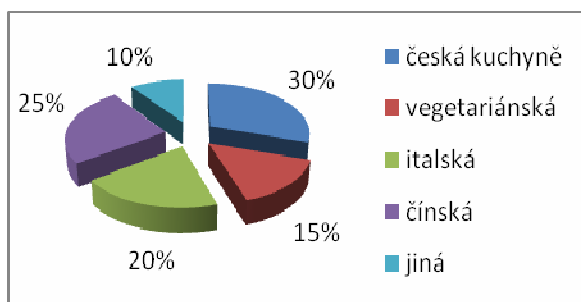
Mezi doplňkové služby hotelu patří sauna, solárium, masáže a půjčovna kol. Hoteloví hosté samozřejmě nejvíce využívají služeb restaurace, těchto služeb využívá cca 90 %

hostů. O ostatní doplňkové služby (masáže, solárium atd.) mají hosté zájem minimálně, cca 20 %.

Hotel disponuje poměrně dobrým vybavením pro pořádání kongresových akcí. Nabízí účastníkům k zapůjčení plátno, flipchart, školící audiovizuální techniku atd.

Podle slov provozovatele hotel nabízí celodenní stravování. Snídaně je poskytována ubytovaným hostům automaticky, snídaní pro nehotelové hosty hotel neposkytuje. Obědy i večeře jsou nabízeny jak hotelovým hostům, tak i hostům z ulice. Polopenze a plná penze je připravená pouze pro hotelové hosty, kteří si mohou vybrat ze speciálního tříhodového menu.

Graf 6: Jakou kuchyni hotel nabízí 2?



Jak jsem se dozvěděla od pana Madera, hotel nabízí od každé kuchyně něco. Nejvíce se ale orientuje na českou kuchyni, má také poměrně velký výběr hotových jídel.

Pan Mader zatím o zavedení nových služeb neuvažuje, v nejbližší době by spíše chtěl zútlunít vnitřek restaurace, zakoupit novější vybavení restaurace i pokojů atd.

Podle provozovatele nabízené služby odpovídají požadavkům klientů a i ceny v hotelu odpovídají kvalitě a úrovni poskytovaných služeb.

V hotelu je zaměstnáno cca 12 zaměstnanců. Pan Mader mi sdělil, že dbá na profesionalitu personálu. Pravidelně jsou organizovány pracovní porady, kde hodnotí uplynulé období i své zaměstnance. Také kontroluje práci svých zaměstnanců. Sdělil mi, že je se všemi spokojen. Na otázku: „Jak řešíte případné nedostatky v práci, neprofesionální chování a vystupování Vašich zaměstnanců?“ mi odpověděl, že jsou veškeré nedostatky řešeny právě na výše zmíněných pracovních poradách. Nejprve dojde k napomenutí a pak, pokud nenastane žádná náprava, přistupuje ke snížení odměn. Jestliže se chování zaměstnance ani pak nezlepší, je s ním ukončen pracovní

poměr. Případnou reklamaci hostů se pan Mader snaží řešit vždy ihned na místě. Klade důraz na to, aby se zaměstnanec za svoji chybu omluvil, také se snaží vždy poskytnout nějakou náhradu (výměna zboží, poskytnutí bonusu, vrácení peněz). Pan Mader dodal, že reklamace a stížnosti však musí naštěstí řešit jen výjimečně.

Na otázku: „V čem myslíte, že se odlišuje Váš hotel od konkurence?? Čím můžete potencionálního zákazníka zaujmout?“ mi pan provozovatel odpověděl, že největší odlišností od konkurence je kapacita hotelu, ubytování i stravování na slušné úrovni a také vhodné prostory pro konání kongresových akcí. Na závěrečnou otázku „Pokud byste tento hotel navštívil jako host, myslíte, že byste odjížděl spokojen?“ mi odpověděl kladně.

Řízený rozhovor s pracovníky Informačního centra Veselí nad Lužnicí

Pro získání dalších důležitých informací jsem provedla rozhovor s pracovníky v Informačním centru ve Veselí nad Lužnicí. Chtěla jsem zjistit, za jakým účelem přijíždí do města nejvíce hostů, zda je město nějakým způsobem propagováno v rámci cestovního ruchu, jaké jsou ve městě předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu, jaký je vlastně profil turisty přijíždějícího do Veselí nad Lužnicí. Dále jsem chtěla získat informace o tom, jaká je jeho návštěvnost, zda je ovlivněna světovou krizí a dochází k útlumu návštěvnosti nebo je tomu právě naopak.

1. Je návštěvnost města ovlivněna sezónností?

Sezóna začíná koncem dubna (24. 4. 2010 zahájení turistické sezóny dálkovým pochodem a cykloturistickou jízdou Krajem rybníků) a trvá do konce září (poslední sportovní akce 25. 9. 2010 Vodácký triatlon). Nejvyšší návštěvnost je v období letních prázdnin, tzn. červenec a srpen – v těchto dnech má Infocentrum města rozšířenou pracovní dobu. Naopak nejnižší návštěvnost je v měsících listopad až březen.

2. Za jakým účelem přijíždí do Veselí nad Lužnicí nejvíce hostů?

Nejvíce hostů přijíždí do města za aktivní dovolenou. Jedná se především o cykloturistiku, vodáctví a dovolenou u vody.

3. Jaké informace návštěvníci nejvíce požadují a o jaké služby mají největší zájem?

Nejžádanější jsou informace ohledně ubytování, dále návštěvníci požadují informace o tipech na výlet a o kulturních akcích. Největší zájem je o služby ubytovací, stravovací, ale také o půjčování lodí a jízdních kol.

4. Jaká je ve městě poptávka po kongresovém cestovním ruchu?

V infocentru zaznamenávají minimální poptávku po kongresovém cestovním ruchu. Konají se tu spíše předváděcí akce – zpravidla v kulturním domě nebo v restauracích. Firemní akce se dříve konaly často v hotelu Trilobit, který je dočasně uzavřen.

5. Zprostředkováváte i nějaké služby pro účastníky kongresového cestovního ruchu?

Infocentrum poskytuje pouze kontakty na zařízení, která poskytují služby pro účastníky kongresového cestovního ruchu, případně další informace o městě, vyhledávání autobusového či vlakového spoje, ale školící techniku a pronájem prostor nezajišťuje.

6. Jakým způsobem propagujete město v rámci cestovního ruchu?

Webové stránky města – www.veseli.cz: Pro turisty jsou připraveny informace o památkách, kultuře, církvi, sportu, dále turistické atraktivity a tipy na výlety. Zajímavostí je kilometráž značených turistických cest obsahující zjednodušený schematický plánek tras pro pěší i cyklisty s možností napojení na navazující značené cesty umožňující vytvářet si individuálně kratší či delší okruhy. Ubytování je rozděleno na hotely, penziony, rekreační zařízení a soukromí doplněné popisem, kontakty a fotografiemi. Nechybí ani kalendář akcí v daném měsíci i roce.

Propagační materiály: Infocentrum města (zřízené v roce 1994) vydává propagační materiály – letáky, pohledy, CD, DVD, drobné propagační materiály (hrnečky, svíčky atd.). Infocentrum využívá také propagaci v regionálních i celostátních tiskovinách zaměřených na cestovní ruch (Travel in the Czech Republic, Travel, KAM po Česku, MF Dnes, Deníky Bohemia a další). V rámci projektu Jižní Čechy pohádkové propaguje

město kapr Jakub na kánoi – logo se objevuje na tričkách, kšiltovkách a jiných propagačních materiálech. Infocentrum dále nabízí ve svých prostorách na náměstí letáky podnikatelů zabývajících se cestovním ruchem – nabídka ubytování, stravování, půjčovny lodí, sportovní vyžití apod.

Účast na výstavách cestovního ruchu: V několika posledních letech se město účastnilo veletrhů cestovního ruchu Regiontour v Brně i Holiday World v Praze společně s Jihočeským krajem. V letošním roce využilo město nabídky kraje a účastní se těchto výstav pouze prostřednictvím propagačních materiálů.

7. Můžete říci, kolik návštěvníků k Vám přijde a chce informace?

Vývoj statistiky návštěvnosti Informačního centra Veselí nad Lužnicí uvádím v příloze č. 10. Zatímco v roce 2008 navštívilo infocentrum 18 129 osob, v roce 2009 to bylo pouze 14 620 osob. Z těchto údajů je zřejmé, že bohužel došlo ke snížení návštěvnosti infocentra a pravděpodobně tedy i ke snížení návštěvnosti města.

8. Jaké jsou předpoklady města pro rozvoj cestovního ruchu? S kým spolupracujete?

Veselí nad Lužnicí je vyhledávané pro svou výhodnou polohu, nedaleko města se nachází vesnice s ukázkami tzv. selského baroka. Má vynikající dopravní dostupnost po silnici i po železnici. Město a okolí nabízí více než 1000 lůžek v různých kategoriích – od tříhvězdičkových hotelů po levné ubytování v ubytovnách a chatkách. Ve městě se koná řada významných sportovních akcí. Na Veselsku také působí řada zručných řemeslníků, zhotovující tradiční rukodělné výrobky – paličková krajka, sedlářství, kovářství, keramika, rytectví apod.

Infocentrum spolupracuje s přibližně 50 subjekty – obecními úřady, spolky a občanskými sdruženími na území mikroregionu. Dále spolupracuje se společností Třeboňsko o.p.s., s Jihočeskou centrálou cestovního ruchu a s infocentry Jihočeského kraje. Partnerství probíhá i se správou CHKO Třeboňsko. Významným partnerem pro rozvoj cestovního ruchu na Veselsku je Nadace Partnerství, která podpořila vznik Greenway selského baroka. Dobrá spolupráce je také mezi městem a Blatským muzeem

Weisův dům, kde se kromě zajímavých výstav odehrává mnoho zajímavých koncertů a přednášek, na jejichž pořádání se podílí Infocentrum města. Akce konané na Veselsku podporují sponzorsky i místní podniky a podnikatelé.

9. Jaký je profil turisty nejčastěji přijíždějícího do města?

Nejčastěji tuzemec, cyklista nebo turista, často rodinná turistika, všechny věkové kategorie, v sezóně převažuje týdenní pobyt.

10. Podpora města v rámci cestovního ruchu?

Město Veselí nad Lužnicí zřídilo v roce 1994 Informační středisko města a každoročně věnuje cca 2 % ze svého rozpočtu na jeho činnost. Z těchto prostředků jsou podporovány i významné sportovní akce.

4.3. SYNTÉZA ZÍSKANÝCH ÚDAJŮ

Odpovědi, které jsem získala pomocí dotazníkového šetření a řízených rozhovorů, se v mnoha případech shodují s obecně známými teoretickými východisky.

V obou hotelech jsem zjistila, v souladu se sekundárními daty, že při pořádání kongresových akcí dochází k nabourávání sezónnosti. U obou hotelů se mi potvrdilo, že největší poptávka po kongresových akcích je v měsících květen, červen, září a říjen, což potvrzují výše zmíněné sekundární údaje.

Oba hotely podle mého názoru i podle zjištěných údajů mají celkem vhodné podmínky pouze pro pořádání malých kongresových akcí. Jedná se zejména o různé semináře, pracovní setkání, schůze, ale také o motivační, pobídkové pobyty nebo teambuildingové akce. Nejčastější účastník kongresových akcí ve Veselí nad Lužnicí je tuzemec ve věku 30 – 50 let. Město bohužel nedisponuje žádnou ubytovací kapacitou v kategorii čtyř až pěti hvězdiček. Menší kongresové akce se ale velmi často konají v hotelech nižší kategorie a Veselí nad Lužnicí má přiměřenou kapacitu pokojů nižší kategorie. Je velká škoda, že se žádné ubytovací zařízení v této oblasti nenachází v seznamu certifikovaných zařízení podle nové Oficiální klasifikace. Veselí nad Lužnicí splňuje i některá kritéria pro zařazení do kategorie měst třetí volby. Mezinárodní letiště je sice

v dojezdové vzdálenosti více než 2 hodiny, ale to není pro tyto menší kongresové akce, kterých se účastní převážně tuzemští účastníci, až tak podstatné. Důležitější je, že je zde k dispozici malé kongresové centrum vhodné pro pořádání těchto menších akcí. Město dále nabízí adekvátní rozsah stravovacích a ubytovacích zařízení nižších kategorií a doprovodné služby v potřebné kvalitě, ale také vhodné přírodní a turistické atraktivity v dostupném okolí.

Oba hotely mají velmi vhodnou dopravní polohu, což je pro pořádání kongresových akcí důležitý aspekt. Hotel Sloup leží přímo u hlavní silnice E55, která je přímou spojnici měst Praha a České Budějovice. Hotel Lucia leží přímo v centru Veselí nad Lužnicí. Oba hotely mají tedy dobré spojení pro automobily i autobusy. Hotel Lucia má navíc i vhodné vlakové spojení. Výhodná poloha města také umožňuje účastníkům kongresového cestovního ruchu v rámci doplňkových služeb podnikat výlety do blízkého i vzdálenějšího okolí, které nabízí mnoho kulturních i přírodních atraktivit. Za kulturou a historií mohou účastníci vyrazit např. do nedaleké Třeboně, Hluboké nad Vltavou nebo do husitského Tábora.

Podle mých zjištění využívají téměř všichni účastníci kongresového cestovního ruchu při dopravě do hotelu individuální dopravu, své auto. Zde se mnou zjištěné údaje rozcházejí s teoretickými východisky, které tvrdí, že jen malá část účastníků preferuje individuální dopravu. Při cestování za historií, památkami nebo přírodními aktivitami v rámci doplňkového programu využívají služeb různých autobusových dopravců. Velká část těchto turistů si také přiváží do hotelu vlastní kola (nebo si je zapůjčí v místě) a pořádá cykloturistické výlety po okolí.

