

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání – specializace Cestovní ruch

Bakalářská práce

Analýza ubytovacích a stravovacích služeb na Strakonicku

Vedoucí práce:

Ing. Roman Švec

Autor:

Monika Linhartová

2010

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem svoji bakalářskou práci na téma Analýza ubytovacích a stravovacích služeb na Strakonicku vypracovala samostatně, pouze 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 elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách.

V Českých Budějovicích dne 10. dubna 2010

Podpis:.....

Poděkování

Ráda bych poděkovala všem, kteří svými znalostmi a zkušenostmi ochotně přispěli k vypracování bakalářské práce. Zvláštní poděkování patří především vedoucímu bakalářské práce Ing. Romanu Švecovi za jeho odbornou pomoc. Další poděkování věnuji také Ing. Josefu Řáhovi, který mi poskytl odborné rady z praxe a spolupracoval se mnou při realizaci a vypracování návrhu.

Monika Linhartová

OBSAH

1. ÚVOD.....	3
2. CÍLE A METODIKA.....	4
2.1 Cíle práce.....	4
2.2 Metodiky a techniky práce	5
2.3 Pracovní hypotézy.....	5
3. LITERÁRNÍ REŠERŠE.....	6
3.1 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ.....	6
3.1.2 Obchod a obchodní činnost.....	7
3.1.3 Služby	7
3.1.4 Cestovní ruch.....	9
3.2 SLUŽBY V CESTOVNÍM RUCHU	11
3.2.1 Ubytovací služby	14
3.2.2 Stravovací služby.....	20
4. ANALÝZA UBYTOVACÍCH A STRAVOVACÍCH SLUŽEB REGIONU STRAKONICKA.....	25
4.1 Analýza sekundární dat	25
4.1.1 Geografické vymezení řešeného regionu.....	25
4.1.2 Vymezení řešeného mikroregionu.....	26
4.1.3 Region Strakonicko	27
4.1.4 Dopravní dostupnost regionu	29
4.1.5 Turistické atraktivity Strakonicka z hlediska cestovního ruchu.....	29
4.1.6 Analýza ubytovacích a stravovacích zařízení	31
4.2 Analýza primárních dat	39
4.2.1 Dotazníkové šetření	39

4.2.2 Řízené rozhovory.....	52
4.2.3 Syntéza zjištěných údajů.....	59
5. NÁVRHY A OPATŘENÍ	64
6. ZÁVĚR	72
7. SUMMARY	74
8. POUŽITÁ LITERATURA A ZDROJE.....	75
8.1 Odborná literatura	75
8.2 Internetové zdroje	76
9. SEZNAM TABULEK A GRAFŮ	77
9.1 Seznam tabulek.....	77
9.2 Seznam grafů.....	77
10. SEZNAM PŘÍLOH.....	78

1. ÚVOD

Cestovní ruch je dnes velmi důležitou součástí rozvoje regionů. Jde o neodmyslitelnou součást moderních ekonomik, která je jedním ze strategických odvětví národního hospodářství a přispívá k celkovému HDP. Jeho rozvoj je jednou z možností jak přispět ke zlepšení ekonomické situace v zemi, snížit nezaměstnanost a tím zvýšit životní úroveň obyvatel. Práce se dívá na cestovní ruch jako na souhrn služeb a věnuje se především oblasti ubytovacích a stravovacích služeb, které patří do základních služeb ČR.

Vzhledem k rychlému rozvoji jednotlivých odvětví cestovního ruchu, který přináší do veřejných i soukromých rozpočtů velké množství finančních prostředků, je potřeba jeho rozvoj stále podporovat, nejen vlastním úsilím, ale i dalšími investovanými finančními prostředky. Finance vložené do zlepšování infrastruktury a zlepšování kvality poskytovaných služeb se investorům velmi brzo vrátí. Mezi nejvíce rozvíjející se oblasti cestovního ruchu patří oblast služeb, zejména hotelnictví a gastronomie, které dotváří celkovou atraktivitu destinace cestovního ruchu.

Práce zkoumá výše zmíněné služby v oblasti Strakonicka a bude se věnovat bližší specifikaci trhu ubytovacích a stravovacích služeb, které jsou důležité pro rozvoj cestovního ruchu. Práce poskytne přehled o základní problematice ve vztahu ke straně poptávky i nabídky.

2. CÍLE A METODIKA

2.1 Cíle práce

Hlavním cílem mé práce bude zanalyzovat nabídku ubytovacích a stravovacích služeb včetně její úrovně ve vymezené oblasti.

Vedlejším cílem práce bude získání celkového přehledu o zkoumaných službách, počtu zařízení těchto služeb, profesionalitě a jazykové vybavenosti personálu. Dalším vedlejším cílem bude konstatování nedostatků ve zkoumaných službách. Dále následné vypracování návrhů pro zlepšení. Posledním vedlejším cílem bude tyto zjištěné poznatky aplikovat v provozu ubytovacích a stravovacích zařízeních.

2.2 Metodiky a techniky práce

Pro sepsání bakalářské práce bude použit následující metodický postup:

◆ Analytická část

Studium odborné literatury - Počáteční fází bude studium a rešerše literatury z oblasti obchodu, cestovního ruchu, jeho služeb a také provozu a managementu ubytovacích a stravovacích služeb. Dalším důležitým zdrojem informací budou dokumenty Asociace hotelů a restaurací, zahraniční odborné prameny, informační materiály o regionu, internetové zdroje a informace z informačních center. Pro analýzu stávající struktury ubytovacích a stravovacích zařízení budou využity statistické údaje Českého statistického úřadu, které doplní terénní šetření.

Sběr dat v terénu – Nejprve bude provedena příprava dotazníkového šetření, sestavení dotazníků a provedení dotazníkového šetření, které bude probíhat osobním dotazováním. Tyto dotazníky nám poskytnou informace z pohledu klienta. Dále bude provedeno také osobní dotazování prostřednictvím řízených rozhovorů s majiteli stravovacích a ubytovacích zařízení, které umožní získat přehled o aktuální situaci na straně nabídky. Tato metoda bude aplikována i pro získání dat z informačního centra za účelem porovnání dat za celý region. Příležitostně bude použita i metoda pozorování, která doplní vlastní šetření.

◆ Syntetická část

Po analýze budou dostupné informace vyhodnoceny s ohledem na způsob jejich získávání pro objasnění stávající situace při poskytování zkoumaných služeb, z hlediska poptávky, nabídky a řízení destinace.

◆ Aplikační část

Na základě údajů ze syntetické části budou dostupné informace použity při formulaci závěrů práce a potvrzení či vyvrácení pracovních hypotéz.

2.3 Pracovní hypotézy

Pro vypracování bakalářské práce byly stanoveny tyto pracovní hypotézy:

1. Nabídka ubytovacích a stravovacích zařízení odpovídá poptávce návštěvníků.
2. Region a poskytování služeb jsou ovlivněny sezónností.
3. Dopravní dostupnost regionu je dostatečná.
4. Ve zkoumané oblasti je vynikající primární nabídka, dobré jsou především kulturní a přírodní předpoklady, které podmiňují návštěvnost mnoha účastníků.

3. LITERÁRNÍ REŠERŠE

3.1 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ

3.1.1 Národního hospodářství

Cestovní ruch významným způsobem ovlivňuje národní hospodářství a je jeho důležitou součástí. Petrželová (2007) rozlišuje obvykle tři, ale někdy i čtyři sektory národního hospodářství (primární, sekundární, terciární a kvartální).

a) primární sektor

Fialová (2004) zkráceně nazývá primární sektor zemědělství. Jde o soubor odvětví v hospodářství vyrábějících suroviny pro další zpracování a potraviny pro obyvatelstvo. Tato odvětví zahrnují například: zemědělství, lov a lesnictví, rybolov a těžební průmysl.

b) sekundární sektor

Do sekundárního sektoru zahrnuje Petrželová (2007) všechna odvětví zpracovatelského průmyslu (potravinářský, textilní, chemický, strojírenský, stavební apod.) Fialová (2004) uvádí, že se jedná o soubor odvětví celkové produkce vyrábějících hotové výrobky pro spotřebu i výrobu.

c) terciární sektor

Fialová (2004) zkráceně nazývá terciární sektor služby. Soubor těch odvětví celkové produkce, která poskytují služby. Široká škála služeb výrobních, vládních a individuálních. Zahrnuje tato odvětví: 1. Velkoobchod, maloobchod, opravy automobilů, motocyklů, předmětů pro domácnost a předmětů pro osobní spotřebu. 2. Hotely a restaurace. 3. Doprava, skladové hospodářství a spoje. 4. Finanční služby. 5. Operace s nemovitostmi, nájem a komerční služby. 6. Státní správa a ochrana. 7. Vzdělávání. 8. Zdravotní a sociální služby. 9. Ostatní komunální, sociální a individuální služby. 10. Nájemní obsluha v soukromých domácnostech. 11. Exteritoriální organizace a orgány.

3.1.2 Obchod a obchodní činnost

Jak již bylo uvedeno oblast obchodu a služeb je součástí terciárního sektoru národního hospodářství a s cestovním ruchem úzce souvisí.

Mlčoch (1993) popisuje obchod jako úsek hospodářství, který slouží subjektům pro zabezpečení jejich potřeb; směňováním zboží: přímo (výměnný obchod, naturální směna) nebo prostřednictvím peněz.

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

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

V nejširším slova smyslu patří do obchodu i služby. Jde jednak o služby související s prodejem zboží (prodej fyzických, organizačních a informačních úkonů, např. rezervace zboží, úprava velikosti, montáž).

3.1.3 Služby

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

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

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

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

3.1.3.1 Vlastnosti služeb

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

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

příkladem je letecká přeprava. Neobsazené místo se ve chvíli vzletu stává neprodejné. Náklady na provoz letadla jsou prakticky pořád stejné s malými odchylkami ať je letadlo obsazené ze 2/3 nebo plné. Na rozdíl od zboží se místa v letadle nedají prodat druhý den.)

3.1.4 Cestovní ruch

Podle Heskové a kol. (2006) se začátek rozvoje moderního cestovního ruchu obvykle datuje do období přelomu 19. a 20. století, kdy se cestovní ruch začal formovat ve vyspělých krajinách jako odvětví společenské činnosti. Vědeckému bádání cestovního ruchu se začala věnovat systematická pozornost již začátkem minulého století.

V nejstarších dostupných pracích z tohoto období se jejich autoři snažili zejména o odlišení cestovního ruchu od širšího pojmu cestování (W. F. Freyer, 1990). Šlo zejména o práce E. Guyer-Freulera (1905), E. Piccarda (1911), J. Gutha (1917), W. Morgenrotha (1927) a dalších. Z tohoto období stojí za zmínku názor Hermana von Schullarda z roku 1910, který poukázal i na ekonomické aspekty cestovního ruchu.

Borman definuje cestovní ruch jako „cesty, jež se podnikají za účelem zotavení, zábavy, obchodu a povoláním nebo i z jiných příčin/za zvláštními událostmi/, při nichž dochází k dočasné změně místa bydliště. Nepatří sem však dojíždění za prací“.

(H. J. Knebel: Sociologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus, Stuttgart 1960)

Naproti tomu švýcarský profesor C. KASPAR (1989) pojímá cestovní ruch jako „souhrn jevů a vztahů, které vyplývají z cestování a pobytu osob, pro které místo pobytu není ani místem trvalého bydliště ani místem pracoviště“.

Orieška (1999) cestovním ruchem rozumí soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestou a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem zotavení, poznání, společenského kontaktu, kulturního

a sportovního vyžití, lázeňského léčení a pracovních cest. Značnou část těchto potřeb lze uspokojit i mimo rámec cestovního ruchu, ale právě účast na cestovním ruchu představuje vyšší stupeň jejich uspokojení. Pro srovnání Hesková a kol. (2006) cestováním a cestovním ruchem rozumí „činnosti lidí, kteří cestují na místa mimo své běžné prostředí anebo zde pobývají za účelem zábavy, pracovní nebo z jiných důvodů“.

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

- ♦ dočasnost změny místa trvalého bydliště a dočasnost pobytu mimo něj
- ♦ nevýdělečný charakter cesty a pobytu (jsou obvykle realizovány ve volném čase)
- ♦ vztah mezi lidmi, jež cestovní ruch vyvolává. (Indrová 2004)

Pro Heskovou a kol. (2006) trh cestovního ruchu tvoří podniky cestovního ruchu různých velikostí od globálních společností po malé podnikatelské organizace místního významu. Národní trhy zahrnují tři typy cestovního ruchu: trh směřující dovnitř, trh směřující ven a domácí trh.

Ve srovnání Oriška (1999) rozumí trhem cestovního ruchu souhrn směnných vztahů mezi subjekty prodávajícími zboží a služby cestovního ruchu (představujícími nabídku) a subjekty kupujícími zboží a služby cestovního ruchu (představujícími poptávku). Jeho součástí je i ekonomický mechanismus, který umožňuje zjistit až na trhu, zda náklady vynaložené na výrobu zboží a poskytnutí služby byly opodstatněné. Trh cestovního ruchu je specifickou, relativně samostatnou součástí trhu zboží. Jeho zvláštností je, že se na něm prodávají především služby.

„CR se rozumí soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestou a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem zotavení, poznání, společenského kontaktu, kulturního a sportovního vyžití, lázeňského léčení a pracovních cest“. (Horner 2003)

Orieška (1999) uvádí, že potřeby účastníků cestovního ruchu jsou uspokojovány jednak volnými statky, jimiž rozumíme působení vlastností rekreačního prostoru (sluneční svit, čistý vzduch, vliv moře, klid atd.), jednak také hmotnými statky (zbožím) a užitečnými efekty nehmotného charakteru (službami).

3.2 SLUŽBY V CESTOVNÍM RUCHU

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

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

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

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

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

Služby cestovního ruchu, mezi které patří i služby stravovací a ubytovací, jsou specifické ještě dalšími charakteristikami (Királ'ová 2006):

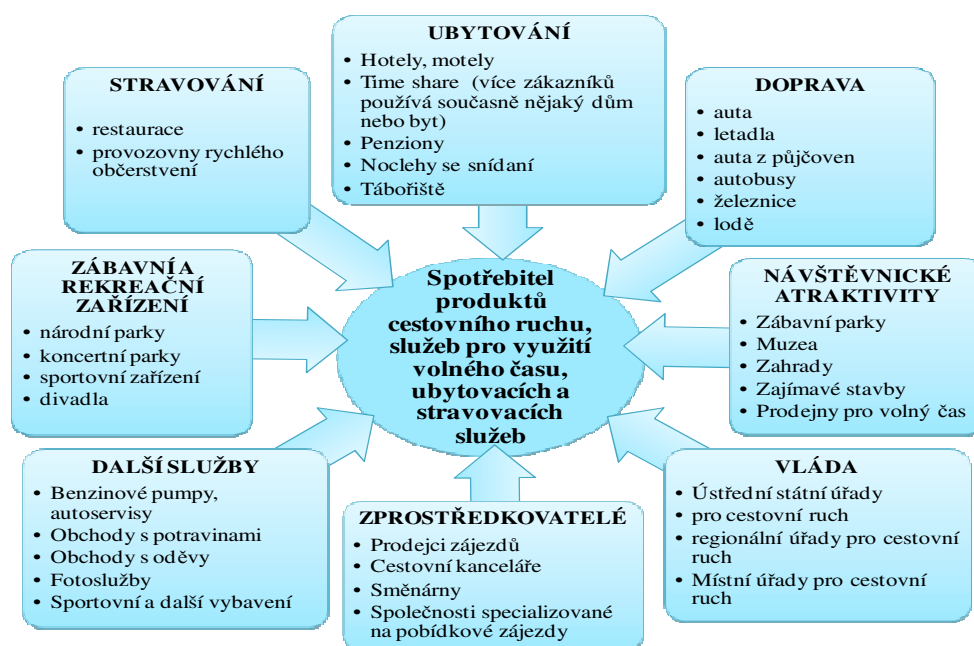
- **Zvýšenou mírou emocionálních faktorů při koupi služeb** (prestiž, móda, následování idolu)
- **Důrazem na ústní reklamu**
- **Rostoucími nároky na jejich jedinečnost** (např. při výběru ubytovacího zařízení, restaurace apod.)
- **Důležitostí zprostředkovatelů prodeje vyplývající z časového nesouladu mezi koupí a spotřebou služby** (ubytování se kupuje často i měsíce před cestou)
- **Zvýšenou potřebou kvalitních podpůrných materiálů** (vzhledem k jejich nehmatatelnosti a nemožnosti si je před koupí vyzkoušet)
- **Prudkým nárůstem využívání informačních technologií při porovnávání konkurenčních nabídek a následné rozhodování o koupi, což motivuje poskytovatele ke stále novým aktivitám podpory prodeje**
- **Zvláštním důrazem na komunikační dovednosti poskytovatele služeb** (interpersonální komunikace, argumentace, přesvědčování, ale i jazykové znalosti)

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

Naopak Hesková a kol. (2006) tvrdí, že heterogenost služeb v cestovním ruchu umožňuje jejich základní rozdělení na služby v cestovním ruchu a ostatní služby.

Služby cestovního ruchu, tj. takové, které výlučně nebo převážně uspokojují potřeby účastníků cestovního ruchu a produkují je podniky cestovního ruchu. Jde o služby výrobců služeb (dopravní, ubytovací, pohostinské, lázeňské, sportovně-rekreační a kulturně-společenské zařízení) a zprostředkovatelů služeb (cestovní kanceláře, cestovní agentury, turistické informační kanceláře, informační systémy a distribuční systémy).

Schéma: Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času



Zdroj: Průmyslová odvětví cestovního ruchu, služeb pro využití volného času, ubytovacích a stravovacích služeb (Horner 2003)

Pro další část práce se budeme věnovat hlavnímu tématu, do kterého patří vymezení ubytovacích a stravovacích služeb.

V rámci cestovního ruchu má pohostinství podle Stárka a Vaculky (2008) velice důležité místo, neboť stravovací a ubytovací služby tvoří jeden ze základních pilířů tohoto mnohostranného odvětví. Neboť poskytování těchto služeb uspokojuje základní lidské potřeby a jejich kvalita velice ovlivňuje spokojenost účastníků cestovního ruchu. Dostatečná nabídka těchto služeb v požadované struktuře odpovídající požadavkům na kvalitu je tedy nezbytným předpokladem i dalšího rozvoje cestovního ruchu.

3.2.1 Ubytovací služby

Základní funkcí ubytovacích služeb podle Stárka a Vaculky (2008) je umožnění přechodného ubytování mimo místo trvalého bydliště. Ovšem ubytovací služby bývají většinou nedílně spojeny s řadou dalších služeb, ať už se jedná o stravovací služby nebo jiné doplňkové služby jako je poskytování informací, směnárenské služby, možnosti kulturního a sportovního vyžití, kadeřník, čistírna, zajišťování letenek aj. Rozsah a množství těchto služeb bývá rozdílný podle kategorie ubytovacího zařízení. Z toho vyplývá velké množství doplňkových funkcí, které ubytovací zařízení také plní.

Orieška (1999) říká, že ubytovací služby souvisejí s pobytovou stránkou cestovního ruchu. Umožňují přenocování nebo přechodné ubytování účastníků cestovního ruchu. Jsou významným předpokladem vzniku a rozvoje zejména dlouhodobého cestovního ruchu. Jejich součástí jsou také služby, které s pobytem hosta v ubytovacím zařízení souvisejí. Jde o podávání informací, úschovu zavazadel a jejich přepravu v ubytovacím zařízení, buzení hostů, půjčování společenských her, rezervování míst v odbytových střediscích, zprostředkování telefonických hovorů, sekretářské a další služby.

Stárek a Vaculka (2008) popisuje ubytovací zařízení jako objekty, prostory nebo plochy, kde je poskytováno ubytování pro veřejnost. Je součástí základní infrastruktury cestovního ruchu a bývá většinou spojeno se stravovacími službami v plném nebo omezeném rozsahu a popřípadě i s poskytováním dalších služeb.

Dle Beránka (2004) provozovny, které zajišťují ubytovací služby, jsou hromadná ubytovací zařízení, tj. hotely a jim podobná ubytovací zařízení a ostatní hromadná

ubytovací zařízení jako kempy, chatové osady, turistické ubytovny. Každá ubytovací provozovna musí být označena kategorií a třídou.

3.2.1.1 Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení v České republice 2010-2012

Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky je dobrovolným systémem, který by měl zajistit transparentnost ubytovacích služeb a jistou úroveň kvality pro domácí i zahraniční turisty. Systém, který je dostupný a finančně nenáročný se stále více také stává zajímavým z pohledu další propagace certifikovaných zařízení.

Ubytovací zařízení, která budou certifikována dle platné Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení, jsou či budou marketingově podporována a rozlišena na webových portálech na národní i mezinárodní úrovni.

3.2.1.2 Vymezení základních pojmů

Pro označení minimálních požadavků jednotlivých tříd ubytovacích zařízení je podle AHR používáno označení „**klasifikace**“. „**Kategorizace**“ označuje proces, kdy dochází k dělení ubytovacích zařízení do jednotlivých kategorií (hotel, pension apod.).

3.2.1.3 Charakteristika ubytovacího zařízení

Ubytovací služby představují podle Indrové (2004) základní podmínku pro rozvoj cestovního ruchu. Můžeme je charakterizovat jako umožnění přechodného ubytování mimo místo trvalého bydliště.

3.2.1.4 Kategorie ubytovacích zařízení

Indrová (2004) člení ubytovací zařízení podle mnoha kritérií:

- ♦ podle velikosti
- ♦ podle doby provozu
- ♦ podle umístění
- ♦ podle převažující klientely
- ♦ podle druhu zařízení a jeho funkce při uspokojování potřeb cestující veřejnosti

3.2.1.5 Definice kategorií ubytovacích zařízení

Profesní svazy Asociace hotelů a restaurací České republiky a UNIHOST Sdružení podnikatelů v pohostinství, stravovacích a ubytovacích službách na základě Usnesení vlády ze dne 17. 7. 1999 č. 717 a za podpory Ministerstva pro místní rozvoj ČR a České centrály cestovního ruchu – CzechTourism sestavily „Oficiální jednotnou klasifikaci ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel, hotel garni, penzion, motel a botel“ pro období let 2010–2012.

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

2. Motel je ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty poskytující přechodné ubytování a služby s tím spojené zejména pro motoristy a člení se do čtyř tříd. Zařízení se nachází v blízkosti pozemních komunikací s možností parkování. Recepce a restaurace může být mimo ubytovací část. Ubytovací zařízení jinak splňuje veškeré požadavky pro kategorii Hotel 1*–4*.

3. Penzion je ubytovací zařízení s nejméně 5 a maximálně 20 pokoji pro hosty, s omezeným rozsahem společenských a doplňkových služeb a 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.