Oba hotely také mají vhodné kapacity pro pořádání kongresových akcí. Z hlediska kapacity se jedná o nejvhodnější ubytovací zařízení v daném regionu. Bohužel hotel Lucia nemá potřebné vybavení pro tyto akce, proto se tento nedostatek musí řešit jiným způsobem. Naopak hotel Sloup disponuje i vhodným technickým vybavením pro tyto akce, může účastníkům nabídnout k zapůjčení např. plátno, flipchart, školící audiovizuální techniku atd. Musím se ale opět zmínit, že kapacita i vybavení je vhodná spíše pro menší kongresové akce typu semináře, školení, pracovní porady atd. Oba

hotely mají také bezbariérový přístup. Hotel Lucia disponuje i dvěma bezbariérovými pokoji a je vybaven výtahem. Hotel Sloup má bohužel bezbariérový přístup pouze do restaurace a školícího sálu. Všechny pokoje se nacházejí v prvním patře, hotel není vybaven výtahem, a proto přístup do pokojů není bezbariérový.

Vybavení pokojů obou hotelů je standardní. Pokoje jsou vybaveny televizory se satelitním příjmem, telefonem, přípojkou pro počítač a internet. Podle mého úsudku jsou lépe přizpůsobeny pro kongresové hosty pokoje v hotelu Sloup. Mají sice lepší osvětlení, jsou vybaveny křeslem a stolkem, i když toto zařízení svou kvalitou příliš neodpovídá požadavkům kongresových účastníků. Pokoje v hotelu Lucia jsou tmavé a nejsou dostatečně prostorné, nemají potřebné vybavení pro práci v pokoji.

Oba hotely také nabízejí vhodné doplňkové služby pro tyto kongresové akce a jsou vybavené i přiměřenou kapacitou parkoviště. Hotel Lucia disponuje prostorným parkovištěm, které je samozřejmě zdarma, navíc je monitorováno a host ho může pozorovat v televizoru z každého hotelového pokoje nepřetržitě. I u hotelu Sloup se nachází velké bezplatné parkoviště, které pojme mnoho osobních aut i několik autobusů. V obou hotelech je možno také platit za poskytnuté služby různými druhy platebních karet.

Doplňkové služby hotelu (sauna, solárium, masáže atd.) jsou pro pořádání kongresových akcí také velmi důležité. Ale jak jsem zjistila, kongresoví turisté tyto služby využívají v hotelu Sloup pouze minimálně, cca 20 %. Mezi doplňkové služby hotelu Lucia patří kosmetické služby, masáže a přímo v hotelu se nachází cukrárna. V tomto hotelu využívají kongresoví hosté uvedené doplňkové služby na cca 50 %. Zde se mnou zjištěné údaje rozcházejí se sekundárními daty.

Jak jsem zjistila vlastním šetřením pomocí dotazníků, největší problém vidím u obou hotelů ve vstřícnosti, profesionalitě a rychlosti personálu. Bohužel je tomu tak i přesto, že mi paní Sedlecká z hotelu Lucia i pan Mader z hotelu Sloup sdělili, že dbají i na profesionalitu personálu, pravidelně organizují pracovní porady, kde hodnotí uplynulé období i své zaměstnance, a navíc se snaží své zaměstnance informovat o novinkách, o významných akcích v regionu a jsou se svými zaměstnanci vcelku spokojeni.

Z dotazníkového šetření jasně vyplynulo, že nejhorší hodnocení v obou hotelech se týkalo právě rychlosti obsluhy, zlepšení její ochoty, vstřícnosti a profesionality personálu. S ostatními službami byli účastníci kongresových akcí vcelku spokojeni.

5. Návrhy a doporučení

Veselí nad Lužnicí je město s velkým množstvím turistických zajímavostí a přírodních atrakcí. Pro město je cestovní ruch významným faktorem, a proto je potřeba jej nadále podporovat a rozvíjet. Město má vhodné podmínky a předpoklady i pro pořádání malých kongresových akcí, zejména různé semináře, pracovní setkání, schůze, ale také o motivační, pobídkové pobyty nebo teambuildingové akce. Jeho dobrou dopravní dostupnost, ale i dostatečné množství dalších služeb důležitých pro kongresový cestovní ruch lze využít pro úspěšný rozvoj tohoto druhu cestovního ruchu.

Jihočeská kuchyně

Z dotazníků jsem zjistila, že naprostá většina účastníků preferuje českou kuchyni. Jelikož se jedná především o menší akce, kterých se účastní především tuzemská klientela, měla by se obě zkoumaná zařízení zaměřit především na klasickou jihočeskou kuchyni. Oba hotely by se mohly zapojit do projektu „Ochutnejte Českou republiku“, který vznikl ve spolupráci agentury CzechTourism s Asociací hotelů a restaurací ČR a Asociací kuchařů a cukrářů. V rámci tohoto projektu vznikla značka „Czech Specials“ jako označení pro restaurace a hotelové provozy, které přistoupí k tomuto projektu a budou ve svých zařízeních vařit nejen národní pokrm – českou svíčkovou, ale i místní regionální speciality. V případě zájmu o Certifikát a znak Czech Specials musí provozovatelé splnit příslušné podmínky (viz Příloha 11). Certifikované restaurace jsou označeny samolepkami s logem Czech Specials (zkřížený příbor), které jim přiděluje Asociace hotelů a restaurací. Certifikovaným restauracím se také nabízí spolupráce formou propagace na portálech www.czechspecials.cz a www.kudyznudy.cz. Restaurace jsou propagovány také pomocí marketingových aktivit (tištěné materiály, veletrhy, výstavy, promo akce, inzerce, soutěže).

Hotely mohou svým hostům nabídnout klasické jihočeské menu (viz Příloha 12) a tím zviditelnit svoji gastronomii a zvýšit kvalitu stravovacích služeb. Tradiční jihočeské menu restaurace nijak finančně nezatíží (viz Příloha 13) a mohou je nabízet přibližně ve stejné cenové relaci jako dosud, tzn. cena cca 150,-- Kč/menu. Díky tomu nedojde ani

ke zvýšení cen stravovacích služeb pro účastníky. Dobré jídlo v příjemném prostředí by mělo být zdrojem zážitků, kvůli kterým se budou návštěvníci rádi vracet.

Výběr, komunikace a vzdělávání pracovníků

Dalším problémem, který vyplynul z mého dotazníkového šetření, je u obou hotelů chování a profesionalita personálu. Mnoho návrhů na zlepšení v rámci tohoto šetření se týkalo právě rychlosti obsluhy, zlepšení její ochoty, vstřícnosti a profesionality personálu. S tímto mohou souviset také celorepublikové problémy v dané oblasti. Jde hlavně o nízké odměňování a chybějící motivaci pracovníků, v oblasti se vyskytuje sezónnost, pracovníci pracují i v noci a o víkendech, jde o velmi náročnou práci. Prvním krokem pro získání schopných a kvalifikovaných pracovníků by měl být jejich samotný výběr. Provozovatelé by si měli stanovit klíčová kritéria pro výběr a pomocí nich vybírat své zaměstnance. K takovým klíčovým kritériím může patřit např. vyučení v oboru, praxe a schopnosti pracovníků. Dále by mohli provozovatelé hotelů spolupracovat se školskými zařízeními, např. se Střední odbornou školou a středním odborným učilištěm HEUREKA, s.r.o. v Táboře, se Střední školou obchodu, služeb a řemesel v Táboře nebo s Odborným učilištěm, Praktickou školou a ZŠ Soběslav. Učni těchto škol by mohli docházet na praxi v průběhu celého roku a provozovatelé by získali možnost vychovat si kvalifikovanou, stálou sílu přesně podle svých požadavků.

K dalšímu zlepšení by mohlo dojít v komunikaci se zaměstnanci. Vedoucí obou hotelů mi sice sdělili, že pravidelně organizují pracovní porady, kde hodnotí uplynulé období i své zaměstnance. Navíc se snaží své zaměstnance informovat o novinkách, o významných akcích v regionu. Pracovníci by ale také měli být seznámeni s děním v podniku, s jeho ekonomickými výsledky a dlouhodobými cíly, což by mohlo také zvýšit jejich motivaci a prohloubit zájem o práci. Měli by být informováni i o možnostech jejich kariérního postupu. Zaměstnavatelé by mohli stanovit rozmezí pohyblivé složky mzdy každému zaměstnanci. Konkrétní výše by byla určována vedoucím po pravidelném zhodnocení každého pracovníka - zhodnocení jeho výsledků, jeho chování, jeho ochoty, úsilí při práci. Dalším krokem by mělo být samotné

vzdělávání pracovníků. Zaměstnanci by se mohli účastnit různých seminářů, vzdělávacích a jazykových kurzů (viz Příloha 14).

Jednou z možností je účast na seminářích pořádaných Asociací hotelů a restaurací. Semináře jsou určeny pro všechny pracovníky hotelů. Jsou rozděleny pro pracovníky recepcí a rezervačních oddělení, pro obsluhující personál hotelů a restaurací, pro kuchaře, ale i pro provozovatele malých a středních ubytovacích zařízení. Bohužel cena všech seminářů zaměřených právě na pracovníky recepcí, na obsluhující personál a kuchaře se pohybuje od 5000,-- Kč do 9000,-- Kč/osoba. Uvedené hotely jsou malé a zaměstnávají v průměru 13 zaměstnanců. Pokud by se měli uvedených seminářů zúčastnit všichni zaměstnanci, celková cena by činila cca 100000,-- Kč. Tak velký výdaj by znamenal pro oba hotely značné finanční zatížení, a proto si myslím, že se seminářů nemohou zúčastnit všichni zaměstnanci. Řešení bych viděla v tom, že se jich zúčastní pouze vedoucí středisek (vedoucí recepce, vedoucí stravovacího úseku a vedoucí odbytového střediska – šéfkuchař) a poté proškolí ostatní personál hotelu, své spolupracovníky.

Další možností rozvoje pracovníků je, že by si provozovatelé hotelů zajistili odborného, kvalifikovaného lektora se specializací na cestovní ruch. Vzdělávací seminář by se mohl uskutečnit přímo v daném hotelovém zařízení. Výhodou takto zorganizovaného vzdělávacího semináře může být hlavně to, že bude vytvořen přímo na míru danému ubytovacímu zařízení a bude řešit konkrétní problémy obou hotelů. Problém vidím opět v účasti všech zaměstnanců. Oba hotely totiž mají provozní dobu od brzkého rána až do pozdních večerních hodin a tento provoz musí být některými zaměstnanci samozřejmě zajištěn. Proto bych navrhovala, aby byl vzdělávací seminář zorganizován v mimosezóně, v době, kdy má hotel nejmenší návštěvnost (nejlépe v lednu), aby co nejméně narušoval provoz hotelového zařízení.

Další možností je, aby provozovatelé obou hotelů sledovali aktuální nabídky seminářů zaměřených na cestovní ruch a těchto vzdělávacích seminářů se zúčastnili. Semináře řeší aktuální problémy cestovního ruchu, problémy českého hotelnictví a gastronomie, jsou zaměřeny na podporu domácího cestovního ruchu. Na uvedená témata je zaměřen

např. seminář k aktuálním problémům cestovního ruchu, který se uskuteční v Liberci za účasti členů Komise cestovního ruchu Asociace krajů České republiky. V dubnu 2010 proběhne také jedenáctý ročník konference "Cestovní ruch na prahu 3. tisíciletí". Pořadatelem konference je společnost MAG CONSULTING, spolupořadatelé Ministerstvo pro místní rozvoj a Česká centrála cestovního ruchu CzechTourism, hlavním mediálním partnerem odborný časopis COT business. Jednání bude rozděleno do odborných sekcí. Jedním z témat bude např. hotelnictví a gastronomie - řešení dopadů hospodářské krize nebo výzkum a vzdělávání v cestovním ruchu – odborné vzdělávání v cestovním ruchu, možnosti zvyšování kvalifikace atd. Tyto vzdělávací semináře jsou převážně zdarma nebo je účastnický poplatek velmi nízký, a proto malé ubytovací zařízení nijak finančně nezatíží.

Klasifikace

Další zlepšení bych viděla v zapojení obou hotelů do nové jednotné klasifikace. Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky se od roku 2010 stala součástí mezinárodního systému Hotelstars Union, který v současné době sjednocuje kritéria v rámci ČR, Německa, Rakouska, Maďarska, Švýcarska, Švédska a Nizozemí a tím zaručuje stejné parametry kvality ubytovacích služeb. Klasifikace je založena na dobrovolnosti a snaží se zvýšit transparentnost trhu a zkvalitnit služby, které poskytují ubytovací zařízení. Certifikovaná ubytovací zařízení garantují kvalitu vybavenosti a služeb. Provozovatelé musí zároveň s odeslanou žádostí o certifikaci uhradit poplatek ve výši 8000,- Kč (nebo 4000,- Kč). Každé ubytovací zařízení musí před udělením certifikace projít nezávislou kontrolou, která je předem ohlášená a provedená výhradně dvěma proškolenými kontrolory. Poté je ubytovacímu zařízení udělen Certifikát a Klasifikační znak (viz Příloha 15). Klasifikační znaky se udělují na tříleté období, a to od ledna 2010 do prosince 2012. Další výhodou zapojení se do jednotné klasifikace vidím v tom, že certifikovaná zařízení spolupracují s AHR ČR a s agenturou CzechTourism a ty zajišťují také stálou marketingovou podporu. Za účelem propagace byly zřízeny webové stránky www.hotelstars.cz, které nabízejí návštěvníkům v šesti světových jazycích přehledné informace o službách a vybavenosti klasifikovaných zařízení, ale také přímé propojení na jejich webové stránky, a tím možnost přímé rezervace. Dalším cílem je to, aby certifikovaná ubytovací zařízení byla

viditelně označena a odlišena od ostatních na většině významných rezervačních portálech. V současné době jsou podporovány a rozlišeny na několika webových portálech (www.expedia.com, www.czecot.com, www.hotelquide.cz, www.firmy.cz, www.dohotelu.cz, www.dopenzionu.cz a www.hrs.com) a připravuje se rozšíření spolupráce i s dalšími internetovými portály jak na národní, tak i mezinárodní úrovni. AHR ČR také vytvořila a pravidelně vydává a aktualizuje katalog certifikovaných zařízení. Tento katalog spolu s dalšími propagačními materiály jsou k dispozici na všech zahraničních zastoupeních CzechTourism a na všech informačních centrech v České republice. Další důležitou součástí propagace certifikovaných zařízení je účast na všech veletrzích pořádaných agenturou CzechTourism doma i v zahraničí formou propagačních materiálů a katalogů. Vzhledem k vytvoření společné klasifikace se sousedními státy Německa, Rakouska a Maďarska bude společný systém Hotelstars Union marketingově podporován ve spolupráci s těmito zeměmi.