4. Botel je ubytovací zařízení umístěné v trvale zakotvené osobní lodi. Botel se zařazuje nejvýše do čtyř hvězdiček. Na botel se vztahují všechny požadavky a kritéria jako na hotely příslušné třídy * až **** kromě:

- a) u botelu, kde není možné do obytné části kajuty (pokoje) umístit ještě příležitostně lůžko;
- b) minimální rozměry lůžka včetně matrace v botelu činí 85×195 cm;

c) minimální obytné plochy podle tříd

5. Specifická hotelová zařízení:

Lázeňský / Spa Hotel

Ubytovací zařízení, které se nachází v místě se statutem lázeňského místa dle Zákona č. 164/2001 Sb. (lázeňský zákon) v aktuálním znění, které splňuje veškeré požadavky pro kategorii hotel a které zajišťuje zároveň lázeňskou péči dle § 33 zák. č. 48/1997 Sb.

Lázeňský hotel garni

Ubytovací zařízení, které se nachází v místě se statutem lázeňského místa dle Zákona č. 164/2001 Sb. (lázeňský zákon) v aktuálním znění, které splňuje veškeré požadavky pro kategorii hotel garni a které zajišťuje zároveň lázeňskou péči dle § 33 zák. č. 48/1997 Sb.

Wellness Hotel

Ubytovací zařízení, které splňuje veškeré požadavky pro kategorii Hotel 3*–5* a zároveň poskytuje služby wellness, přičemž bude současně certifikováno podle výstupů z projektu MMR „Zavádění národních standardů kvality ve vybraných sektorech cestovního ruchu“.

Resort / Golf Resort

Ubytovací zařízení, které splňuje požadavky pro kategorii Hotel 3*–5*, jedná se o uzavřený soubor objektů, kde může být restaurace a recepce mimo ubytovací část. Zařízení poskytuje společensko-kulturní a sportovní vyžití. Do třídy 4* může mít recepce omezený provoz na minimálně 18 hodin. Golf Resort musí, kromě výše uvedeného, být vybaven minimálně devítijamkovým normovaným hřištěm dle parametrů ČGF (České golfové federace).

6. Depandance je vedlejší budova ubytovacího zařízení bez vlastní recepce, organizačně související s hlavním ubytovacím zařízením, které pro depandance zajišťuje plný rozsah služeb odpovídající příslušné kategorii a třídě a není vzdáleno více než 500 m.

7. Ostatní ubytovací zařízení

kemp (tábořiště)

chatová osada

turistická ubytovna

3.2.1.6 Klasifikace ubytovacích zařízení – rozdělení do tříd

* Tourist

** Economy

*** Standard

**** First Class

***** Luxury

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

3.2.1.7 Klasifikace ostatních kategorií ubytovacích zařízení

Klasifikace ostatních kategorií ubytování je stanovena v dokumentu „Doporučení upravující základní ukazatele pro poskytování ubytovacích služeb v rámci ubytování v soukromí, v kempech a chatových osadách a turistických ubytovnách“ s tím, že:

- ◆ Svaz podnikatelů 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;
- ◆ Klub českých turistů ručí za kategorii turistické ubytovny

www.ahrcr.cz [online]. 2010 [cit. 2010-04-02]. Wwww.ahrcr.cz. Dostupné na www: <ahrcr.cz>.

3.2.1.8 Ubytovací úsek – jeho součásti, role a význam

Stárek a Vaculka (2008) uvádějí že, ubytovací úsek, jinak také Rooms Division, zahrnuje oddělení a personál, který zajišťuje ubytovací služby hostům v průběhu jejich pobytu v hotelu. Ve většině hotelů ubytovací úsek vytváří více příjmů, než je tomu u jiných výnosových středisek.

Tabulka č. 1: Příjmy z ubytovacího zařízení (Stárek, Vaculka 2008)

Příjmy z ubytovacího zařízení	
příjmy za stravování	35%
z toho	
příjmy za jídla	25%
příjmy za nápoje	10%
příjmy za ubytování	65%

Zdroj: <http://www.vzdelavanivcr.cz/>

Ubytovací úsek se skládá z části nazývané **Front Office**, která zajišťuje prvotní kontakt s hosty. Front Office standardně zahrnuje středisko recepcce. Recepční pult je obvykle ohniskovým místem aktivit celého oddělení recepcce, a proto má také prominentní postavení v interiéru celé vstupní haly. Je to komunikační místo, které provází hosty celým jejich pobytem. Front Office dále může zahrnovat např. **Concierge** a rovněž tzv. halové služby. U luxusních hotelů se na tomto středisku setkáme i s pozicí dveřníka, který představuje určitý vítací mezičlánek, persónu doprovázející hosta mezi jeho příjezdem k hotelu a vlastním vstupem do budovy.

Mezi základní úkoly **Front Office**, potažmo recepcce, patří zejména:

- Prodávat hotelové pokoje hostům, provádět jejich registraci, tzv. Check – in.
- Stanovovat status hotelových pokojů v systému.
- Koordinovat služby hostům.
- Zajišťovat informace o hotelu, místě, ve kterém se hotel nachází.

- Informovat o zajímavostech a událostech místa, které představují zájem hosta (Concierge).
- Udržovat aktuální informace o stavu ubytovací kapacity hotelu.
- Starat se o účty hotelových hostů během pobytu.
- Pečovat o účetnictví ve vztahu k hotelovým účtům hostů a zajišťovat kompletně finanční vyrovnání s hosty.
- Odhlašovat hosty z hotelu při jejich odjezdu, tzv. Check - out.

3.2.2 Stravovací služby

Stravovací službou je dle Beránka (2004) výroba, příprava a rozvoz pokrmů za účelem jejich podávání v rámci provozování hostinské činnosti, ve školní jídelně, menze, při stravování osob vykonávajících vojenskou službu, v rámci zdravotních a sociálních služeb včetně lázeňské péče, při stravování zaměstnanců, podávání občerstvení a při podávání pokrmů jako součásti ubytovacích služeb a služeb cestovního ruchu.

Termínem pohostinství je dle Stárka a Vaculky (2008) obecně myšleno veřejné stravování, neboli označení živnostenské činnosti. Avšak existuje též druhý pohled, podle něhož pohostinství zahrnuje kromě poskytování stravovacích služeb i služby ubytovací. Spadá sem tedy nejen živnost hostinská činnost, ale též živnost ubytovací služby.

Kromě toho Oriška (1999) dále uvádí, že také poskytování stravovacích služeb je podmínkou rozvoje cestovního ruchu, neboť umožňují uspokojování základních prvků výživy účastníků cestovního ruchu během jejich přepravy i pobytu v cílovém místě.

Během přepravy jsou stravovací služby poskytovány přímo v dopravních prostředcích, případně v zařízeních umístěných v bezprostřední blízkosti silničních a dálničních komunikacích, zejména dálkových tras. Během pobytu v místech cestovního ruchu jde hlavně o stravovací služby, které poskytují hostinská zařízení. Rozumí se jimi prostory v objektech, v nichž se připravují pokrmy a nápoje, uskutečňuje se prodej jídel a nápojů,

případně doplňkový prodej polotovarů potravinářského charakteru a jsou poskytovány služby s tím související. (Orieška 1999)

Restaurační stravování je poskytováno jako služba, která zajišťuje uspokojení širšího spektra potřeb zákazníků prostřednictvím svých tří funkcí: (Indrová 2004)

- a) **funkce stravovací - základní** spočívá v zajištění výživy podáváním hlavních jídel během dne,
- b) **funkce doplňková** představuje možnost občerstvení mezi hlavními jídly a nabídku nápojů,
- c) **funkce společensko-zábavní** vytváří podmínky pro uspokojení potřeby společenské komunikace, setkávání, zábavy, her, rozptýlení v zařízeních restauračního stravování.

3.2.2.1 Charakteristika stravovacího zařízení

Beránek (2004) provozovnou stravovacích služeb míní „soubor místností a prostor pro výrobu, přípravu a skladování pokrmů a jejich uvádění do oběhu a pro další související činnost.“

3.2.2.2 Kategorizace hostinských zařízení

Hostinská zařízení se podle převažujícího charakteru své činnosti ve shodě s Doporučením se statistickou metodikou Evropské unie zařazují do těchto kategorií:

Restaurace

- restaurace,
- samoobslužné restaurace (jidelny),
- rychlé občerstvení, ryby, hranolky
- železniční jídelní vozy a jiná zařízení pro přepravu cestujících.

Bary

- bary,
- noční kluby,
- pivnice,

- vinárny,
- kavárny, espressa.

U jednotlivých kategorií je možno zřizovat sezónní a příležitostná odbytová střediska, která jsou součástí provozovny (terasy, atria, zahrady, přehrádky, salonky, sály apod.). Kategorie hostinských provozoven jsou podle „Doporučení“ charakterizovány takto:

Restaurace

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

Pohostinství je modifikovaný typ restaurace zabezpečující základní i doplňkové stravování.

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

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

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

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

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

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

Bary

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

- Gril bar (grilované pokrmy),
- Pizzerie (pizza),
- Snack bar (výrobky studené kuchyně, minutková jídla),
- Aperitiv bar (výrobky studené kuchyně, různě připravované nápoje).

Noční bar, noční klub varieté, dancing jsou noční zábavní 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 je obslužné hostinské zařízení specializované především na podávání vína. Ve vinárně se podávají studené, případně i teplé pokrmy.

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

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

Hostinec je hostinské zařízení zaměřené zejména na prodej piva.

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

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

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

Charakter provozu hostinského zařízení vyžaduje také nabídku snídaní, kavárenského nebo jiného sortimentu. Proto se sestavují také samostatné snídaňové, kavárenské a speciální nabídkové jídelní lístky.

V hostinských zařízeních s vyšším standardem služeb se používají jídelní a nápojové lístky vyhotovené i v cizích jazycích. V některých zařízeních (McDonald's, KFC ap.) může být jídelní a nápojový lístek nahrazen ceníkem vyvěšeným na viditelném místě.

4. ANALÝZA UBYTOVACÍCH A STRAVOVACÍCH SLUŽEB NA STRAKONICKU

4.1 Analýza sekundární dat

4.1.1 Geografické vymezení řešeného regionu



Popisovaná oblast je součástí širšího regionu Jižní Čechy. Jižní Čechy jsou hojně navštěvovanou oblastí, zejména díky svému přírodnímu prostředí, dochovaným památkám, množstvím vodních toků, rybníků a nádrží. Jihočeský kraj je svou rozlohou 10 057 km² druhým největším krajem České republiky. Na základě zjištěných skutečností, je považován za třetí turisticky nejatraktivnější region České republiky. Předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu jsou zde oproti jiným regionům nadstandardní. Tento kraj je velmi často cílovou destinací cestovního ruchu v České republice. Počet ubytovaných hostů se v této oblasti dlouhodobě pohybuje na

2. a 3. místě. Počet statisticky vykázaných přenocování, domácích i zahraničních turistů v Jihočeském kraji, i přesto dlouhodobě klesá. V roce 2008 činil pokles počtu přenocování meziročně 5,3 % u domácích turistů, až 6,3 % u zahraničních turistů. U domácího cestovního ruchu tak došlo k určité stabilizaci po drastickém propadu v roce 2007 (více než 19% pokles v počtu přenocování domácích turistů). Součástí tohoto kraje je i region Strakonicko, který má rozlohu 1032,1 km².

4.1.2 Vymezení řešeného regionu



Region Strakonicko zahrnuje celkem 69 obcí s celkovým počtem obyvatel cca 69 539, z toho na město Strakonice připadá k 29. lednu 2010 podle Ministerstva vnitra 23 564 obyvatel. Analyzovaná oblast Strakonicka leží v severozápadní části Jihočeského kraje.