Spolupráce s firmami v regionu

Ze své zkušenosti si myslím, že pro hotel je také výhodné vybudovat si dobré, kvalitní a dlouhodobé vztahy s firmami v regionu. Ve Veselí nad Lužnicí a jeho okolí působí mnoho firem, které pořádají pro své zaměstnance různá školení, vzdělávací semináře apod., ale i pravidelné pracovní porady atd. Proto bych provozovatelům obou zařízení doporučila, aby takové firmy kontaktovali, představili jim své služby a snažili se navázat dobré obchodní vztahy. Poté při dlouhodobé a pravidelné spolupráci mohou hotely nabídnout těmto subjektům i určité finančně zajímavé výhody. Hotely navíc pro účastníky těchto malých kongresových akcí mohou zajistit komplexní program. Nejedná se pouze o základní ubytovací a stravovací služby a pronájem školících prostor, ale také o rozmanitý doplňkový program vytvořený přímo na míru pro firemní klientelu. Dle požadavků firem jsou hotely schopny zajistit jak různé výlety do blízkého i vzdálenějšího okolí (viz Příloha 16), tak i rozmanité gastronomické akce – různé společenské večery, recepcie, rauty apod. Další výhodou dobré spolupráce zmíněných hotelů s regionálními firmami vidím v tom, že pokud tyto firmy budou spokojené s kvalitou a úrovní poskytnutých služeb, mohou tyto služby doporučit dalším svým spolupracujícím firmám i z jiných regionů České republiky. Myslím si proto, že pro

hotely to může být další způsob propagace a reklamy, která není nijak finančně náročná. Hotely však musí nabízet kvalitní, komplexní služby, protože v cestovním ruchu se klade zvýšený důraz právě na ústní reklamu.

Vybavení pro kongresové akce

Dalším problémem, který vyplynul z mého dotazníkového šetření, je to, že především hotel Lucia nedisponuje dostatečným technickým vybavením pro kongresový cestovní ruch. U hotelu Sloup tak velký problém nevidím, protože disponuje alespoň základním technickým vybavením pro pořádání kongresových akcí. Hotel nabízí účastníkům k zapůjčení plátno, flipchart, školící audiovizuální techniku atd., prostory určené pro pořádání kongresových akcí mají dobré osvětlení i ozvučení a kvalitní je i zatemnění oken ve školící místnosti. Složitější situace je tedy u hotelu Lucia, který nedisponuje téměř žádným technickým vybavením a účastníci kongresové turistiky si musí zajišťovat technické vybavení sami. Hotel sice může investovat do vybavení, může zakoupit základní techniku pro pořádání kongresových akcí, ale tato alternativa je značně finančně náročná. Řešení bych viděla v tom, že hotel Lucia může navázat úzkou a dlouhodobou spolupráci s Kulturním domem ve Veselí nad Lužnicí, který je od hotelu vzdálen cca 250 metrů. Kulturní dům má dostatečné kapacity a také disponuje dobrým a kvalitním vybavením pro pořádání různých konferencí, seminářů, přednášek atd. Zaměstnanci jsou schopni zajistit občerstvení (coffee break) během probíhající kongresové akce. Bohužel však kulturní dům nenabízí žádné možnosti vypůjčení školící techniky. Má představa je taková, že by účastníci akcí absolvovali odborný program v jednom ze sálů kulturního domu. Hotel Lucia zajistí stravování, ubytování a doprovodný program pro účastníky kongresové akce. Dalším řešením by pro hotel Lucia mohla být spolupráce s firmou Generalsound ve Veselí nad Lužnicí, která zajišťuje zapůjčení školící techniky. Řešení by samozřejmě záleželo nejen na rozhodnutí hotelu, ale také na požadavcích účastníků konkrétní kongresové akce. Výhodnější se mi ale jeví spolupráce s Kulturním domem ve Veselí nad Lužnicí.

Zlepšení vybavení pokojů

Dalším nedostatkem, který jsem zjistila v rámci svého dotazníkového šetření, je vybavení pokojů, a to především opět v hotelu Lucia. Měla jsem možnost si pokoje v obou hotelech prohlédnout a mohu tedy potvrdit názory kongresových hostů, že pokoje jsou sice elegantně a standardně vybaveny, ale není zde vhodný prostor pro práci v pokojích. Pokoje v obou hotelech sice mají přípojku na internet, jsou vybaveny televizí se satelitním příjmem a telefonem, ale nejsou bohužel vybaveny kvalitním, stabilním konferenčním stolem, pohodlným křeslem ani dobrým osvětlením pro práci. Situace by se vyřešila tím, že hotely investují do nákupu stabilních stolků, pohodlných kancelářských křesel a kvalitního osvětlení. Investice do zařízení nebude sice malá, ale myslím si, že se hotelům vyplatí, a to hlavně z toho důvodu, že se oba hotely chtějí i do budoucna zaměřit na pořádání menších kongresových akcí, což mi vedoucí obou hotelů potvrdili. Navíc provozovatel hotelu Sloup pan Mader plánuje zakoupení nového vybavení restaurace i pokojů.

6. Závěr

Tato bakalářská práce analyzovala trh ubytovacích a stravovacích služeb v oblasti Veselí nad Lužnicí pro účastníky kongresového cestovního ruchu. Analyzovala nabízené služby pro tuto specifickou klientelu, zjišťovala nedostatky v poskytovaných službách a ukazuje možnosti rozvoje tohoto druhu cestovního ruchu v dané oblasti.

Hlavním cílem práce byla analýza trhu ubytovacích a stravovacích služeb v oblasti Veselí nad Lužnicí pro účastníky kongresového cestovního ruchu. Dalším cílem bylo navrhnout zajištění provozu ubytovacího a stravovacího zařízení včetně zvláštností pro vybraný segment klientů. Dílčími cíly bylo zjištění, zda trh ubytovacích a stravovacích služeb v oblasti Veselí nad Lužnicí odpovídá poptávce, zda služby pro účastníky kongresového cestovního ruchu odpovídají jejich požadavkům a poté navržení možných změn v provozu ubytovacího a stravovacího zařízení pro vybraný segment klientů.

Před sepsáním celé bakalářské práce byla sestavena literární rešerše, provedeno dotazníkové šetření v ubytovacích a stravovacích zařízeních, uskutečněny řízené rozhovory s vedoucími pracovníky těchto zařízení, byl uskutečněn rozhovor s pracovníky Informačního centra ve Veselí nad Lužnicí a dále jsem využila vlastní pozorování a zkoumání i zkušenosti, protože jsem delší dobu pracovala v hotelu, který se specializoval na tento specifický druh cestovního ruchu. Toto vše postupně potvrzovalo nebo vyvracelo dané hypotézy.

Důkladnou analýzou ubytovacích a stravovacích zařízení jsem zjistila, že trh ubytovacích a stravovacích služeb odpovídá poptávce. Pracovníci informačního centra mi sdělili, že nejčastější návštěvník je tuzemec, cyklista nebo turista, často se jedná o rodinnou turistiku pro všechny věkové kategorie, v sezóně převažuje týdenní pobyt. Také převážná většina ubytovacích zařízení je vhodná především pro rodinné pobyty, cykloturistiku atd. a tomu je také přizpůsobeno jejich vybavení. Pomocí této analýzy jsem vyhodnotila jako nejvhodnější k pořádání kongresových akcí dva hotely, které poskytují služby pro účastníky kongresového cestovního ruchu. Jedná se o hotel Lucia a hotel Sloup. Zde musím zdůraznit, že vzhledem ke kapacitě těchto hotelů, jejich

vybavení, ale také velikosti regionu se jedná především o menší kongresové akce, hlavně o různá školení, semináře, také o incentivní turistiku a teambuildingové akce. Firemní akce se dříve často konaly v hotelu Trilobit, který je bohužel dočasně uzavřen. Tím region Veselí nad Lužnicí přišel o velmi vhodné prostory pro konání kongresových a eventových akcí. Na základě této analýzy mohu také potvrdit hypotézu, že ve zkoumané oblasti neexistuje dostatečné množství kvalitních kapacit pro kongresový cestovní ruch.

Na základě dotazníkového šetření jsem zjistila, že jako nejhorší hodnotí účastníci v obou hotelech obsluhující personál a kvalitu servisu. Dotázaní nejhůře hodnotili právě rychlost obsluhy, dále ochotu, vstřícnost a profesionalitu personálu. S ostatními službami (ubytovací, stravovací, doplňkové) byli účastníci kongresových akcí vcelku spokojeni. Tímto šetřením tedy také mohu vyvrátit další hypotézu, že návštěvníci jsou spokojeni s obsluhujícím personálem a kvalitou servisu.

Velmi důležité pro můj výzkum bylo také zjištění kvality služeb, které hotel nabízí v rámci kongresového cestovního ruchu. Především jsem se zajímala o vybavení hotelů školící technikou a o zajištění vhodných prostor pro školení a semináře atd. Na základě dotazníkového šetření, ale také dle informací získaných od vedoucích pracovníků hotelů jsem zjistila, že hotel Lucia nemá potřebné vybavení pro tyto akce, proto se tento nedostatek musí řešit jiným způsobem. Naopak hotel Sloup disponuje i vhodným technickým vybavením pro tyto akce, může účastníkům nabídnout k zapůjčení např. plátno, flipchart, školící audiovizuální techniku atd.

Další hypotéza zněla, zda odpovídá cena za poskytované služby kvalitě těchto služeb a vybavenosti. Naprostá většina dotazovaných mi sdělila, že cena odpovídá, a tím mohu potvrdit i tuto hypotézu. Tuto hypotézu mi potvrdili i vedoucí obou zmiňovaných hotelů.

Vyhodnocení řízených rozhovorů s vedoucími pracovníky hotelů také ukázalo, že ve zkoumané oblasti jsou patrné známky sezónnosti. Tuto hypotézu potvrzují také pracovníci Informačního centra.

Mé návrhy na zlepšení vyplývají z výše zmíněného a také z dalších informací získaných především pomocí dotazníkového šetření a informací získaných od vedoucích pracovníků obou hotelů. Za nejdůležitější pokládám hlavně zlepšení výběru, komunikace a vzdělávání pracovníků v oblasti cestovního ruchu, navázání dlouhodobé spolupráce s místními firmami a dále, hlavně pro hotel Lucia, vyřešení otázky vhodného vybavení pro pořádání kongresových akcí a zkvalitnění vybavení pokojů pro účastníky kongresového cestovního ruchu. Po prostudování seznamu certifikovaných zařízení na stránkách Asociace hotelů a restaurací České republiky jsem zjistila, že ani jeden z hotelů se nenachází v tomto seznamu. Další zlepšení bych tedy viděla v zapojení obou hotelů do nové jednotné klasifikace.

Mohu tedy potvrdit nebo vyvrátit všechny čtyři hypotézy, které byly pro moji bakalářskou práci stanoveny. První hypotéza zněla, že ve zkoumané oblasti neexistuje dostatečné množství kvalitních kapacit pro kongresový turistický ruch. Díky důkladné analýze všech ubytovacích a stravovacích zařízení v dané oblasti a díky informacím od pracovníků informačního centra mohu tuto hypotézu potvrdit. Druhá hypotéza zněla, že ve zkoumaném regionu jsou patrné známky sezónnosti. Tuto hypotézu mohu díky řízeným rozhovorům s vedoucími pracovníky obou hotelů a s pracovníky Informačního centra také potvrdit. Třetí hypotéza zněla, že ceny za služby v daném regionu odpovídají kvalitě a úrovni poskytovaných služeb. Tuto hypotézu mohu díky dotazníkovému šetření opět potvrdit. Poslední hypotéza zněla, že návštěvníci jsou spokojeni s obsluhujícím personálem a kvalitou servisu. Tuto hypotézu musím na základě dotazníkového šetření vyvrátit. Na základě zjištěných informací se mi podařilo splnit všechny cíle, které byly stanoveny na počátku této práce.

Závěrem mohu tedy říci, že město Veselí nad Lužnicí nemá sice vhodné předpoklady pro konání velkých kongresů a konferencí, ale jeho potenciál by se dal dobře využít pro pořádání menších kongresových akcí typu seminářů, školení atd., ale také pro incentivní pobyty, eventové akce a některá firemní setkání. Důležitou podmínkou je, aby město i nadále podporovalo rozvoj cestovního ruchu a uvedené hotely pracovaly na zlepšení svých služeb.

7. Summary

This bachelor thesis analyses accommodation and catering market for the participants of tourism congress in the area of Veselí nad Lužnicí. It analyses offered services for this specific clients, finds shortcoming in provided services and shows development possibilities of this kind of tourism in given area.

I made a questionnaire examination in an accommodation and catering business, realized controlled interviews with managers of those business and interviews with the staff of Information Centre in Veselí nad Lužnicí and my own research.

Through use of this analysis I have evaluated 2 hotels to be the best for arranging of congresses. Both of the hotels provide services for the tourism congress participants. They are: hotel Lucia and hotel Sloup. I would like to point out that there are especially smaller congress events, mainly trainings, seminars and incentive tourism with regard to their size and equipment of these hotels.

I have found out on the basis of the questionnaire survey, that the staff service and the quality of the service have got the worst participation evaluation in both of the hotels. The questioned persons evaluated as the worst: service speed, willingness, helpful service and service quality. The congress participants were quite satisfied with other services (e.g. accommodation, catering etc.).

The quality of the service was very important for my survey too, especially the services offered for congress tourism, technical equipment for trainings, suitable spaces for seminar etc. I have found out by questioner survey, that hotel Lucia has not got necessary equipment for those events and therefore it has to deal with it by different way. On the other hand the hotel Sloup has got suitable technical equipment for those events.

Evaluation of the questioner survey presented that there are evident sign of seasonality in the surveyed area. The Information Centre staff and managers of both of the hotels also confirm this hypothesis.

My suggestions for improvement result from above mentioned and from other information gained mainly from questioner survey and information from hotel managers. I consider as the most important the staff selection, communication and staff training in the tourism area, company cooperation and the suitable equipment for congress events mainly for the hotel Lucia.

8. Použité zdroje

8.1. Literární zdroje

- [1] ATTL, P.; NEJDL, K. *Turismus I*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola hotelová, 2004. 178 s. ISBN 80-86578-37-2
- [2] BERÁNEK, J.; KOTEK, P. *Řízení hotelového provozu*. 4. vydání. Praha: MAG Consulting s.r.o., 2007. 240 s. ISBN 978-80-86724-30-0
- [3] ČERNÝ, J.; KRUPÍČKA, J. *Moderní hotel*. 2. vydání. Úvaly: Ratio, 2007. 224 s. ISBN 80-86351-07-6
- [4] HALLAN, s.r.o. *Stravovací úsek pro cestovní ruch*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008. 78 s.
- [5] HAVEL, M; JÁNOŠKA, K. *Vademecum pro profesionály ve světě MICE, 1. díl „Průvodce světem MICE“*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008. 56 s.
- [6] HESKOVÁ Marie a kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. 223 s. ISBN 80-7168-948-3
- [7] KASPAR, C. *Základy cestovního ruchu: Knižnice cestovního ruchu I*. Bánská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB, 1995. 90 s. ISBN 80-901166-5-5
- [8] KIRÁLOVÁ, A. *Marketing hotelových služeb*. Praha: Ekopress, s.r.o., 2006. 158 s. ISBN 80-86929-05-1
- [9] Kolektiv STANCE COMMUNICATIONS, s.r.o. *Event marketing v cestovním ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007. 90 s.

- [10] KOTLER, P. a kol. *Marketing Management*. 12. vydání. Praha: Grada Publishing, 2007. 788 s. ISBN 978-80-247-1359-5
- [11] ORIEŠKA, J. *Kongresový cestovní ruch*. 1. vydání. Praha: Idea servis, konsorcium, 2004. 139 s. ISBN 80-85970-45-7
- [12] ORIEŠKA, J. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vydání. Praha: Idea servis, 1999. 244 s. ISBN 80-85970-27-9
- [13] PAYNE, A.; DOBEŠOVÁ, V. *Marketing služeb*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 1996. 247 s. ISBN 80-7169-276-X
- [14] PRAŽSKÁ, L. a kol. *Obchodní podnikání – Retail Management*. 2. vydání. Praha: Management Press, 2002. 874 s. ISBN 80-7261-059-7
- [15] RUSHTON, A. M.; CARSON, M. J. *The Marketing of Services*. In: *European Journal of Marketing* 3/1985. 66 s. ISSN 0309-0566
- [16] *Služby cestovního ruchu – cestovní agentury a cestovní kanceláře (touroperátoři) – terminologie*. Český normalizační institut, 2004. ČSN EN 13809
- [17] STÁREK, V; VACULKA, J. *Ubytovací úsek v oblasti cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008. 92 s.
- [18] STROPEK, F.; HADRAVOVÁ, M. *Greenway selského baroka*. Soběslav: Město Veselí nad Lužnicí s finanční podporou Nadace partnerství, 2007. 16s.
- [19] VANĚČEK, D. *Logistika*. 3. Přepřacované vydání. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Ekonomická fakulta, 2008. 178 s. ISBN 978-80-7394-085-0

[20] ZELENKA, J.; PÁSKOVÁ, M. *Cestovní ruch: výkladový slovník*. 1. vydání. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2002. 448 s.

8.2. Internetové zdroje

7 důvodů proč na MICE do ČR, [online]. [cit. 2010-02-20]. Dostupné z WWW:

<<http://www.czechtourism.com/cze/cz/docs/holiday-tips/mice-holiday/index.html>>.

Celoroční kalendář opakujících se akcí, [online]. [cit. 2009-11-11]. Dostupné z WWW:

<http://www.veseli.cz/vismo/zobraz_dok.asp?id_org=18068&id_ktg=9716&p1=35403>.

Doporučení upravující základní ukazatele pro kategorizaci hostinských a ubytovacích zařízení, 1994 [online]. [cit. 2009-11-11]. Dostupné z WWW: <<http://www.cestovni-ruch.cz/kategorizace/doporuceni.htm>>.

Hotel Lucia, [online]. [cit. 2010-01-25]. Dostupné z WWW:

<<http://www.ubytovani.cz/jizni-cechy/veseli-nad-luznici/hotel-lucia/503/>>.

Konference o cestovním ruchu 2010, [online]. [cit. 2010-03-15]. Dostupné z WWW:

<<http://www.magconsulting.cz/article.aspx?ArticleID=615>>.

Kongresový cestovní ruch, [online]. [cit. 2010-02-20]. Dostupné z WWW:

<dostupné na: http://www.cot.cz/data/cesky/04_02/kongresy2_p.024-027.pdf>.

Kongresová turistika, [online]. [cit. 2009-11-11]: Dostupné z WWW:

<http://projekty.nazory.cz/pscr/11_kongres.doc>.

Letiště Soběslav LKSO, [online]. [cit. 2009-11-11]. Dostupné z WWW:

<<http://www.sobeslav.xf.cz/index.php?pg=leti>>.

Místopis a historie, [online]. [cit. 2009-11-11]. Dostupné z WWW: <<http://www.jihocesko.cz/obce.asp?obec=619&historie=1>>.

Náš společný cíl? Přilákat mezinárodní kongresy do ČR, tisková zpráva agentury CzechTourism z 11. dubna 2007 [online]. [cit. 2009-09-23]. Dostupné z WWW: <http://www.czechtourism.cz/files/TZ/cs/11_04_07_tz_kampane_akce.pdf>.

Odpočinek?, [online]. [cit. 2010-01-25]. Dostupné z WWW: <<http://www.hotelsloup.com/3.php>>.

Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky 2006 – 2009, [online]. [cit. 2009-11-11]. Dostupné z WWW: < <http://www.ahrcr.cz/oficialni-jednotna-klasifikace-ubytovacich-zarizeni-2006-9/>>.

Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky 2010- 2012, [online]. [cit. 2010-01-05]. Dostupné z WWW: <<http://www.ahrcr.cz/novinky-v-oblasti-certifikace/hotelstars-union-historicky-prvni-mezinarodni-klasifikace-v-evrope-2>>.

Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky 2010 – 2012, [online]. [cit. 2010-01-05]. Dostupné z WWW: < <http://www.hotelstars.cz/oficialni-jednotna-klasifikace-ubytovacich-zarizeni-2010-2012/>>.

Památky, [online]. [cit. 2009-11-11]. Dostupné z WWW: < http://www.veseli.cz/vismo/o_utvar.asp?id_org=18068&id_u=27559&p1=35423>.

Partnerská města a obce, [online]. [cit. 2009-11-11]. Dostupné z WWW: < http://www.veseli.cz/vismo/o_utvar.asp?id_org=18068&id_u=988&p1=7458>.

Pozvánka na seminář k aktuálním problémům cestovního ruchu, [online]. [cit. 2010-03-15]. Dostupné z WWW:

< <http://www.wellnessnoviny.cz/clanek/pozvanka-na-seminar-k-aktualnim-problemum-cestovniho-ruchu/>>.

Představení projektu, [online]. [cit. 2010-03-15]. Dostupné z WWW:
<dostupné na: <http://www.czechspecials.cz/predstaveni-projektu/>>.

Statistika nezaměstnanosti z územního hlediska, [online]. [cit. 2009-11-11]. Dostupné z WWW: < <http://portal.mpsv.cz/sz/stat/nz>>.

Traťové jízdní řády, [online]. [cit. 2009-11-11]. Dostupné z WWW:
<<http://www.cd.cz/vnitrostatni-cestovani/jizdni-rad/tratove-jizdni-rady/-3546/>>.

Turistické zajímavosti, [online]. [cit. 2009-11-11]. Dostupné z WWW:
<http://www.veseli.cz/vismo/dokumenty2.asp?id_org=18068&id=202175&p1=35422>.

Ubytování a stravování, [online]. [cit. 2009-11-11]. Dostupné z WWW:
< http://www.veseli.cz/vismo/o_utvar.asp?id_org=18068&id_u=27560&p1=35424>.

Veselí nad Lužnicí - letoviště uprostřed jižních Čech, [online]. [cit. 2009-11-11].
Dostupné z WWW:
<http://www.veseli.cz/vismo/dokumenty2.asp?id_org=18068&id=13721&p1=7258>.

Wellnesscentrum [online]. [cit. 2010-02-20]. Dostupné z WWW:
<http://www.aurora.cz/cz/59_74/>.

Založení unie Hotelstars Union povede ke sladění systémů hotelových hvězdiček v Evropě, [online]. [cit. 2010-01-05]. Dostupné z WWW:
< <http://www.ahrcr.cz/novinky-v-oblasti-certifikace/zalozeni-unie-hotelstars-union-povede-ke-sladeni-systemu-hotelovych-hvezdicek-v-evrope-4/> >.

Z historie města, [online]. [cit. 2009-11-11]. Dostupné z WWW:
<http://www.veseli.cz/vismo/dokumenty2.asp?id_org=18068&id=8636&p1=3540>.

9. Seznam tabulek, grafů a schémat

9.1. Seznam tabulek

Tabulka 1: Kongresy a konference v hromadných ubytovacích zařízeních v ČR
v letech 2007 - 2008

Tabulka 2: Nezaměstnanost ve Veselí nad Lužnicí 2009

Tabulka 3: Návštěvnost Informačního centra ve Veselí nad Lužnicí 2008

Tabulka 4: Návštěvnost Informačního centra ve Veselí nad Lužnicí 2009

9.2. Seznam grafů

Graf 1: Jakou formou si hosté rezervují pobyt?

Graf 2: Za jakým účelem přijíždějí hosté do hotelu?

Graf 3: Jakou kuchyni hotel nabízí?

Graf 4: Jakou formou si hosté rezervují pobyt 2?

Graf 5: Za jakým účelem přijíždějí hosté do hotelu 2?

Graf 6: Jakou kuchyni hotel nabízí 2?

Graf 7: Do jaké věkové skupiny patříte?

Graf 8: Kolikrát jste navštívili tento hotel?

Graf 9: Proč jste zvolili právě tento hotel?

Graf 10: Jakou stravu preferujete?

Graf 11: Do jaké věkové skupiny patříte 2?

Graf 12: Kolikrát jste navštívili tento hotel 2?

Graf 13: Proč jste zvolili právě tento hotel 2?

Graf 14: Jakou stravu preferujete 2?

9.3. Seznam schémat

Schéma 1: Funkce kongresového cestovního ruchu (Orieška 2004)

Schéma 2: Základní dělení MICE produktů (Havel a Jánoška 2008)

Schéma 3: Řetězec služeb kongresového cestovního ruchu (Orieška 2004)

10. Seznam příloh

Příloha 1: Tabulka: 1 Kongresy a konference v hromadných ubytovacích zařízeních
v ČR v letech 2007 - 2008

Příloha 2: Minimální počty bodů pro kategorie hotel, hotel garni, motel a hotel

Příloha 3: Dopravní dostupnost Veselí nad Lužnicí

Příloha 4: Okruh Greenway selského baroka

Příloha 5: Naučná stezka Veselské pískovny

Příloha 6: Tabulka 2: Nezaměstnanost ve Veselí nad Lužnicí 2009

Příloha 7: Ubytování v soukromí – Veselí nad Lužnicí

Příloha 8: Kompletní vyhodnocení dotazníkového šetření z hotelu Lucia

Příloha 9: Kompletní vyhodnocení dotazníkového šetření z hotelu Sloup

Příloha 10: Tabulka: 3 + 4: Návštěvnost Informačního centra ve Veselí nad Lužnicí
v letech 2008 – 2009

Příloha 11: Podmínky pro získání certifikátu a znaku „Czech Specials“

Příloha 12: Tradiční jihočeské menu

Příloha 13: Kalkulace jihočeských menu

Příloha 14: Možnosti vzdělávání pracovníků v cestovním ruchu

Příloha 15: Ukázka klasifikačních znaků

Příloha 16: Možnosti doprovodného programu při pořádání kongresové akce

Příloha 1:

Tabulka 1: Kongresy a konference v hromadných ubytovacích zařízeních v ČR v letech 2007 - 2008

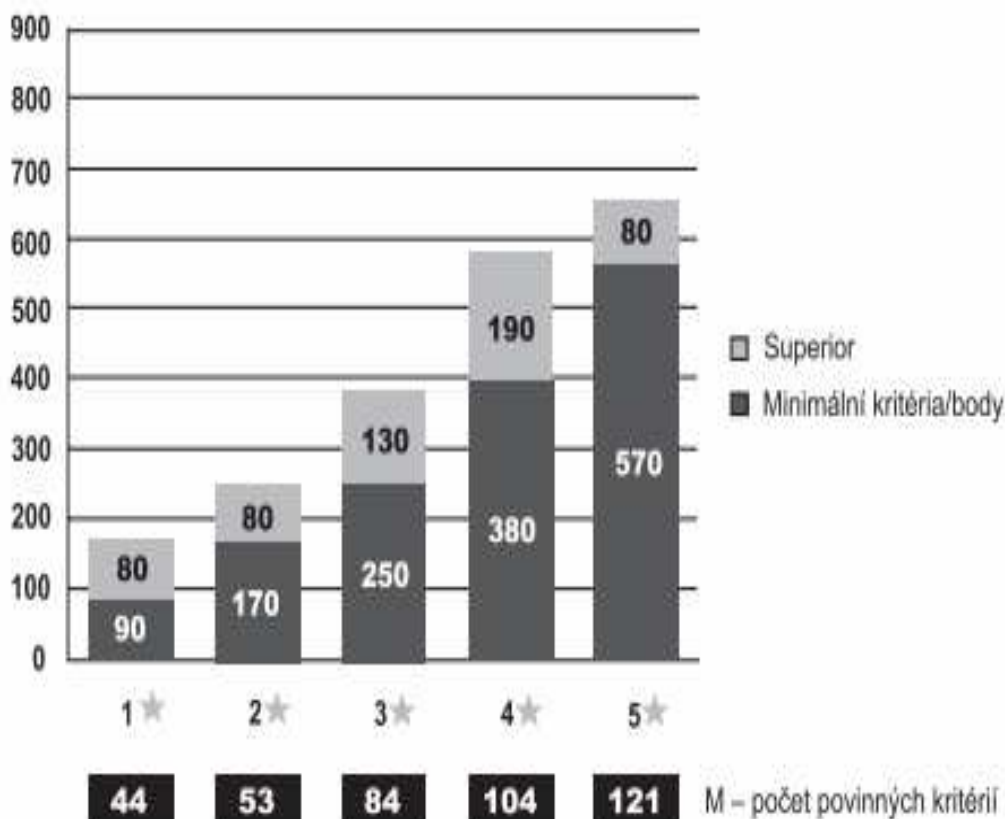
	2007			2008		
	Počet zařízení / <i>Number of establishments</i>	Počet akcí / <i>Number of congresses</i>	Počet účastníků / <i>Number of participants</i>	Počet zařízení / <i>Number of establishments</i>	Počet akcí / <i>Number of congresses</i>	Počet účastníků / <i>Number of participants</i>
Hromadná ubytovací zařízení celkem <i>Collective accommodation establishments, total</i>	184	3 507	701 166	177	3 832	761 901
Hotely ***** <i>Hotels *****</i>	15	436	103 011	15	417	84 162
Hotely **** <i>Hotels ****</i>	56	1 513	337 894	67	1 825	421 812
Hotely *** <i>Hotels ***</i>	88	1 322	217 682	75	1 424	225 768
Ostatní hotely a penziony <i>Other hotels and boarging houses</i>	14	128	22 836	8	76	14 443
Ostatní ubytovací zařízení <i>Other accommodation</i>	11	108	19 743	12	90	15 716