Hlavním centrem tohoto regionu je město Strakonice, dále sem patří například: Volyně, Cehnice, Střelské Hoštice, Katovice, Štěkeň a další.

Strakonice - počtem obyvatel i rozlohou největší sídlo regionu. Proslavilo se zejména Mezinárodním dudáckým festivalem. První ročník tohoto festivalu se uskutečnil v roce 1967 u příležitosti 600. výročí založení města. Tento festival se koná každé dva roky vždy na konci srpna a účastní se ho dudáci z více než desítky států.

Katovice - druhým nejlidnatějším sídlem Strakonicka

Střelské Hoštice - rozlohou třetí největší sídlo Strakonicka

Štěkeň - počtem obyvatel třetí největší sídlo v oblasti Strakonicka

Čestice - druhé největší sídlo Volyňska

Volyně - počtem obyvatel největší místo "Volyňska", druhé největší místo celého regionu, ne však rozlohou. Toto město se proslavilo zejména přílehlou obcí Hoštice u Volyně, kde se točily známé Troškovy komedie.

4.1.3 Region Strakonicko

Tento region je významný městem Strakonice. Strakonice jsou české okresní město, které leží na soutoku řek Otavy a Volyňky. Je vzdáleno zhruba 59 km od Českých Budějovic, 85 km od Plzně a 115 km od Prahy. Město má 8 městských částí (Strakonice I, Strakonice II, Přední Ptákovice, Modlešovice, Virt, Hajská, Střela, Dražejov) a katastrální výměru 3 468 ha.

Stručná historie města Strakonice



Strakonice vznikly spojením čtyř osad na soutoku řeky Volyňky a Otavy. Původně zde stály čtyři malé vesničky (Strakonice, Bezděkov, Žabokrty a Lom), které se spojily v poddanské město Strakonice. Vývoj města začíná v druhé polovině 12. století. Rod Bavorů zde začíná budovat místní hrad. Vzhledem k mnoha úpravám, na hradě nalezneme směs různých stylů architektury. Tato pamětihodnost je prohlášena za národní kulturní památku.

Nejvýznamnější rozkvět město prožilo za vlády Bavora II. Ve 14. století se stalo důležitým městským právem vaření piva. Ve Strakonících se začalo vyrábět již kolem roku 1367, kdy Strakonice získaly právo várečné. Pivovar byl založen roku 1649. Existence měšťanského pivovaru přetrvala až do dnešní doby a ve své nabídce má pivo značky Švanda a Dudák.

Strakonice jsou národně známé zejména divadelní báchorkou J. K. Tyla Strakonický dudák. Dějiny města jsou spojeny především s historií strakonického hradu. Najdeme zde stavební prvky několika architektonických slohů. V roce 1367 byla Bavorem IV. Strakonícím udělena základní městská privilegia. Po celou svou historii však zůstaly poddanským městem. Pozdější vývoj města dokládá i dnes zřetelná původní zástavba. Důležitým městským právem bylo vždy právo vařit pivo.

Kulturní a sportovní akce

Region je významný nejen kulturními památkami, ale také se zde koná mnoho společenských, sportovních a kulturních událostí. Ty představují neodmyslitelnou součást zdejšího folklóru. Tyto události patří svými zvyky a tradicemi ke vzácným kulturním hodnotám. Jedná se například o známý Mezinárodní dudácký festival, který se koná jednou za dva roky. Dudácký festival ve Strakonících patří k nejvýznamnějším, jak na domácí, tak i mezinárodní úrovni. Tento festival se stal jedním ze základních pilířů kulturního dění ve Strakonících. Láká turisty různých kultur i věků již od roku 1967. Řadí se mezi nejvýznamnější hudební a folklórní události celé Evropy. Masopustní průvody a především dudácké slavnosti jsou bezesporu turisticky navštěvovanými atrakcemi.

Další lákavou událostí z hlediska cestovního ruchu jsou středověké trhy nebo-li „rumpálování“. Konají se vždy na přelomu července a srpna. K vidění jsou ukázky starých řemesel, návštěvníci se zde vrací o několik století zpět. Tyto středověké trhy se konají v areálu strakonického hradu, vystupují zde tanečnice, komedianty, šermíři a kejklíři. Za výlety se turisté mohou vydat přímo ze Strakonice po turistických trasách značených Klubem českých turistů. Cyklisté mohou cestovat po značených trasách a budovaných cyklostezkách. Pokud jde o rekreaci a sport návštěvníci mohou využít

zimní a letní plavecký stadion, sportovní halu, fotbalový stadion, atletický stadion s in-line dráhou, skate park a další. Řeka Otava nabízí možnosti vodácké turistiky, koupání i rybaření.

4.1.4 Dopravní dostupnost regionu

Strakonice tvoří významnou dopravní křižovatku. Územím řešeného regionu vedou dvě důležité komunikace I. třídy (B 1) a to silnice č. 20. zařazená do sítě mezinárodních silnic s označením E 49 procházející částečně územím ve směru východ – západ. Na tuto komunikaci se napojuje jedna silnice II. třídy a cca 9 silnic III. třídy. Tyto komunikace propojují region s dalšími vnějšími důležitými centry okresů a krajů (Plzeň, Karlovy Vary, Cheb) na západě až ke státní hranici s Německem. České Budějovice a Třeboň až ke státní hranici s Rakouskem na východě, Vimperk se státní hranicí na jihu. Strakonice také představují železniční křižovatku regionálního významu. Železniční trať České Budějovice - Plzeň je jednokolejná a elektrifikována. Trať č. 208 je rovněž jednokolejná provozována v motorové trakci. Strakonice jsou důležitým tranzitním městem, a proto hojně frekventované z hlediska dopravy.

4.1.5 Turistické atraktivity Strakonicka z hlediska cestovního ruchu

Převážná část Strakonicka má velmi dobré podmínky pro rozvoj cestovního ruchu. Tyto podmínky ale ovlivňuje sezónnost. Hlavním důvodem CR jsou vodní toky, celkově krásné přírodní prostředí a historické památky. Turistickou atraktivitu regionu potvrzuje velký počet chat a chalup jako individuálních rekreačních objektů.

Hrady, zámky, tvrze

- ♦ Strakonický hrad - založený Bavorem I., původně jako vodou chráněná pevnost, prodělal v 15. století velký rozkvět, v dnešní době je to rozsáhlý komplex tvořený původním románským palácem (viz Příloha č. 7)
- ♦ Cehnice - tvrz z poloviny 14. století, zachovány klenby s lunetami, sgrafita a arkádová chodba
- ♦ Střela - renesanční zámek - tzv. Dolní hrad, nezvyklého šestibokého půdorysu, postavený v r. 1514, poblíž původního tzv. Horního hradu Bavorů ze Strakonic

ze 13. století. Tento zámecký komplex je tvořen šestibokou budovou s arkádovým nádvořím, portálem, věží a zámeckou kaplí. Celý areál je obehnan hradbou s hlubokým příkopem.

- ♦ Střelské Hoštice - zámek původně z 2. poloviny 16. století, postavený na místě bývalé tvrze ze 14. století
- ♦ Štěkeň - barokní zámek z poloviny 17. století poblíž rozlehlého přírodního parku, od roku 1872 vlastníky známý rod Windisschgrätzů
- ♦ Kladruby - zámek a postupně obnovovaný zámecký park s ohradní zdí ve tvaru čínského draka

Městská architektura

Městských světských staveb se dochovalo méně než církevních. Ráda bych se zmínila zejména o řadě cenných městských domů s renesančními, barokními a klasicistními štíty. Nachází se zde mnoho dalších památek městské architektury a mezi další významné patří i bývalá radnice Mikoláš Alše, secesní budova spořitelny, mariánský sloup, bývalý špitál z roku 1685 a židovský hřbitov ze 17. století ve Strakonících.

Lidová architektura

- ♦ Ze dvou základních typů jihočeské lidové architektury - roubeného a zděného domu je častěji zachována zděná lidová stavba (tzv. jihočeské baroko).
- ♦ Střelskohoštická Lhota - pozoruhodný soubor lidové architektury, tvořený zejména skupinou původních kamenných stodol
- ♦ Miloňovice - dům č. p. 4 - od Jakuba Bursy

Přírodní a historické zajímavosti (viz Příloha č. 7)

- ♦ Hůrka u Střelských Hoštic - odkryto sídliště z pozdní a střední doby kamenné, v lese „Dominika“ pomník zastřeleným zajatcům
- ♦ Kněží hora - vrch nad Katovicemi se zbytky slovanského hradiště postaveného na místě původního hradu z doby halštatské a laténské
- ♦ Žižkův most - mostní oblouk středověkého původu na úpatí Kněží hory
- ♦ Bažantnice u Pracejovic - přírodní rezervace zahrnující zbytek lužního porostu

včetně pozůstatků po rýžování zlata

- ♦ Kuřidlo - přírodní rezervace poblíž Dražejova chránící fragment dubo-bukového lesa na krystalických vápencích
- ♦ Ryšová - přírodní památka severně od Strakonice s lesním společenstvem vápnomilných a teplomilných druhů trav
- ♦ Vrch Hradec - dochované valy slovanského hradiště
- ♦ Tůně u Hajské - přírodní památka, zahrnující několik zarostlých tůňek s hojným výskytem obojživelníků
- ♦ Pastvina u Přešťovic - přírodní památka chránící louku s bohatou květenou a hnízdiště poštolek
- ♦ Sudoměř - památné místo husitské bitvy u Sudoměře, pomník Jana Žižky
- ♦ Rovná - chráněné naleziště Hořce jarního
- ♦ Hradiště - vrch východně od Libětic s hradištěm z doby halštatské

4.1.6 Analýza ubytovacích a stravovacích zařízení

Ve spolupráci s živnostenským úřadem Strakonice, jsem chtěla získat aktuální údaje o počtu ubytovacích a stravovacích zařízeních v regionu. Podle živnostenského úřadu je ve městě Strakonice a správním obvodu této obce 652 držitelů živnostenského oprávnění na předmět podnikání hostinská činnost. Všichni tito podnikatelé mohou provozovat v rámci této živnosti i ubytování. Dřívější živnostenské oprávnění nazvané "Ubytovací služby" je po novele zák. č. 130/2008 Sb. začleněno do živnosti "Výroba, obchod a služby". Evidence, která mi byla poskytnuta vedoucí odboru živnostenského úřadu, je tedy velmi nepřesná. Další údaje, které jsem zjistila na základě vlastního šetření, nemusí být již aktuální (viz příloha č. 3).

Materiálně technická základna cestovního ruchu je představována ubytovacími a stravovacími kapacitami, které jsou v oblasti Strakonicka soustředěny především do nejvýznamnějších měst, tj. do Strakonice a Volyně. Nejširší nabídka hotelového typu ubytování je právě ve Strakonici. V období prázdninových měsíců jsou pro ubytování využívány i internátní zařízení Středního odborného učiliště a Střední průmyslové školy

o celkové kapacitě 270 lůžek. Kromě tohoto ubytování nabízí Strakonice i ubytování v soukromí.

4.1.6.1 Ubytovací služby (90 firem)

- ♦ Hotely (12 firem)
- ♦ Penziony (33 firem)
- ♦ Kempy (13 firem)
- ♦ Jiný typ ubytování, ubytování v soukromí (32 firem)

Hotely

Hotel "Bílá růže " Strakonice ★★★



Nachází se v historickém centru města Strakonice. Tento hotel spolu s Amber Hotelem Bavor bude popsán detailněji, jelikož mi jejich majitelé poskytli řízený rozhovor. Své služby poskytuje již více než sto let. Poloha hotelu v centru města je výhodná, zejména z hlediska dostupnosti ostatních služeb. Recepce hotelu je součástí nonstop baru s kavárnou a čínskou restaurací. Hotel vlastní výtah, parkoviště a hotelové garáže. Tato historická budova nabízí svým hostům komfortní ubytování v pokojích s TV, satelitem, telefonem a také nabízí nadstandardní ubytování v apartmánech s terasou, whirlpoolem, kuchyní, myčkou a připojením na internet. V hotelu je hostům podávána rozšířená kontinentální snídaně. Hotel Bílá Růže poskytuje ubytování pro max. 52 osob.

Restaurace Bílá růže

Součástí hotelu Bílá Růže je i restaurace, která má kapacitu celkem pro 80 hostů. Tato restaurace se zaměřuje převážně na českou kuchyni, je zde velký výběr pokrmů i nápojů všeho druhu. Jídelní lístek obsahuje i množství pokrmů mezinárodní kuchyně. Restaurace poskytuje i další služby, jde především o konání společenských

a slavnostních akcí jako jsou svatby, abiturientské večírky, rodinné oslavy, promoce, firemní večírky a další.

Amber Hotel Bavor ★★★



Hotel Amber Bavor se nachází v centru Strakonice. Je z něho nádherný výhled na strakonický gotický hrad. Ubytování v Amber Hotelu Bavor ve Strakonících je v pokojích a apartmánech. Tyto pokoje jsou velmi komfortně zařízené. Amber Hotel Bavor ve Strakonících poskytuje služby i velkým firmám, jelikož má k dispozici kongresové prostory pro cca 240 osob. Tyto prostory jsou vhodné nejen pro konání kongresů, ale i firemních školení a večírků, seminářů, společenských akcí či soukromých oslav. Hotel poskytuje moderní kongresové zázemí, je zde možnost pronájmu kongresové techniky a ostatního vybavení.

Součástí hotelu je lobby bar, který je umístěn přímo v hale hotelu. Na recepci je možno zakoupit si drobné upomínkové předměty a součástí služeb recepce je i uschování cenností v trezoru. V blízkosti hotelu je možnost sportovního vyžití. Jedná se o letní a zimní plavecký stadion s tobogánem, volejbalové, tenisové a basketbalové hřiště, minigolf, bowling a další.

Hotel poskytuje i další služby:

- ◆ Praní prádla pro hotelové hosty
- ◆ Masáže – na objednávku
- ◆ Kadeřnictví
- ◆ Fitness
- ◆ Parkování: cca 60 míst vhodné i pro autobusy

Restaurace Otava



Součástí Amber hotelu Bavor je i hotelová restaurace. Poskytuje českou i mezinárodní kuchyni, je zde možnost ochutnávky dobrého vína ve vinárně a možnost odpočinku a relaxace v místní čajovně. Tato čajovna nabízí značné množství čajů a dalších specialit.

Hotel Švanda Dudák, Strakonice ★★★

Hostům je k dispozici restaurace, rychlé občerstvení, hotel či ubytovna. Recepce poskytuje i kromě základních služeb i doplňkové služby. Jedná se vyhledávání, zajištění a objednávání dalších aktivit souvisejících s pobytem ve městě i regionu. Hotel Švanda dudák je certifikován prostřednictvím profesních sdružení pod Ministerstvem pro místní rozvoj a České centrály cestovního ruchu. Kategorie hotelu jsou ** a nově rekonstruované pokoje jsou klasifikovány ***. Hotel je členem sdružení ČR HO.RE.KA. Pokud jde o zaměstnance – kuchaře, jsou členy prestižní Asociace kuchařů a cukrářů ČR.

Hotel Ostrovec, Volyně

Hotel Ostrovec se nachází v městečku Volyně, nazývané též "brána Šumavy". V oblasti je mnoho zajímavostí, např. zřícenina hradu Helfenburk, Bavorov, Husinec a dále pak i oblast jihočeské části Šumavy s řadou cyklotras se známými středisky Zadov-Churáňov, Boubín, Kubova Huť, Borová Lada a dalšími. Hotel leží v klidném prostředí malého Volyňského parku v okrajové části Volyně, cca 200 m od silnice spojující Prahu s Vimperkem. Hotel je vhodný pro všechny druhy rekreací. Je výborným místem pro milovníky pěší turistiky, cykloturistiky (možnost uskladnění vlastních kol zdarma) i autoturistiky po jižních Čechách.

Penziony

Penzion Ranč Šimona Pláničky, Hoštice u Volyně



Penzion nabízí ubytování pro celou rodinu v prostředí, kde se točily komedie Zdeňka Trošky Slunce, seno. Okolí Hoštic nabízí krásnou, nedotčenou přírodu. Poskytuje mnoho služeb a ohromné možnosti využití volného času pro turisty. Jde například o agroturistiku. JZD Hoštice nabízí možnost poznat zemědělské

družstvo a pohybovat se v jeho prostředí. Návštěvníky láká zejména mediální známost tohoto prostředí typické české vesnice. Jeden z nejoblíbenějších cílů je JZD s kravínem, hospodářskými budovami a restaurací. Hoštice jsou ideálním místem pro cykloturistiku, jelikož zde vede řada značených stezek. Návštěvníci se mohou zúčastnit výuky jízdy na koni, projíždek po farmě, nordic walking („hůlková chůze“), různé sportovní aktivity, popřípadě rybaření.

Penzion Kubešův Mlýn, Horní Poříčí



Vznikl rekonstrukcí starého mlýnu. Tento penzion se nachází na břehu řeky Otavy, a proto nabízí ideální ubytování při sjíždění řeky. Ubytování při břehu řeky umožňuje hostům koupání či rybaření přímo vedle penzionu. Vyznačuje se zejména klidným prostředím. Kromě základních ubytovacích a stravovacích služeb poskytuje dále služby,

které souvisejí se zvýšením pohodlí během pobytu. Jedná se o společenskou místnost s krbem a barem, ohniště, které je všem hostům k dispozici. Nově do nabídky zařadil možnost vypůjčení jízdního kola za cenu 150,-Kč/den. V okolí jsou vyznačené cyklotrasy, proto jsou projíždky na kole skvělým sportovním využitím.

Penzion a ranč „U Starýho kance“ - Ekochov, s.r.o., Hoslovice

Hoslovice leží v oblasti, která je plná nádherných cílů pro turisty. Mohou se k nim svézt autem, dojet pěšky, dojet na kole po cyklostezkách nebo na koni po stezkách koňské turistiky. Penzion nabízí možnosti agroturistiky, ustájení koní, jízdy na koních, je zde zázemí pro cyklistiku, soukromé i firemní akce, tradiční zabijačky. Tento penzion pořádá jezdecké soutěže, rodeo či parkur.

Penzion u rybníka Pustý, Blatná

Penzion nabízí pobyt v krásném prostředí v nově zrekonstruované vile na břehu rybníka Pustý. Tato atmosféra láká k relaxaci a odpočinku. Okolí penzionu i města umožňuje návštěvníkům všestranné vyžití spojené s turistikou, cykloturistikou, koupáním, rybařením, houbařením apod. Samotná Blatná je město založené ve 13. stol. s bohatou kulturní tradicí, historickými památkami a širokým sportovním zázemím. Patří mezi stále více vyhledávaná centra. Penzion poskytuje služby spojené s bezplatným připojením k internetu, televizi, satelit a další.

Kempy

Autokemp Otava, Strakonice



Autokemp Otava poskytuje levné ubytování v dřevěných chatkách. Kemp se nachází asi 1 km směrem na západ od města Strakonice. V blízkosti kempu je možné koupání v řece Otavě, venkovní posezení, ohniště, houbaření, sběr lesních plodů. Dále je zde možné v této krásné řece rybařit, v okolí kempu využít turistické stezky a navštívit okolní hrady a zámky Jižních Čech.

Kemp a vodácké tábořiště Podskalí, Strakonice

Kemp se nachází na pravém břehu, řeky Otavy. Návštěvníci se mohou dopravit do kempu po cyklostezce od strakonického pivovaru, buď pěšky, na kole, nebo na kolečkových bruslích. Vodáci samozřejmě na lodi. Nesportovci mohou přijet po

silnici kolem hradu, okolo letiště a vojenského areálu. Je zde možnost bezplatného parkování.

4.1.6.2 Stravovací služby (63 firem)

a) Služby základního a doplňkového stravování (149 firem)

- ♦ Restaurace s obsluhou (94)
- ♦ Pohostinství s obsluhou (23)
- ♦ Občerstvení bez obsluhy (9)
- ♦ Pizzerie (5)
- ♦ Cukrárny, kavárny, čajovny, vinárny (18)

b) Služby spojené převážně s podáváním nápojů (44 firem)

- ♦ Pivnice, bary (36)
- ♦ Music club (8)

c) Služby uzavřených forem stravování, dodávky hotových jídel (12 firem)

- ♦ Závodní jídelny, kantýny, závodní bufety (1)
- ♦ Školní jídelny, internáty, domovy mládeže, menzy, občerstvení (9)
- ♦ Stravování - dodávky do domácnosti (hostiny, party, recepce, občerstvení (1)

Restaurace Hangár, Strakonice



Tato restaurace dává přednost zejména vysoké kvalitě jídla s důrazem na obsluhu a co nejlepší péči o zákazníka. Restaurace kromě stravovacích služeb nabízí i sportovní možnosti. Jsou zde k dispozici dva ricochetové kurty, umístěny v suterénu restaurace. Poskytuje i příjemné nekuřácké

prostředí. Velkou zajímavostí je, že zde hosté mohou posedět v oddělené místnosti ve „studni“ se samovýčepem, kde si mohou vyzkoušet čepování piva dle jejich vlastního přání. Hosté si zde mohou napojit na velkoplošnou obrazovku počítač, možnost napojení videa či televize.



Restaurace Hradní sklípek



Restaurace se nachází na nádvoří Strakonického hradu. Kromě velkého výběru pokrmů, je zde možnost ochutnávky kvalitních vín z Moravy. Konají se zde živá vystoupení hudeců, tanečnic, kejklířů nebo zde vystupuje středověká kapela. Jelikož Strakonice jsou nazývány městem dudáků, hosté mají možnost poslechnout si dudy strakonického dudáka či jim zahraje celá dudácká kapela. Konají se zde jak firemní, společenské a rodinné večírky, tak samozřejmě svatební hostiny a abiturientské večírky. Prostory jsou rozděleny na salonek a velký sál pro kapacitu 50 osob. Na žádost zákazníka, restaurace umožňuje konání akcí v historickém stylu.

Zámecká restaurace Lnáře

Restaurace je součástí nádvoří zámku Lnáře. Zde je v letních měsících k dispozici příjemné posezení na zámeckém nádvoří, uprostřed kterého nás hosty zaujme zámecká kašna. Celé prostředí je tedy v historickém stylu. Nabízí zmíněné barokní salonky ke konání svateb, výročí a dalších společenských akcí. Dále je k dispozici velký sál pro 300 osob na konference a kongresy. K relaxaci a odpočinku mohou zákazníci navštívit zámeckou zahradu s desítkami druhů květin, tenisovým kurtem, minigolfem a venkovním bazénem. Restaurace kromě oblíbené české kuchyně nabízí i řecké, indické a italské pokrmy.