Zdroj: www.czechtourism.cz

Příloha 2:

Minimální počet bodů pro kategorie hotel, hotel garni, motel a hotel

Hotely		90	170	250	380	570
Hotely garni ^M		70	150	230	360	-
Hotelská Superior ^M		170	250	380	570	650



Systém:
Pro zařazení do určité třídy musí ubytovací zařízení splnit předepsaný počet povinných kritérií a minimálních bodů, které jsou ke každé třídě stanoveny. Povinná kritéria jsou označena písmenem M a jejich součet je znázorněn ve výše uvedeném grafu. Minimální body jsou dány součtem hodnotových bodů povinných kritérií a hodnotových bodů splněných volitelných požadavků.

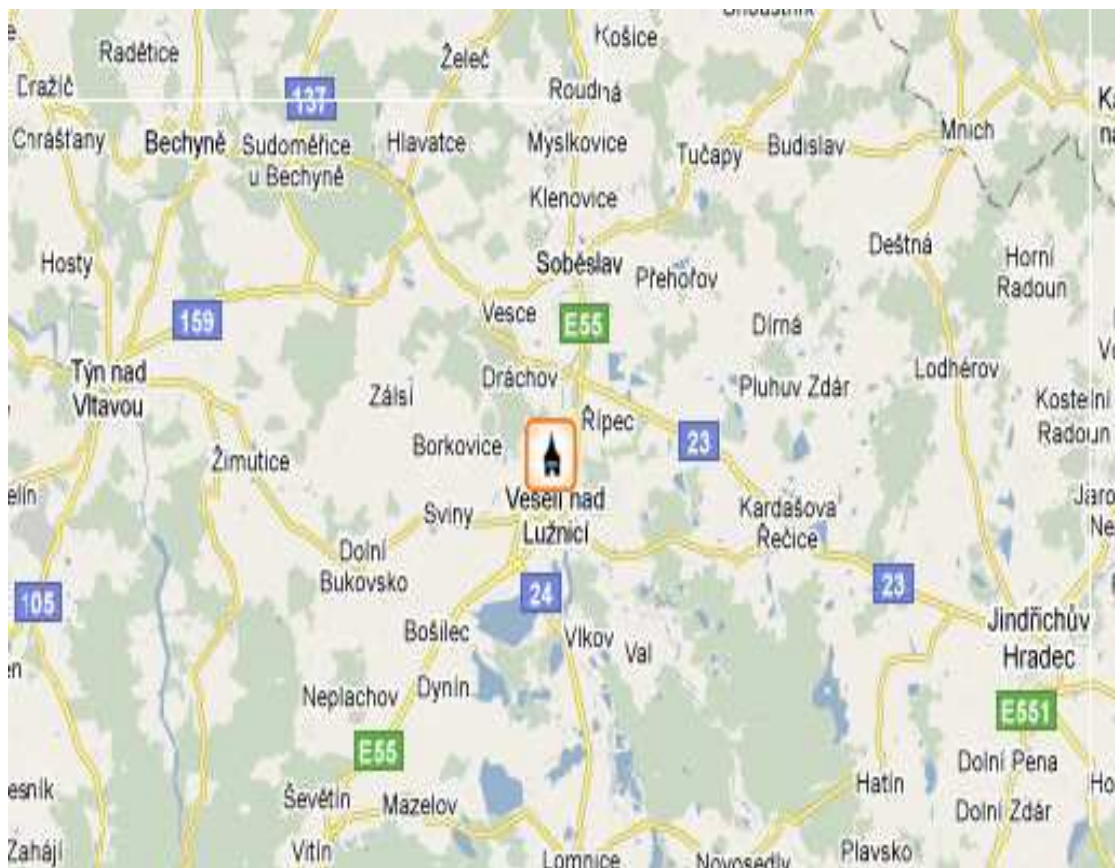
Omlasti, které jsou sloučeny jedním pruhem znázorňují možnost tzv. „jedno nebo druhé“, to znamená vybrat to kritérium, které danému zařízení skutečně odpovídá a případně odpovídající počet bodů.

Kategorie Superior:
Superior představuje vynikající hotely, které dosahují bodových hodnot více předstihujících počty bodů předepsaných pro jejich třídy, a u nichž celkový dojem převyšuje standard očekávaný v jejich třídě. Růžet minimálně dosažené bodové úrovně pro označení Superior je znázorněn ve výše uvedeném grafu.

Zdroj: Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení ČR – www.ahrcr.cz

Příloha 3:

Dopravní dostupnost Veselí nad Lužnicí



Zdroj: <http://www.portalveselinadluznici.cz/silnicni-doprava/?lokalita=vOkruhu>

Příloha 4:

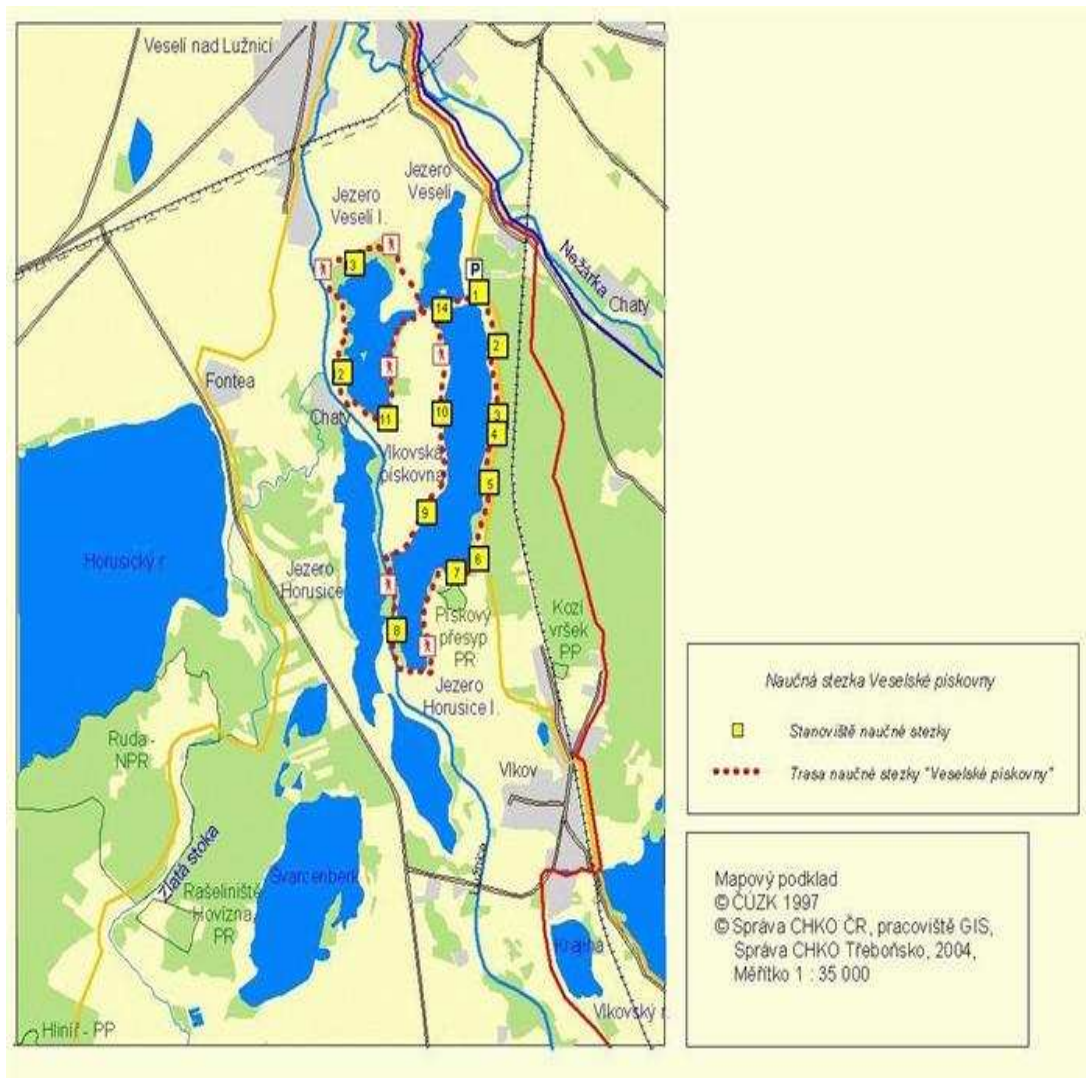
Okruh Greenway selského baroka



Zdroj: www.veseli.cz, **Greenway selského baroka**, Vydalo město Veselí nad Lužnicí s finanční podporou Nadace partnerství (2007), Mgr. František Stropěk a Ing. Marie Hadravová

Příloha 5:

Naučná stezka Veselské pískovny



Zdroj. www.veseli.cz,

http://www.veseli.cz/vismo/dokumenty2.asp?id_org=18068&id=202175&p1=35422

Příloha 6:

Tabulka 2: Nezaměstnanost ve Veselí nad Lužnicí 2009

Měsíc	Míra nezaměstnanosti	Počet nezaměstnaných
Leden	6,9%	313
Únor	7,4%	333
Březen	7,8%	351
Duben	7,3%	329
Květen	7%	316
Červen	7%	318
Červenec	7,3%	328
Srpen	7,3%	330
Září	7,7%	346
Říjen	7,8%	351
Listopad	8,5%	386
Prosinec	9,1%	413

Zdroj: Úřad práce - <http://portal.mpsv.cz>

Příloha 7:

Ubytování v soukromí – Veselí nad Lužnicí

- **Rudolf Adámek**
- **Ing. Darja Bártová**
- **Marie Gabrielová**
- **Gregorovi, Nítovice**
- **MAHON-Růžena Hanzalová**
- **Miloslav Havel**
- **Lea Hladíková - Baldýnka**
- **Věra Hrušková**
- **Chalupa U Hovorků**
- **Vladka Koblišková**
- **Jana Kopačková**
- **Jana Křížová**
- **Iva Martinů**
- **Marie Míková**
- **Nečasová Anna**
- **Mirka Ondráčková**
- **Pavel Princ**
- **Radka Průchová**
- **Marie Příbylová**
- **Stropkovi Jaroslav a Milena**
- **Marie Šimpachová**
- **Václav Tošer**
- **Miluše Vichrová**
- **Jaroslava Váchová**
- **Jan Vojta**
- **Magdalena Vondrášková**
- **Leona Vondrušová**
- **Jakub Vyhlídka**
- **Ing. Vyhlídka Radovan**
- **Ubytovací služby**
- **Ubytování U Pávka**

Zdroj: www.veseli.cz

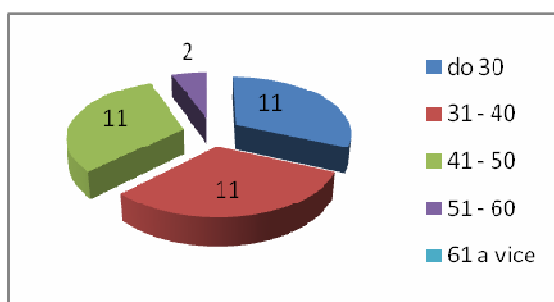
Příloha 8:

Kompletní vyhodnocení dotazníkového šetření z hotelu Lucia

Otázka č. 1 – Do jaké věkové skupiny patříte?

11 respondentů bylo do 30-ti let, 11 respondentů bylo ve věku mezi 31 – 40 roky, 11 respondentů mezi 41 – 50 roky a 2 respondenti byli ve věku 51 – 60 let. Nikdo z respondentů nedosáhl vyššího věku.

Graf 7: Do jaké věkové skupiny patříte?



Otázka č. 2 – Jste žena nebo muž?

Dotazování v hotelu Lucia se zúčastnilo 17 mužů a 18 žen.

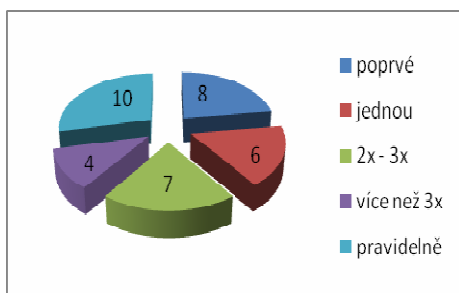
Otázka č. 3 – Jaký byl hlavní důvod Vašeho pobytu?

Samozřejmě hlavním důvodem pobytu všech 35 respondentů byla účast na semináři, školení nebo určité kongresové turistice.

Otázka č. 4 – Kolikrát jste již navštívili tento hotel?