4.2 Analýza primárních dat

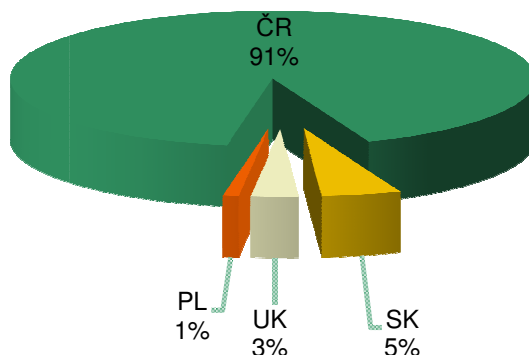
4.2.1 Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření proběhlo od května do srpna roku 2009 v oblasti Strakonicka. Šetření se zúčastnilo celkem 103 respondentů. Dotazování probíhalo pomocí předem připraveného dotazníku (viz Příloha č. 1). Dotazník obsahoval celkem 21 otázek, cílem bylo zanalyzovat ubytovací a stravovací zařízení na daném území. Hlavním předmětem zájmu byla především nabídka služeb v jednotlivých zařízeních, jejich kvalita, úroveň personálu a další. V úvodu dotazníkového šetření byly uvedeny potřebné údaje, které návštěvníkům ubytovacích a stravovacích zařízení vysvětlují, k čemu získané informace budou použity.

Dále jsem v úvodu poděkovala za čas strávený s vyplněním dotazníků. Dotazování bylo záměrně provedeno v měsíci květnu až srpnu, jelikož v tomto období jsou daná zařízení navštěvována v největší míře. Dotazníky byly vyplněny ve spolupráci s recepcemi hotelů, jejichž součástí bylo i stravovací zařízení. Ne ve všech zařízeních byli pracovníci ochotni pomoci s vyplněním daných dotazníků. S neprofesionálním přístupem a neochotou jsem se setkala ve dvou hotelech, kde nebylo možné dotazníky ponechat na recepci, ani zrealizovat marketingový výzkum osobně. Ostatní pracovníci hotelu byli velice velkorysí a umožnili ponechat dotazníky na recepci hotelu či v restauraci. Zde také nezapomněli hosty oslovit, zdali by byli tak laskaví a vyplnili dotazník. Přístup těchto pracovníků ubytovacích a stravovacích zařízení byl bezproblémový a vstřícný.

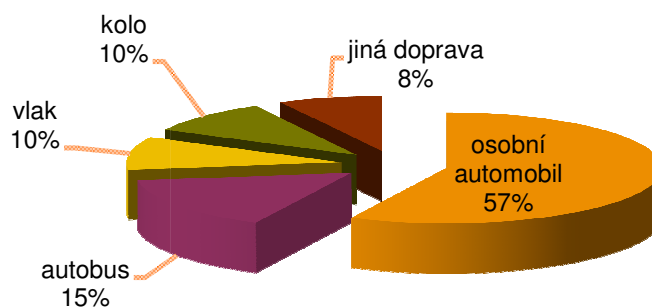
Tímto marketingovým výzkumem byl odhalen celkový stav ubytovacích a stravovacích služeb, který souvisí zejména se spokojeností hostů, se segmentem návštěvníků, kteří přijíždějí do daného regionu, s účelem cesty. Zjištěná data jsou využitelná pro lepší orientaci v řešeném regionu, respondenti svými názory podali v dotaznících různorodé informace, které vypovídají o stavu služeb.

Graf č. 1: Otázka č. 1: Jaká je Vaše národnost?



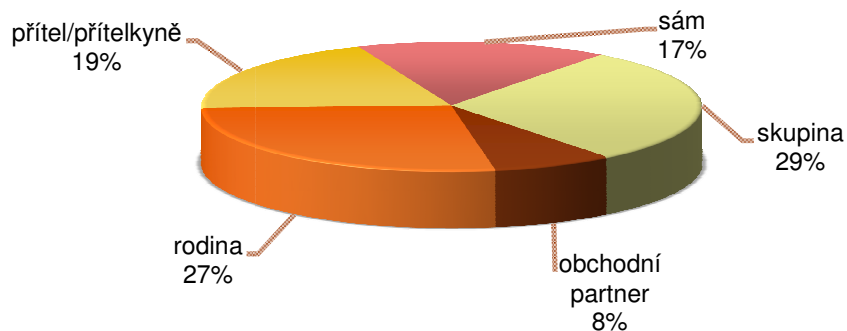
Z výsledků vyplývá, že největší část dotazovaných jsou turisté z České republiky (91 %). Pokud jde o zahraniční segment návštěvníků, jedná se zejména o turisty ze Slovenska (5 %), Ukrajiny (3 %) a Polska (1 %).

Graf č. 2: Otázka 2: Jakým dopravním prostředkem jste se dopravil/la do regionu?



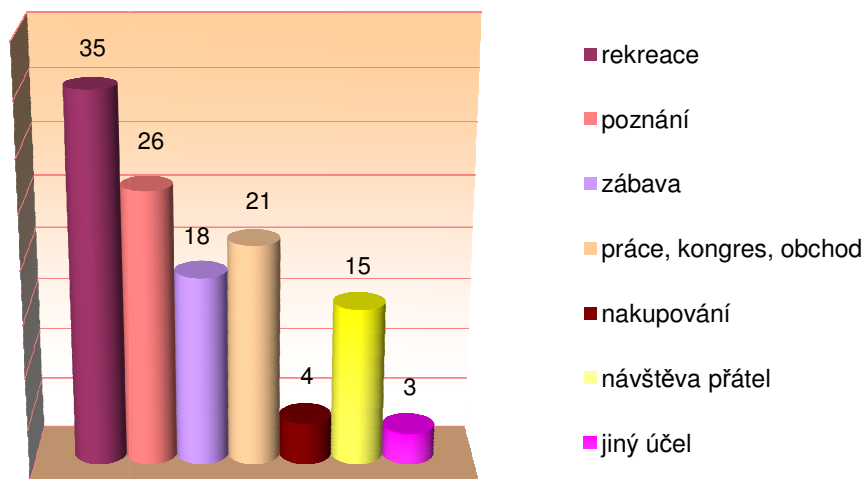
Více než polovina dotazovaných turistů se dopravila do daného regionu osobním automobilem (56 %). Méně často dotazovaní využívali autobusovou dopravu (16 %). Dopravní prostředek vlak obsadil 10 % a ve stejném početním zastoupení v dopravě bylo využíváno jízdní kolo. Poslední místo obsadila tzv. „jiná doprava“ (8 %). Do této kategorie dotazovaní zařadili zejména autostop, loď, která se týkala vodáků ubytovaných v kempu, a dva respondenti přijeli do regionu na koni.

Graf č. 3: Otázka 3: S kým jste navštívil/a daný region?



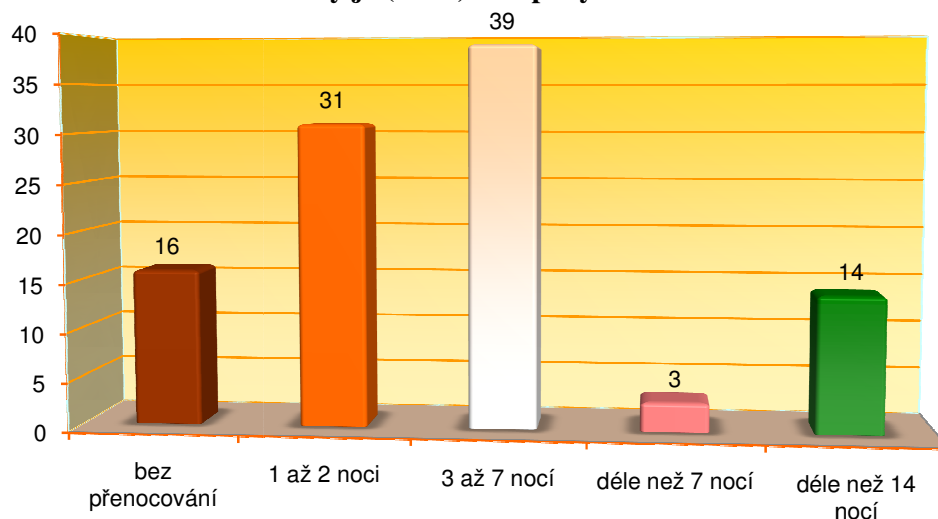
Další otázka byla zaměřena na to, s kým dotazovaní navštívili daný region. Z výsledků vyplývá, že návštěvníci z více jak jedné čtvrtiny přicestovali ve skupině (29 %) nebo s rodinou (27 %). Přítel nebo přítelkyně byli již méně častým doprovodem (19 %). V poslední řadě přijeli turisté do daného regionu sami (17 %) či s obchodním partnerem (8 %), jednalo se především o business klientelu.

Graf č. 4: Otázka 4: Jaký je účel Vaší cesty?



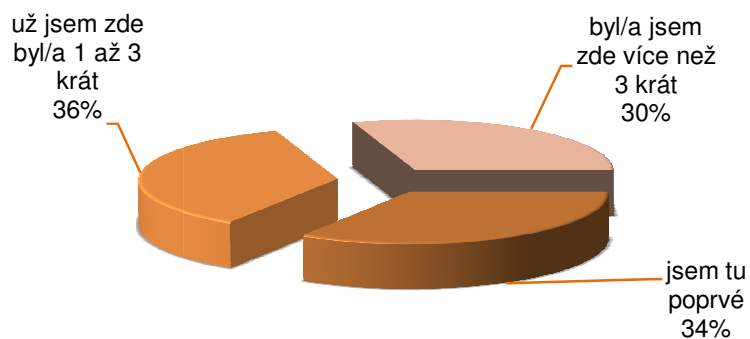
Nejvýznamnějším účelem cesty byla pro 35 dotazovaných rekreace. Méně významným účelem již bylo pro 26 respondentů poznání dané destinace. Dále dotazovaní přijížděli do regionu za účelem kongresu či obchodu (21 dotazovaných), za zábavou přijelo do regionu 18 respondentů. Nakupování nebylo významným účelem cesty.

Graf č. 5: Otázka 5: Jak dlouhý je (bude) Váš pobyt?



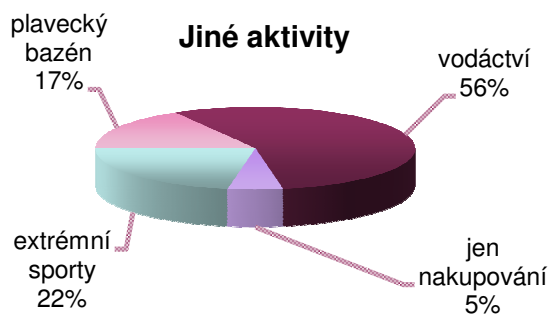
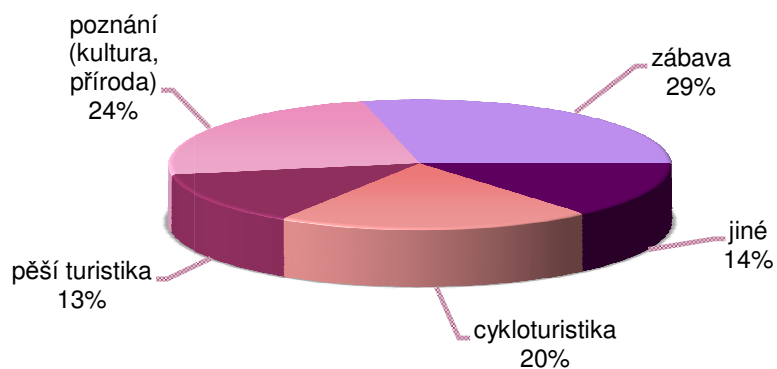
Další otázka průzkumu byla zaměřena na délku pobytu v daném regionu, která se u 39 dotazovaných pohybovala kolem 3 až 7 nocí. Přenocování na 1 až 2 noci bylo nejčastější u 31 respondentů. Počet návštěvníků, kteří nepřenocovali v řešené oblasti, je 16, což kontrastuje se 14 dotazovanými, kteří strávili v dané oblasti více než 14 nocí.

Graf č. 6: Otázka 6: Po kolikáté jste navštívil/a tento region?



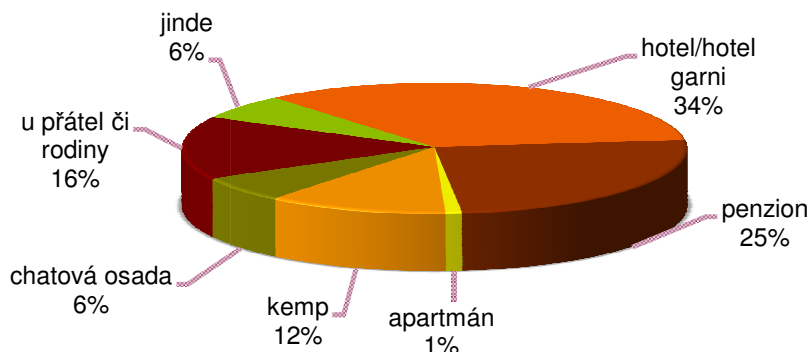
Podíly, týkající se otázky frekvence návštěvnosti regionu, jsou zhruba stejné.

Graf č. 7: Otázka 7: Které aktivity jsou pro Vás nejlákavější?



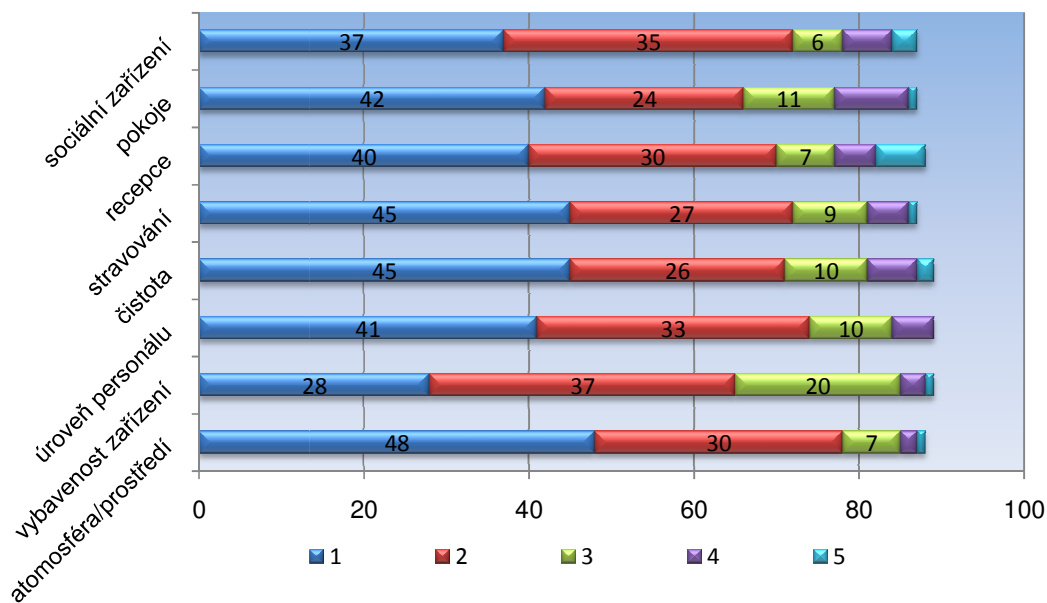
Z výsledků vyplynulo, že zábava (29 %) je pro daný segment návštěvníků v regionu nejlákavější aktivitou, na druhém místě jednou z nejvíce využívaných aktivit, je poznání dané oblasti (24 %). Cykloturistika (20 %) je atraktivní převážně pro návštěvníky, kteří přijeli na jízdním kole. Na posledním místě se umístila pěší turistika (13 %) a jiné aktivity (4 %), mezi ty zařadili respondenti především vodáctví, provozování extrémních sportů, návštěvy plaveckého bazénu a v poslední řadě nakupování.

Graf č. 8: Otázka 8: Kde jste ubytováni po dobu pobytu?



Nejpreferovanějším ubytovacím zařízením po dobu pobytu návštěvníků se stal hotel/ hotel garni (35 %). Z jedné čtvrtiny využívali návštěvníci penzion (25 %). Menší podíl již zaujímá ubytování u přátel či rodiny. Ubytování v kempu (11 %), bylo využíváno převážně vodáky. Chatová osada obsadila 6 % a ve stejném početním zastoupení využívali dotazovaní jiné ubytovací zařízení. Apartmán (1 %) byl využíván nejnižším počtem dotazovaných.

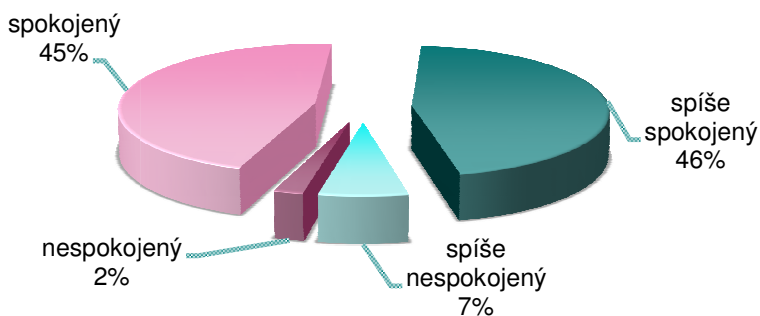
Graf č. 9: Otázka 9: Ohodnoťte spokojenost s jednotlivými službami ubytovacího zařízení.



Otázka 9 se zabývala celkovým ohodnocením spokojenosti s ubytovacími službami, kde hosté oznámkovali jednotlivé úseky, zařízení nebo činnosti, které souvisejí s péčí o hosta. Respondenti označovali číslicemi, na stupnici od 1-5, jako známky ve škole. Přičemž číslo 1 přidělovali dotazovaní, pokud byli naprosto spokojeni, hodnotili tedy výborně a číslo 5 pokud byli nespokojeni, hodnotili známkou nedostatečnou.

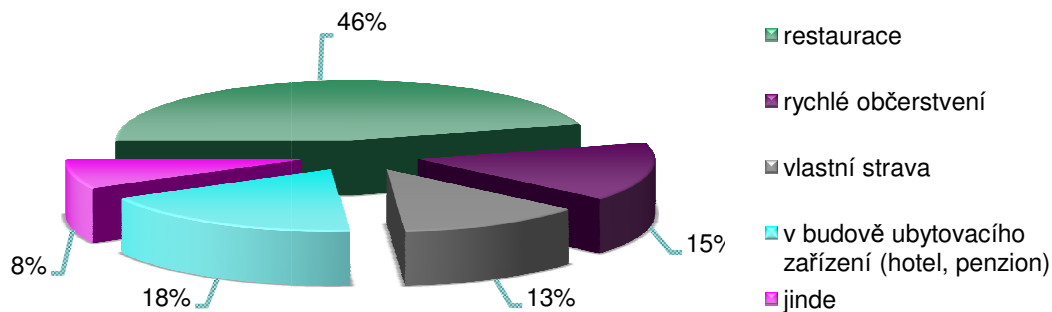
Nejlépe ohodnocena byla atmosféra/prostředí daného ubytovacího zařízení, kde hosté v největší míře využívali známku výbornou. Chvalitebná hodnocení již byla méně využívána. Pokud jde o vybavenost daného ubytovacího zařízení, hosté nejvíce využívali ohodnocení chvalitebné. V dalších úsecích či činnostech souvisejících s péčí o hosta, bylo převažující hodnocení výborné. Pouze u recepcce bylo v největší míře využívané hodnocení nedostatečné. Ostatní úseky byly hodnoceny přibližně na stejné úrovni.

Graf č. 10: Otázka 10: Označte prosím celkovou spokojenost s ubytovacími službami.



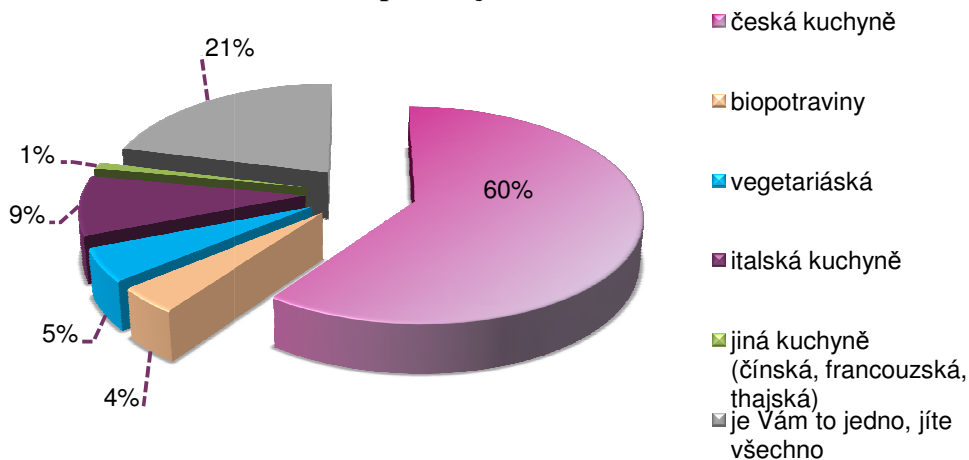
Přibližně ve stejném početním zastoupení byli hosté spíše spokojeni (46 %) či zcela spokojeni (45 %) s ubytovacími službami. Počet respondentů, kteří byli spíše nespokojeni (7 %) nebo byli zcela nespokojeni (2 %) s ubytovacími službami, je oproti spokojeným hostům nepatrné množství.

Graf č. 11: Otázka 11: Kde se stravujete?



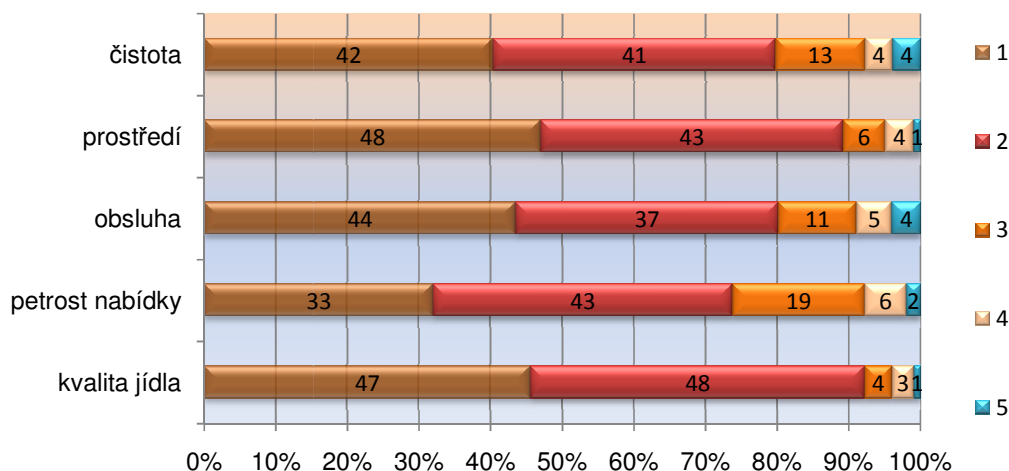
Největší počet v navštěvovaných stravovacích zařízeních zaujímají restaurace (46 %). Rychlé občerstvení (16 %) je využíváno přibližně ve stejném počtu jako stravovací zařízení v budově ubytovacího zařízení (18 %). V porovnání s rychlým občerstvením je vlastní strava (13 %) také hojně využívanou. Na posledním místě se dotazovaní stravovali jinde (8 %), převážně u přátel či rodiny, kde byli ubytovaní.