8 z dotázaných navštívilo tento hotel poprvé, 6 respondentů již jednou tento hotel navštívilo, 7 osob navštívilo hotel 2x – 3x a 4 osoby navštívily hotel více než 3x. A dokonce 10 z dotázaných osob jezdí do tohoto hotelu pravidelně a pravidelně se zde účastní kongresové turistiky.

Graf 8: Kolikrát jste navštívili tento hotel?



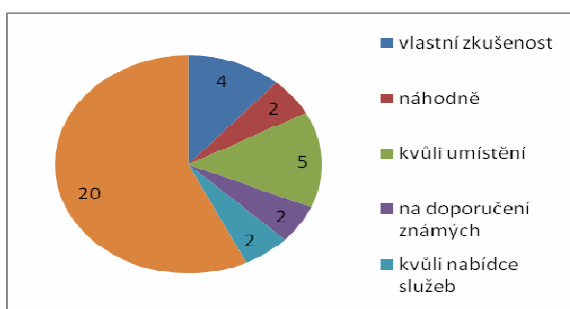
Otázka č. 5 – Jaká je plánovaná délka Vašeho pobytu?

1 z respondentů se zúčastnil celodenního školení bez přenocování, 7 respondentů přenocovalo 3x – 7x a délka pobytu naprosté většiny dotázaných (27 osob) byla do 2 přenocování.

Otázka č. 6 – Proč jste zvolili právě tento hotel?

4 respondenti odpověděli, že hotel zvolili na základě vlastní zkušenosti, 2 respondenti náhodně, 5 dotázaných zvolilo hotel kvůli umístění, 2 dotázaní na doporučení známých a 2 respondenti zvolili tento hotel kvůli nabídce služeb. Naprostá většina respondentů odpověděla, že tento hotel pro pořádání školení zvolil zaměstnavatel nebo vybrala firma.

Graf 9: Proč jste zvolili právě tento hotel?



Otázka č. 7 Spokojenost s recepčními službami?

Zde dotazovaní hodnotili známkami od 1 do 5 jako ve škole: Nabídku informačního materiálu hotelu - průměrná známka hodnocení 1,57, přátelské přivítání – průměrná

známka hodnocení 1,31, pružné poskytování informací na recepci – průměrná známka 1,83, plnění přání účastníků školení – průměrná známka 1,82 a profesionalitu personálu – průměrná známka 1,74. Podle průměrných známek bych hodnotila recepční služby jako dobré a řekla bych, že většina respondentů byla s těmito službami celkem spokojena.

Otázka č. 8 – Spokojenost se zařízením pokoje?

Zde respondenti opět hodnotili známkami od 1 do 5 jako ve škole, zda odpovídá vybavení pokojů úrovni hotelu – průměrná známka 1,62, zda je možno v pokoji pracovat – průměrná známka 1,82 a zda je slyšet hluk z restaurace, z ostatních pokojů atd. – průměrná známka 1,74. I zde bych řekla, že většina dotázaných byla spokojena se zařízením pokoje, nejhorší hodnocení získala práce v pokoji, kde by mohlo dojít ke změně, protože pro kongresový cestovní ruch je právě to velmi důležitý faktor.

Otázka č. 9 – Jaký byl Váš první dojem při vstupu do pokoje?

V této otázce většina respondentů reagovala pozitivně (nejvíce se objevovalo, že pokoj je čistý, uklizený a že respondent je s pokojem spokojen). Pouze 3 respondenti reagovali na tuto otázku zcela negativně.

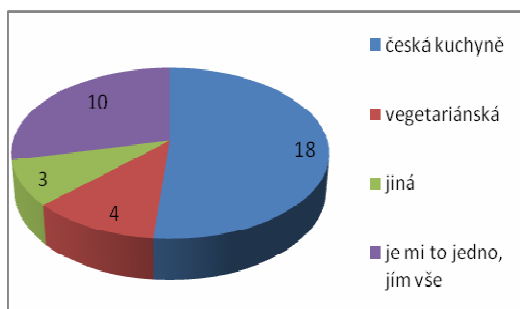
Otázka č. 10 – Kde se po dobu Vašeho pobytu stravujete?

Na tuto otázku naprostá většina dotázaných (33 osob) odpověděla, že pro stravování využívá hotelovou restauraci.

Otázka č. 11 – Jakou stravu preferujete?

Na tuto otázku mi velká část dotázaných (18 osob) odpověděla, že preferuje českou kuchyni, 4 osoby preferují vegetariánskou stravu a 3 respondenti mi odpověděli, že preferují jinou než nabízenou stravu (italskou, zdravou výživu). Překvapivě 10 dotázaných odpovědělo, že jim je to jedno, že jedí vše.

Graf 10: Jakou stravu preferujete?



Otázka č. 12 – Spokojenost s restaurací a její obsluhou?

I zde hodnotili dotazovaní známkou od 1 do 5 jako ve škole: kvalitu pokrmu – průměrná známka 1,46, obsluhu – průměrná známka 1,71, prostředí restaurace – průměrná známka 1,51 a také hygienu a čistotu – průměrná známka 1,2. I zde bych řekla, že většina dotázaných byla se službami restaurace vcelku spokojena. Bohužel nejhoršího hodnocení dosáhla obsluha, takže v této oblasti by mělo vedení hotelu usilovat o změnu k lepšímu.

Otázka č. 13 – Jaký byl Váš první dojem při vstupu do restaurace?

Na tuto otázku reagovala většina respondentů pozitivně (nejvíce se objevovalo, že restaurace působí čistě a útulně). 6 respondentů reagovalo na tuto otázku zcela negativně.

Otázka č. 14 – Hodnocení?

V této otázce hodnotili respondenti známkou od 1 do 5 jako ve škole: kvalitu ubytování – průměrná známka 1,82, kvalitu stravování – průměrná známka 1,5, dostupnost hotelu – průměrná známka 1,23, kvalitu doplňkových služeb – průměrná známka 1,70 a znalosti a ochotu personálu – průměrná známka 1,76. I v tomto hodnocení bych řekla, že většina dotázaných byla s poskytnutými službami spokojena. Nejhoršího hodnocení dosáhla kvalita ubytování, což může být také způsobeno tím, že jsou v pokoji horší podmínky pro práci.

Otázka č. 15 – Odpovídá cena za ubytování kvalitě poskytnutých služeb a vybavenosti?

Na tuto otázku odpověděla většina respondentů kladně (29 osob) a myslí si, že cena odpovídá kvalitě poskytnutých služeb a vybavenosti. 1 respondent odpověděl, že cena je nízká a 5 respondentům se cena zdá příliš vysoká.

Otázka č. 16 – Jaký způsob platby preferujete?

16 dotazovaných preferuje platbu v hotovosti, 18 dotazovaných preferuje platbu platební kartou a pouze jeden z respondentů odpověděl, že dává přednost platbě na fakturu.

Otázka č. 17 – Byl Váš pobyt zde něčím rušen?

Na tuto otázku většina respondentů odpověděla záporně (31 osob) a jejich pobyt v hotelu nebyl ničím rušen, 4 respondenti uvedli, že byli během pobytu rušeni nejčastěji hlukem ze silnice, z chodby nebo ostatních pokojů.

Otázka č. 18 – Vybrali byste si tento hotel pro Váš další pobyt?

Na tuto otázku většina dotazovaných odpověděla kladně (31 osob) a vybrala by si tento hotel pro další pobyt. Opět pouze 4 respondenti odpověděli záporně a bohužel by si tento hotel pro další pobyt nevybrali. Nejčastějším důvodem byl právě hluk, malý výběr vegetariánské stravy a také potřeba změny a malá možnost kulturního vyžití.

Otázka č. 19 – Doporučíte tento hotel Vaším známým?

I zde naprostá většina respondentů (34 osob) odpověděla kladně a hotel by doporučila svým známým. Pouze 1 dotazovaný odpověděl záporně a hotel by nedoporučil. Důvodem byla malá možnost kulturního vyžití. Zajímavé je, že respondenti, kteří by si hotel nevybrali kvůli hluku, by ale tento hotel doporučili svým známým.

Doplňkový dotazník

Otázka č. 1 – Odpovídají ubytovací a stravovací služby Vaším požadavkům?

Na tuto otázku odpovědělo 24 respondentů kladně a byli spokojeni s ubytovacími a stravovacími službami. 10 dotazovaných se vyjádřilo, že jsou celkem spokojeni, ale některé služby by mohly být kvalitnější. Nejčastějšími nedostatky byly rychlost obsluhy, neútlunost restaurace nebo ubytování, nedostačující nabídka vegetariánských pokrmů a celkový malý výběr pokrmů. Pouze 1 respondent se vyjádřil zcela záporně a nebyl spokojen s nabízenými službami, jako hlavní důvod uvedl špatnou obsluhu.

Otázka č. 2 – Jaké doplňkové služby hotel nabízí a zda tyto služby odpovídají Vaším požadavkům?

Hotel nabízí masáže, kosmetiku a někteří uvedli vynikající cukrárnu. S kvalitou těchto doplňkových služeb bylo spokojeno 9 dotázaných. Ale většina dotázaných, celkem 26 osob, uvedla, že tyto služby nevyužívá, a proto nemůže ani posoudit jejich kvalitu.

Otázka č. 3 – Jste spokojeni s obsluhujícím personálem a kvalitou servisu?

Na tuto otázku odpovědělo 24 dotazovaných kladně a byli spokojeni s obsluhujícím personálem a kvalitou servisu. 10 dotazovaných se vyjádřilo, že jsou celkem spokojeni, ale jsou zde nějaké nedostatky. Jediným nedostatkem byla rychlost obsluhy. Pouze 1 respondent se vyjádřil zcela záporně a nebyl spokojen a jako hlavní důvod uvedl špatnou a nepříjemnou obsluhu.

Otázka č. 4 – Jsou Vám zaměstnanci schopni podávat pružné, správné a dostatečné informace o všech produktech, který hotel nabízí, dále o společenských a přírodních atraktivitách v regionu?

27 respondentů odpovědělo kladně a jsou spokojeni, poskytnuté informace považují za dostačující, 4 dotazovaní se vyjádřili, že jsou vcelku spokojeni, ale některé informace by mohly být kvalitnější, požadovali hlavně informace o kulturních akcích a památkách v okolí, pouze 2 dotazovaní odpověděli zcela záporně a chyběli jim hlavně informace

o městu a regionu. 2 respondenti nepotřebovali žádné informace, a proto nemohou posoudit kvalitu poskytovaných informací.

Otázka č. 5 – Spokojenost se službami hotelu, které jsou nabízeny v rámci kongresového cestovního ruchu?

13 respondentů u této otázky odpovědělo kladně a bylo spokojeno s poskytováním těchto služeb. Většina dotázaných (22 osob) se vyjádřila, že jsou vcelku spokojeni, ale existují zde některé nedostatky. Naprostá většina z nich se vyjádřila, že hotel nedisponuje dostatečným prostorem pro tyto akce a hotel nemá dostačující vybavení (školící technika) pro kongresový cestovní ruch.

Otázka č. 6 – Jak byly řešeny reklamace personálem i vedoucím pracovníkem hotelu?

18 z dotazovaných osob nemuselo řešit žádnou reklamaci. 17 respondentů nějakou reklamaci sice řešit muselo, ale reklamace byla vždy brána vážně, v naprosté většině případů (14 osob) se pracovník za tyto nedostatky omluvil a vždy byla i učiněna opatření pro nápravu.

Otázka č. 7 – Jaké služby byste v tomto hotelu zlepšili, jaké nové nabídli?

Někteří respondenti (16) na tuto otázku vůbec neodpověděli, a proto předpokládám, že jsou s poskytovanými službami spokojeni. Nejvíce návrhů na zlepšení se týkalo rychlosti obsluhy, profesionality personálu, zlepšení vybavení pro pořádání školení a vytvoření lepšího zatemnění oken ve školící místnosti.

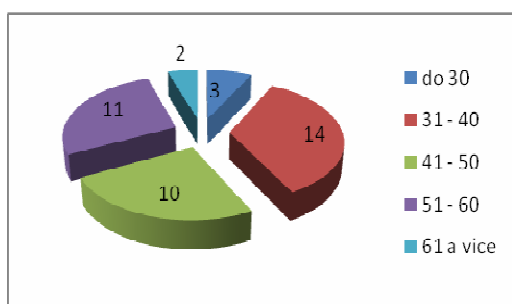
Příloha 9:

Kompletní vyhodnocení dotazníkového šetření z hotelu Sloup

Otázka č. 1 – Do jaké věkové skupiny patříte?

3 respondenti byli ve věku do 30-ti let, 14 respondentů bylo ve věku mezi 31 – 40 roky, 10 respondentů mezi 41 – 50 roky, 11 respondentů bylo ve věku 51 – 60 let a 2 dotazovaní byli ve věku 61 a více let.

Graf 11: Do jaké věkové skupiny patříte 2?



Otázka č. 2 – Jste žena nebo muž?

Dotazování v hotelu Sloup se zúčastnilo 12 mužů a 28 žen.

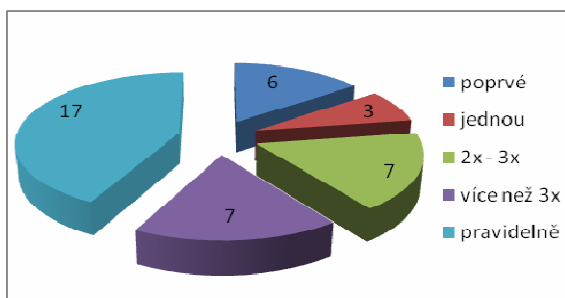
Otázka č. 3 – Jaký byl hlavní důvod Vašeho pobytu?

Samozřejmě hlavním důvodem pobytu všech 40 respondentů byla účast na semináři, školení nebo určité kongresové turistice.

Otázka č. 4 – Kolikrát jste již navštívili tento hotel?

6 z dotázaných osob navštívilo tento hotel poprvé, 3 respondenti již jednou tento hotel navštívili, 7 osob navštívilo hotel 2x – 3x a dalších 7 osob navštívilo hotel více než 3x. A dokonce 17 z dotázaných osob jezdí do tohoto hotelu pravidelně a pravidelně se zde účastní kongresové turistiky.

Graf 12: Kolikrát jste již navštívili tento hotel 2?



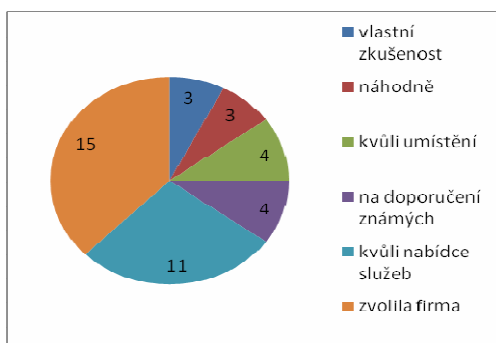
Otázka č. 5 – Jaká je plánovaná délka Vašeho pobytu?

8 z respondentů se zúčastnilo celodenního školení bez přenocování, 5 respondentů přenocovalo 3x – 7x a délka pobytu naprosté většiny dotázaných (27 osob) byla do 2 přenocování.

Otázka č. 6 – Proč jste zvolili právě tento hotel?

3 respondenti odpověděli, že hotel zvolili na základě vlastní zkušenosti, 3 respondenti náhodně, 4 dotázaní zvolili hotel kvůli umístění, 4 dotázaní na doporučení známých a 11 respondentů zvolilo tento hotel kvůli nabídce služeb. Většina respondentů odpověděla, že tento hotel pro pořádání školení zvolil zaměstnavatel nebo vybrala firma.

Graf 13: Proč jste zvolili právě tento hotel 2?



Otázka č. 7 Spokojenost s recepčními službami??

Zde dotazovaní hodnotili známkami od 1 do 5 jako ve škole: Nabídku informačního materiálu hotelu - průměrná známka hodnocení 1,45, přátelské přivítání – průměrná známka hodnocení 1,33, pružné poskytování informací na recepci – průměrná známka

1,58, plnění přání účastníků školení – průměrná známka 1,5 a profesionalitu personálu – průměrná známka 1,53. Podle průměrných známek bych hodnotila recepční služby jako dobré a řekla bych, že většina respondentů byla s těmito službami celkem spokojena.

Otázka č. 8 – Spokojenost se zařízením pokoje?

Zde respondenti opět hodnotili známkami od 1 do 5 jako ve škole, zda odpovídá vybavení pokojů úrovni hotelu – průměrná známka 1,38, zda je možno v pokoji pracovat – průměrná známka 1,56 a zda je slyšet hluk z restaurace, z ostatních pokojů atd. – průměrná známka 1,97. I zde bych řekla, že většina dotázaných byla spokojena se zařízením pokoje, nejhorší hodnocení získalo třetí hodnocení a to hodnocení hluku na pokoji, na který si někteří účastníci školení stěžovali. Tuto otázku samozřejmě nehodnotilo 8 respondentů, kteří se účastnili školení bez přenocování.

Otázka č. 9 – Jaký byl Váš první dojem při vstupu do pokoje?

V této otázce většina respondentů reagovala pozitivně (nejvíce se objevovalo, že pokoj je čistý, uklizený, útulný a příjemný nebo že respondent je s pokojem spokojen). Pouze 1 respondent reagoval na tuto otázku zcela negativně.

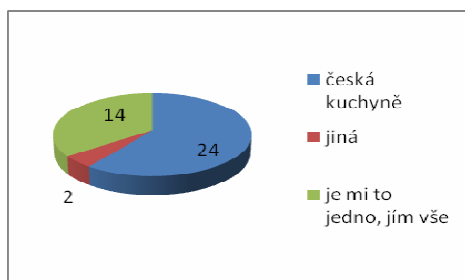
Otázka č. 10 – Kde se po dobu Vašeho pobytu stravujete?

Na tuto otázku naprostá většina dotázaných (39 osob) odpověděla, že pro stravování využívá hotelovou restauraci.

Otázka č. 11 – Jakou stravu preferujete?

Na tuto otázku mi velká část dotázaných (24 osob) odpověděla, že preferuje českou kuchyni, 2 respondenti mi odpověděli, že preferují jinou než nabízenou stravu (italskou). Překvapivě 14 dotázaných odpovědělo, že jim je to jedno, že jedí vše.

Graf 14: Jakou stravu preferujete 2?



Otázka č. 12 – Spokojenost s restaurací a její obsluhou?

I zde hodnotili dotazovaní známkou od 1 do 5 jako ve škole: kvalitu pokrmu – průměrná známka 1,28, obsluhu – průměrná známka 1,68, prostředí restaurace – průměrná známka 1,33 a také hygienu a čistotu – průměrná známka 1,2. I zde bych řekla, že většina dotázaných byla se službami restaurace vcelku spokojena. Bohužel nejhoršího hodnocení dosáhla obsluha, takže v této oblasti by mělo vedení hotelu usilovat o změnu k lepšímu.

Otázka č. 13 – Jaký byl Váš první dojem při vstupu do restaurace?

Na tuto otázku reagovala většina respondentů pozitivně (nejvíce se objevovalo, že restaurace působí čistě, útulně a příjemně). Pouze 1 respondent reagoval na tuto otázku zcela negativně.

Otázka č. 14 – Hodnocení?

V této otázce hodnotili respondenti známkou od 1 do 5 jako ve škole: kvalitu ubytování – průměrná známka 1,44, kvalitu stravování – průměrná známka 1,4, dostupnost hotelu – průměrná známka 1,3, kvalitu doplňkových služeb – průměrná známka 1,26 a znalosti a ochotu personálu – průměrná známka 1,6. I v tomto hodnocení bych řekla, že většina dotázaných byla s poskytnutými službami spokojena. Nejhoršího hodnocení dosáhly znalosti a ochota personálu a výsledek této otázky se shoduje s výsledkem otázky č. 12.

Otázka č. 15 – Odpovídá cena za ubytování kvalitě poskytnutých služeb a vybavenosti?

Na tuto otázku odpověděla většina respondentů kladně (35 osob) a myslí si, že cena odpovídá kvalitě poskytnutých služeb a vybavenosti. 5ti respondentům se cena zdá příliš vysoká.

Otázka č. 16 – Jaký způsob platby preferujete?

23 dotazovaných preferuje platbu v hotovosti, 16 dotazovaných preferuje platbu platební kartou a pouze jeden z respondentů odpověděl, že nepreferuje žádnou platbu a záleží na situaci.

Otázka č. 17 – Byl Váš pobyt zde něčím rušen?

Na tuto otázku odpověděla většina respondentů záporně (33 osob) a jejich pobyt v hotelu nebyl ničím rušen, 7 respondentů uvedlo, že byli během pobytu rušeni, nejčastěji hlukem ze silnice, z ostatních pokojů, hlukem od projíždějícího vlaku ale také obtížným hmyzem.

Otázka č. 18 – Vybrali byste si tento hotel pro Váš další pobyt?

Na tuto otázku opět většina dotazovaných odpověděla kladně (36 osob) a vybrala by si tento hotel pro další pobyt. Pouze 4 respondenti odpověděli záporně a bohužel by si tento hotel pro další pobyt nevybrali. Nejčastějším důvodem byl právě hluk, dále také neochota personálu a cena.

Otázka č. 19 – Doporučíte tento hotel Vaším známým?

I zde naprostá většina respondentů (39 osob) odpověděla kladně a hotel by doporučila svým známým. Pouze 1 dotazovaný odpověděl záporně a hotel by nedoporučil. Zajímavé je, že respondenti, kteří by si hotel nevybrali kvůli hluku, neochotnému personálu nebo obtížnému hmyzu by ale tento hotel doporučili svým známým.

Doplňkový dotazník

Otázka č. 1 – Odpovídají ubytovací a stravovací služby Vaším požadavkům?

Na tuto otázku odpovědělo 29 respondentů kladně a byli spokojeni s ubytovacími a stravovacími službami. 11 dotazovaných se vyjádřilo, že jsou celkem spokojeni, ale některé služby by mohly být kvalitnější. Nejčastějšími nedostatky byly rychlost obsluhy, neochota obsluhy, ale také nekvalitní poskytnutí internetových služeb (časté výpadky).

Otázka č. 2 – Jaké doplňkové služby hotel nabízí a zda tyto služby odpovídají Vaším požadavkům?

Hotel nabízí masáže, saunu, solárium a půjčovnu kol. S kvalitou těchto doplňkových služeb bylo spokojeno 23 dotázaných. Ale velká část dotázaných, celkem 17 osob, uvedla, že tyto služby nevyužívá, a proto nemůže ani posoudit jejich kvalitu.

Otázka č. 3 – Jste spokojeni s obsluhujícím personálem a kvalitou servisu?

Na tuto otázku odpovědělo 26 dotazovaných kladně a byli spokojeni s obsluhujícím personálem a kvalitou servisu. 13 dotazovaných se vyjádřilo, že jsou celkem spokojeni, ale jsou zde nějaké nedostatky. Nedostatkem byla opět rychlost obsluhy a neochota personálu. Pouze 1 respondent se vyjádřil zcela záporně a nebyl spokojen, jako hlavní důvod uvedl špatnou, nepříjemnou a pomalou obsluhu.

Otázka č. 4 – Jsou Vám zaměstnanci schopni podávat pružné, správné a dostatečné informace o všech produktech, který hotel nabízí, dále o společenských a přírodních atraktivitách v regionu?

29 respondentů odpovědělo kladně a jsou spokojeni, poskytnuté informace považují za dostačující, 8 dotázaných se vyjádřilo, že jsou vcelku spokojeni, ale některé informace by mohly být kvalitnější, požadovali hlavně informace o samotném regionu a kulturních akcích, pouze 2 dotazovaní odpověděli zcela záporně a chyběly jim hlavně informace o historii, kultuře a kulturních akcích. 1 respondent nepotřeboval žádné informace, a proto nemůže posoudit kvalitu poskytovaných informací.

Otázka č. 5 – Spokojenost se službami hotelu, které jsou nabízeny v rámci kongresového cestovního ruchu?

Naprostá většina respondentů (35 osob) na tuto otázku odpověděla kladně a byla spokojena s poskytováním zmíněných služeb. Pouze 5 dotázaných se vyjádřilo, že jsou vcelku spokojeni, ale existují zde některé nedostatky. Většina z nich se vyjádřila, že hotel nemá dostačující kapacitu pro kongresový cestovní ruch, že chybí zatemnění oken a jsou zde problémy s používáním internetu (často vypadává).

Otázka č. 6 – Jak byly řešeny reklamace personálem i vedoucím pracovníkem hotelu?

28 z dotazovaných osob nemuselo řešit žádnou reklamaci. 12 respondentů nějakou reklamaci sice řešit muselo, ale reklamace byla téměř vždy brána vážně (8 osob), v naprosté většině případů se pracovník za tyto nedostatky omluvil a téměř vždy byla i učiněna opatření pro nápravu.

Otázka č. 7 – Jaké služby byste v tomto hotelu zlepšili, jaké nové nabídli?

Někteří respondenti (22 osob) na tuto otázku vůbec neodpověděli, a proto předpokládám, že jsou s poskytovanými službami spokojeni. Nejvíce návrhů na zlepšení se týkalo rychlosti obsluhy, zlepšení její ochoty, vstřícnosti a profesionality personálu, vytvoření lepšího zatemnění oken ve školící místnosti a zlepšení poskytování internetu. Respondenti také navrhovali poskytování nových služeb. Mezi nejčastějšími návrhy bylo zbudování bazénu, bowlingu nebo posilovny, vytvoření koutku pro děti.

Příloha 10:

Návštěvnost infocentra ve Veselí nad Lužnicí v letech 2008 - 2009

Tabulka 3: ROK 2008

Leden	570
Únor	685
Březen	734
Duben	880
Květen	1 107
Červen	1 993
Červenec	2 990
Srpen	3 100
Září	2 250
Říjen	1 980
Listopad	995
Prosinec	845
Celkem	18 129

Zdroj: Informační centrum Veselí nad Lužnicí

Tabulka 4: ROK 2009

Leden	520
Únor	485
Březen	511
Duben	741
Květen	850
Červen	1 080
Červenec	1 500
Srpen	2 900
Září	2 200
Říjen	2 300
Listopad	899
Prosinec	634
Celkem	14 620

Zdroj: Informační centrum Veselí nad Lužnicí

Příloha 11:

Podmínky pro získání certifikátu a znaku „Czech Specials“

1. splnění kvalitativních kritérií restaurace
2. zajištění nabídky minimálně jedné národní speciality - seznam národních specialit
3. zajištění nabídky minimálně jedné regionální speciality - seznam specialit dle regionů
4. souhlas s provedením nezávislé kontroly, která bude mít možnost zkontrolovat kvalitativní kritéria a ochutnat nabízené tradiční české speciality.

Kvalitativní kritéria

Profesní způsobilost

1. Provozovatel má příslušná povolení k provozování pohostinství (kopie živnostenského listu, kolaudační rozhodnutí).
2. Provozovatel deklaruje, že splňuje všechny hygienické předpisy a předpisy spojené s bezpečností práce a bezpečností hostů.

Transparentnost nabídky a poctivost v prodeji

1. K dispozici je jídelní lístek, minimálně dvojjazyčný, s vyznačením cen pokrmů a obsluha je na požádání schopna podat zákazníkovi informace o jakémkoli pokrmu v nabídce.
2. Host vždy při vyúčtování obdrží tištěnou účtenku s jasným vyznačením množství položek a jejich ceny. Hostovi nebude v žádném případě účtován další příplatek nad rámec cen stanovených na jídelním a nápojovém lístku.

Čistota a dobrý stav vybavení restaurace

1. Restaurace je vybavena nábytkem a inventářem, který nejeví známky poškození - vybavení může být i starší, ale zjevně dobře udržované.

2. Veškerý inventář, prostory pro hosty a další vybavení restaurace jsou čisté.
3. Toalety restaurace jsou čisté, pravidelně udržované a vybavení plně funkční a nepoškozené.
4. Kuřácká část restaurace je vymezena tak, aby nebyl v části nekuřácké cítit kouř z cigaret.
5. Restaurace je dostatečně odvětrávána bez známek zápachu z kuchyně.

Závazek stálé nabídky specialit vyžadovaných v daném regionu projektem

1. Zařízení se písemně zaváže, že bude spolupracovat na projektu a v jeho nabídce bude k dispozici minimálně jedna národní a jedna regionální specialita. Tyto speciality budou přidány na jídelní lístek po odeslání Žádosti o certifikaci Czech Specials.
2. Zařízení se dále zavazuje, že umožní dvoučlenné kontrole degustaci tradiční české speciality dle výběru. Degustace pokrmu a jeden nápoj bude poskytnut každému z kontrolorů na náklady provozovatele.

Obsluha a její přístup k hostovi

1. Obsluhující mají jednotné oblečení - uniformu.
2. Uniformy jsou čisté a nepoškozené.
3. Obsluhující mají znalost o projektu a jsou schopni doporučit hostovi pokrm a vysvětlit základní principy projektu Czech Specials.
4. Obsluhující jsou příjemní a působí přátelským dojmem.

Kontaktní údaje na provozovnu

1. Provozovatel poskytne příslušné kontaktní údaje (webové stránky, telefon, adresu), které budou použity při propagaci provozoven v rámci projektu.

Zdroj: <http://www.czechspecials.cz/certifikacni-kriteria/>

Příloha 12:

Tradiční jihočeské menu

a) Polévka: Jihočeská česnečka

Hlavní jídlo: Jihočeský pekáček

Desert: Masopustní koblihy

b) Polévka: Bramborová

Hlavní jídlo: Kapr dle Petra Voka, vařený brambor, dušená zelenina

Desert: Pudinkový koláč s žahourem

c) Polévka: Kulajda

Hlavní jídlo: Kynuté borůvkové knedlíky s cukrem, tvarohem a šlehačkou

Desert: 1 ks bramborák

Příloha 13:

Kalkulace jihočeských menu

a) Jihočeská česnečka – 1 porce – 0,33 l

Suroviny	Množství (g)	Cena/kg (Kč)	Cena
Brambory	70	15,--	1,05
Sůl	2	10,--	0,02
Pepř	0,5	450,--	0,23
Česnek	6	120,--	0,72
Polévkové koření	2	140,--	0,28
Sádlo škvařené	10	50,--	0,50
Chléb	30	25,--	0,75
<hr/>			
Celkem za suroviny			3,55
Náklady na zaměstnance			7,00
Náklady na energie			6,00
Marže (35%)			1,24
<hr/>			
Celkem			17,79

Jihočeský pekáček – 1 porce

Brambory	250	15,--	3,75
Kysané zelí	82,5	30,--	2,48
Uzené maso	87,5	120,--	10,50
Šlehačka	87,5	65,--	5,69
Sůl	5	10,--	0,05

Kmín	3	330,--	0,99
Tuk	5	75,--	0,38
<hr/>			
Celkem za suroviny			23,84
Náklady na zaměstnance			15,00
Náklady na energie			12,00
Marže (35%)			8,34
<hr/>			
Celkem			59,18
Masopustní koblihy – 1 porce – 3 ks			
Hrubá mouka	125	11,--	1,38
Droždí	7,5	185,--	1,39
Cukr	17,5	26,--	0,46
Mléko	75 ml	15,--/l	1,13
Vejce	1 kus	2,--/ks	2,00
Sůl	2	10,--	0,02
Citrónová kůra	1	460,--	0,46
Rum	20 ml	203,--/l	4,06
Tuk	10	75,--	0,75
Džem	10	176,--	1,76
Moučkový cukr	5	25,--	0,13
<hr/>			
Celkem za suroviny			13,54
Náklady na zaměstnance			10,00
Náklady na energie			10,00
Marže (35%)			4,74
<hr/>			

Celkem **38,28**

Celková cena za menu a: **115,25**

b) Bramborová polévka – 1 porce – 0,33 l

Suroviny	Množství (g)	Cena/kg (Kč)	Cena
Brambory	70	15,--	1,05
Sůl	1	10,--	0,01
Houby sušené	1	399,--	0,40
Bobkový list	0,2	700,--	0,14
Polévkové koření	2	140,--	0,28
Tuk	10	75,--	0,75
Mouka hladká	10	11,--	0,11
Mléko	50	15,--	0,75
Ocet	5 ml	13,--/l	0,07
Petržel	1	480,--	0,48
<hr/>			
Celkem za suroviny			4,04
Náklady na zaměstnance			7,00
Náklady na energie			6,00
Marže (35%)			1,41
<hr/>			
Celkem			18,45

Kapr dle Petra Voka, vařený brambor, dušená zelenina – 1 porce

Kapr s kůží	150	165,--	24,75
-------------	-----	--------	-------

Anglická slanina	20	149,--	2,98
Olej	10	45,--	0,45
Česnek	6	120,--	0,72
Pepř	1	450,--	0,45
Paprika sladká	1	350,--	0,35
Mouka hladká	10	11,--	0,11
Brambory	150	15,--	2,25
Zelenina mražená	100	60,--	6,00
Máslo	10	25,--	0,25
Kmín	1	330,--	0,33
Sůl	2	10,--	0,02
<hr/>			
Celkem za suroviny			38,66
Náklady na zaměstnance			17,00
Náklady na energie			15,00
Marže (35%)			13,53
<hr/>			
Celkem			84,19

Pudinkový koláč s žahourem – 1 porce

Polohrubá mouka	60	11,--	0,66
Cukr krupice	30	26,--	0,78
Mléko	100 ml	15,--/l	1,50
Vejce	0,5 kus	2,--/ks	1,00
Máslo	25	25,--	0,63

Vanilkový cukr	0,5 balení	2,--/balení	1,00
Vanilkový pudink	0,5 balení	12,--/balení	6,00
Borůvky	30	120,--	3,60
Smetana	10	65,--	0,65
Celkem za suroviny			15,82
Náklady na zaměstnance			10,00
Náklady na energie			10,00
Marže (35%)			5,54
Celkem			41,36
Celková cena za menu b:			144,--

c) Kulajda – 1 porce – 0,33 l

Suroviny	Množství (g)	Cena/kg (Kč)	Cena
Brambory	50	15,--	0,75
Sůl	2	10,--	0,02
Kmín	1	330,--	0,33
Tuk	10	75,--	0,75
Smetana	20	65,--	1,30
Kopr sterilovaný	5	320,--	1,60
Ocet	10 ml	13,--/l	0,13
Vejce	1 ks	2,--/kus	2,00
Celkem za suroviny			6,88
Náklady na zaměstnance			7,00

Náklady na energie	6,00
Marže (35%)	2,41
Celkem	22,29

Kynuté borůvkové knedlíky s cukrem, tvarohem a šlehačkou – 1 porce – 6 ks knedlíků

Droždí	5	185,--	0,93
Cukr krupice	6	26,--	0,16
Mléko	70 ml	15,--	1,05
Mouka hrubá	150	11,--	1,65
Vejce	1 ks	2,--/kus	2,00
Sůl	1,5	10,--	0,02
Borůvky	120	120,--	14,40
Cukr moučka	15	25,--	0,38
Máslo	20	25,--	0,50
Tvaroh	20	48,--	0,96
Šlehačka	15	65,--	0,98

Celkem za suroviny	23,03
Náklady na zaměstnance	15,00
Náklady na energie	13,00
Marže (35%)	8,06

Celkem 59,09

Bramborák – 1ks – 1 porce

Brambory	100	15,--	1,50
Mléko	15 ml	15,--/l	0,23
Vejce	0,5 kus	2,--/ks	1,00
Mouka hladká	25	11,--	0,28
Česnek	1	120,--	0,12
Sůl	1	10,--	0,01
Majoránka	1	400,--	0,40
Pepř	1	450,--	0,45
Sádlo	20	50,--	1,00
Celkem za suroviny			4,99
Náklady na zaměstnance			10,00
Náklady na energie			10,00
Marže (35%)			1,75
Celkem			26,74
Celková cena za menu c:			108,12

Příloha 14:

Možnosti vzdělávání pracovníků v cestovním ruchu

- 1. Školení a vzdělávání pracovníků v cestovním ruchu (www.vzdelavanivcr.cz)**
je zaměřeno na zvyšování kvalifikační úrovně a profesní dovednosti pracovníků v cestovním ruchu. Projekt umožňuje dostupnost nového odborného vzdělávání a příležitost pro celoživotní vzdělávání pracovníků ve specifické oblasti jakou je cestovní ruch. Na těchto stránkách mají provozovatelé obou hotelů možnost si prohlédnout a bezplatně stáhnout veškeré publikace a školící materiály, které byly pro potřeby tohoto projektu a jednotlivých vzdělávacích programů vytvořeny.

Zdroj: www.vzdelavanivcr.cz

2. Semináře Asociace hotelů a restaurací České republiky

Recepce – seminář zaměřen na všechny činnosti probíhající na recepci a obecně související s recepcí. Kromě běžných procedur seminář rozebírá i problematiku pobídkového prodeje, kreditní politiky hotelu, důležitost informačních toků, spolupráce recepce s ostatními odděleními hotelu, komunikace s hostem a celková péče o hosta. Rovněž obsahuje návod na řešení nestandardních situací včetně konkrétních názorných příkladů ze života

Cena: 8 900,-- Kč/osoba

Profesionální obsluha hostů pro číšníky a servírky – kurz je zaměřen na identifikaci profesionálních technik a principů komunikace s hosty. Seminář naučí jak správně reagovat při řešení standardních i neobvyklých situací vzniklých při obsluze hostů. Po absolvování kurzu získáte praktické dovednosti, které Vám pomohou k tomu, aby Vaši hosté byli s vašimi službami maximálně spokojeni a opakovaně se k Vám vraceli.

Cena: 8 900,-- Kč/osoba

HACCP a správná výrobní a hygienická praxe v každodenní praxi – cílem tohoto semináře je vyškolit provozní pracovníky v gastronomii, seznámit je se systémem HACCP, se zásadami správné výrobní a hygienické praxe, problematiku odpadového hospodářství a oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci ve stravovacích službách.

Cena: 5 000,--Kč/osoba

Zdroj: www.ahr-cr.cz

3. Jazykové kurzy na Střední škole obchodu, služeb a řemesel a Jazykové škole s právem státní jazykové zkoušky, Tábor

Typ kurzu: ZÁKLADNÍ

Cílem tohoto kurzu je dosažení dále popsané úrovně základních jazykových dovedností:

- osvojení zvukové a grafické stránky jazyka a základních gramatických struktur cizího jazyka nezbytných pro dorozumění v běžných situacích každodenního života v ČR a v dané jazykové oblasti, a to v ústní a v písemné podobě,
- aktivní osvojení slovní zásoby v rozsahu přibližně 2000 lexikálních jednotek, včetně základní frazeologie běžného společenského styku,
- receptivního osvojení dalších 300 – 500 lexikálních jednotek,
- znalosti základních údajů o politickém, hospodářském a kulturním životě zemí příslušné jazykové oblasti (v konfrontaci s reáliemi ČR).

Základní kurz je možno uzavřít státní jazykovou zkouškou základní.

Zdroj: <http://www.ssjs-tabor.cz/jazykova-skola/vecerni-studium/14-zakladni-kurz/>

Příloha 15:

Ukázka klasifikačních znaků



Zdroj: Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení ČR – www.ahrcr.cz

Příloha 16:

Možnosti doprovodného programu při pořádání kongresové akce

Kultura a historie:

Zámek **Červená Lhota** – cca 22 km

Zámek **Hluboká nad Vltavou** – cca 30 km

Zámek **Jindřichův Hradec** – cca 30 km

Zámek **Kratochvíle** – cca 50 km

Lovecký zámek **Jemčina**, obklopený rozsáhlou oborou – cca 25 km

Otáčivé hlediště a zámecké divadlo Týn nad Vltavou – cca 25 km

Jihočeské divadlo České Budějovice – cca 32 km

Rožmberský dům Soběslav – cca 10 km

Blatská lidová architektura:

Technická památka **Zlatá stoka**

Greenway Selského baroka - základní okruh v délce 36 km prochází obcemi s nejkrásnějšími ukázkami selského baroka. Na trase je možné navštívit **Blatské muzeum** ve Veselí nad Lužnicí, Keramiku U Kočků ve Svinech, Svinenský morový krchůvek, Zakázkové rytectví zbraní a dekorativní rytecké práce v Zálší nebo Národopisnou expozici Blatská kovárna doplněná výstavou loutek v Záluží u Vlastiboře s ukázkou jejich výroby.

Blatské národopisné muzeum Soběslav – expozice přibližuje tradiční způsob života v oblasti Blat a severního Táborska (Kozácka). Připomenuta je zemědělská činnost, těžba rašeliny, jednotlivá řemesla a podomácká výroba. Vyhlášená je také místní kolekce blatských a kozáckých krojů.

Přírodní atraktivita:

Naučná stezka **Veselské pískovny** - trasa dlouhá sedm kilometrů se 14 zastaveními, kde jsou umístěny informační tabule, které upozorňují na výskyt jedinečných a většinou i chráněných druhů rostlin i živočichů.

Pískový přesyp u Vlkova, což je téměř hektar pouště s jedinečnou faunou a flórou.

Naučná stezka **Borkovická Blata**, která prochází přírodní rezervací se specifickou rašeliništní vegetací. Větší část stezky, měřící 6,5 kilometru, vede po dřevěných chodnících.

Frahelžská soustava zbudovaná „prokletým regentem“ Jakubem Krčínem s okouzujícími názvy rybníků: Naděje, Překvapil, Láska, Skutek, Víra, Dobrá vůle a další, Horusický rybník, Rožmberský rybník s naučnou stezkou.

Sportovní vyžití:

240 ha vodní plochy vhodné ke koupání a k provozování vodních sportů – kanoistika, windsurfing.

Lanový park Vávrovka – 15 lanových překážek v korunách stromů ve výšce 10 – 15 metrů.

jezdecký oddíl **Dolly Zálší**, který organizuje pro návštěvníky vyjížděky na koních.

Letiště Soběslav - nabízí vyhlídkové lety dvou a čtyřmístným letadlem a balonem pro čtyři osoby.

Wellness:

lázeňské letovisko město **Třeboň** – využití služeb wellnesscentra v lázních Aurora