Graf č. 12: Otázka 12: Jakou stravu preferujete?



Nejpreferovanější stravou pro více než polovinu dotazovaných se stala česká kuchyně (60 %). Celkem 21 % respondentů nezáleželo na dané stravě. I přesto, že dnešním trendem se stává stále více zdravý životní styl a zdravá výživa, tak většina respondentů zvolila českou kuchyni. Ostatní kuchyně využívali hosté jen velmi zřídka, jednalo se zejména o italskou (9 %) a vegetariánskou kuchyni (5 %) či o biopotraviny (4 %).

Graf č. 13: Otázka 13: Jak jste spokojen s úrovní stravovacího zařízení? Označte číslicemi 1-5 (známky jako ve škole 1 - výborně, 5 - nedostatečně)



Čistota daného stravovacího zařízení byla ze 42 % hodnocena známkou výbornou. Známkou chvalitebnou klasifikovalo čistotu 41 % dotazovaných. Ze 13 % byla čistota hodnocena jako dobrá. Pouhá 4 % byli s čistotou nespokojeni nebo nebyli spokojeni vůbec a hodnotili tak známkou nedostatečnou.

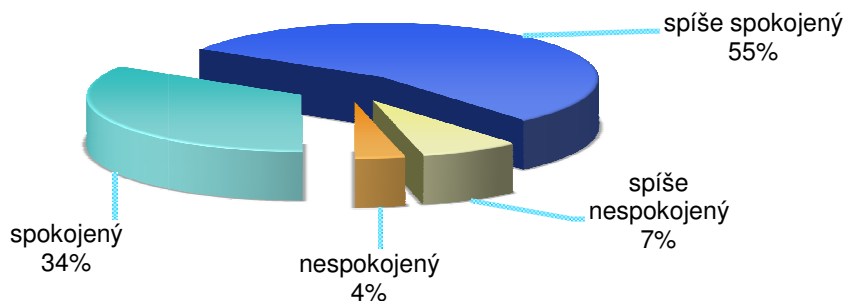
S prostředím bylo zcela spokojeno 48 % respondentů. Na drobné nedostatky poukázalo 43 %. Celkem 6% dotazovaných udělilo hodnocení dobré, 4 % dostatečné a pouze 1 % nedostatečné.

S obsluhou bylo spokojeno 44 % respondentů, 37 % udělilo hodnocení chvalitebné. Naopak nespokojeni byli 4 %, hodnocení známkou dobrou využívalo 11 % a 5 % ohodnotilo obsluhu známkou dostatečnou.

Pestrost nabídky byla hodnocena převážně známkou chvalitebnou (43%), výborně hodnotilo nabídku pokrmů 33 %. Téměř 20 % udělilo hodnocení dobré, pro 6% byla pestrost dostačující a pro pouhé 2 % nedostačující.

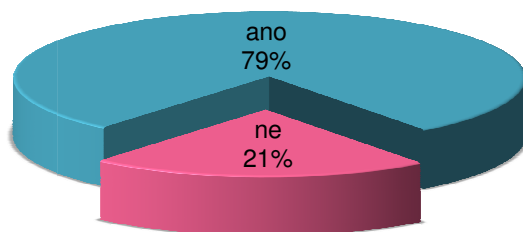
Posledním znakem byla spokojenost s kvalitou jídla, u které převažovala hodnocení chvalitebná (48 %) nad výborným (47 %) o pouhé 1 %. Ostatní hodnocení byla oproti předchozím nepodstatná.

Graf č. 14: Otázka 14: Označte prosím celkovou spokojenost se stravovacími službami.



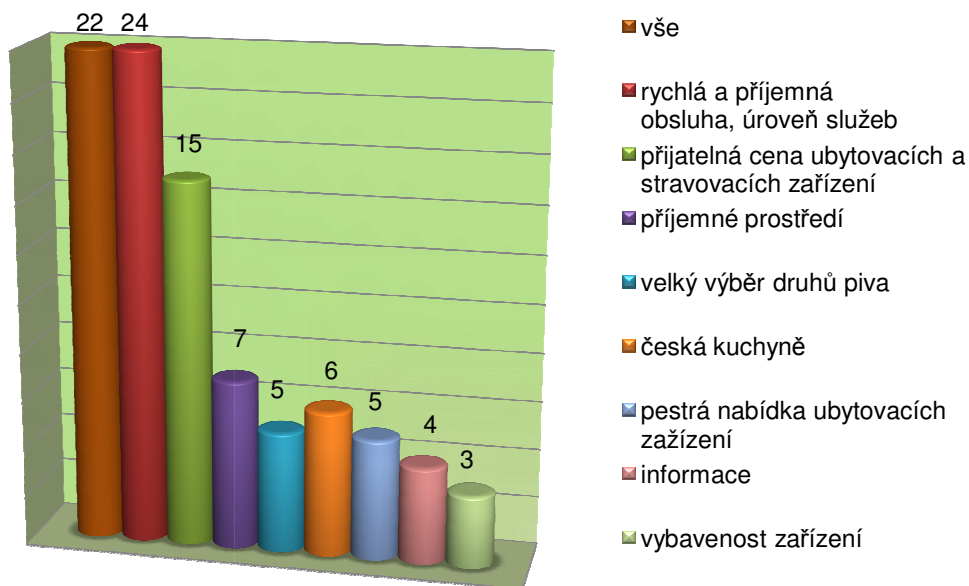
Více než polovina dotazovaných hostů byli spíše spokojeni (55 %) se stravovacími službami, zcela spokojených hostů (34 %) bylo již méně. Počet dotazovaných, kteří byli spíše nespokojení (7 %) nebo byli zcela nespokojení (4 %) se stravovacími službami je oproti spokojeným hostům nepatrné množství.

Graf č. 15: Otázka 15: Myslíte si, že ceny za poskytované služby odpovídají jejich kvalitě?



Otázka 15 se zaměřovala na to, zda kvalita služeb odpovídá ceně za poskytované služby. Kladně odpovědělo 79 % dotazovaných a cena za poskytované služby neodpovídala kvalitě v 31 %.

Graf č. 16: Otázka 16: Co hodnotíte na ubytovacích a stravovacích službách v tomto regionu kladně?



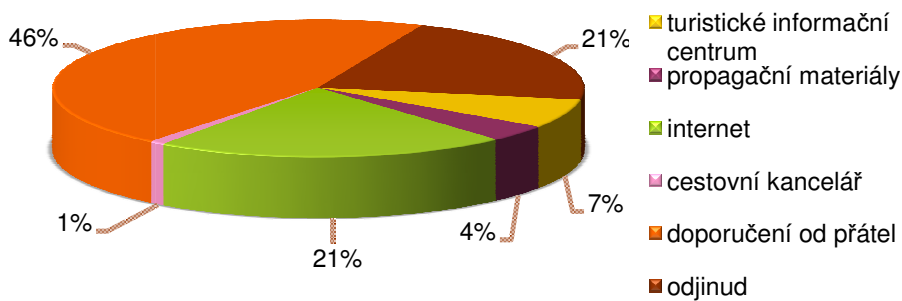
V otázce 16 nebyla možnost výběru a dotazovaní sami vypisovali kladné hodnocení ubytovacích a stravovacích služeb v řešeném regionu. Nejpozitivnější hodnocení se vztahovalo k rychlé, příjemné obsluze a úrovni poskytovaných služeb (24 dotazovaných). Velký počet dotazovaných (22) byl spokojen naprosto se vším. Kladně byla hodnocena pro 15 dotazovaných přijatelná cena ubytovacích a stravovacích zařízení. Mezi další záporné odpovědi respondenti zařadili příjemné prostředí, velký výběr druhů piva, českou kuchyni, pestrou nabídku ubytovacích zařízení, dostupné informace a vybavenost zařízení. Všechny tyto odpovědi byli přibližně ve stejném početním zastoupení.

Graf č. 17: Otázka 17: Co hodnotíte na ubytovacích a stravovacích službách v tomto regionu záporně?



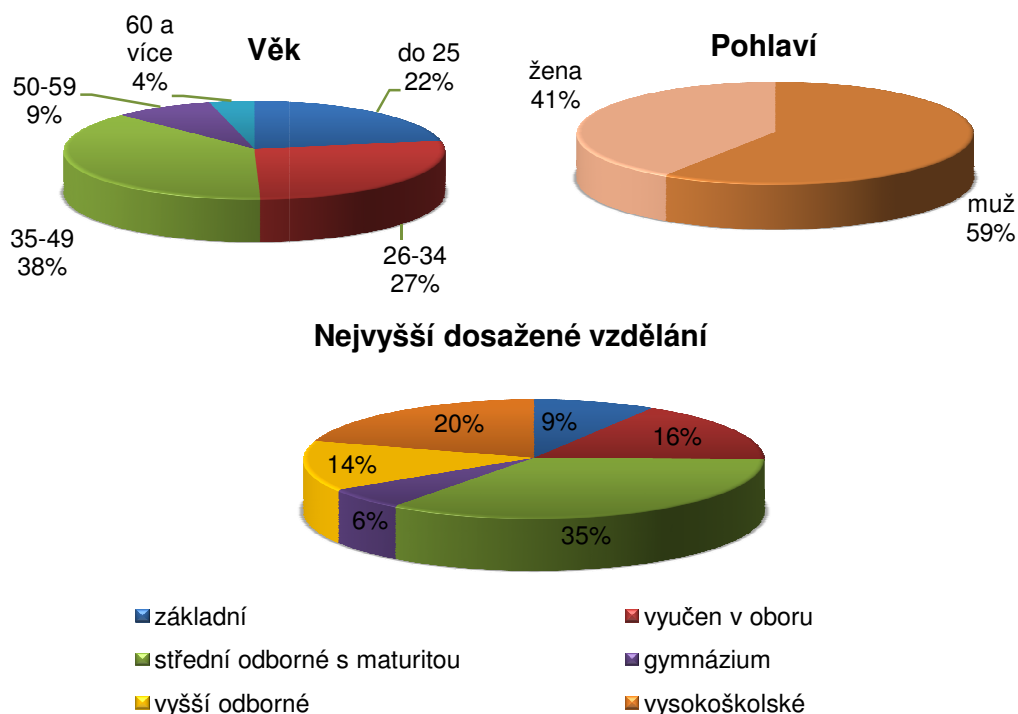
Čtvrtina dotazovaných (25) byla dle výsledků naprosto spokojena se všemi službami, a proto neshledala nic záporného. Další skupina dotazovaných (17) hodnotila záporně přístup obsluhy a personálu. Cena za ubytovací a stravovací zařízení nebyla přijatelná pro 12 dotazovaných. Mezi další záporné odpovědi respondenti zařadili zavírací dobu, čistotu sociálního zařízení, nedostatek nekuřáckých místností, málo parkovacích míst, nedostatečné informace a hluk.

Graf č. 18: Otázka 18: Jak jste se dozvěděla o této destinaci?



Nejvíce informací o dané destinaci dotazovaní získávali od přátel (46 %). Velmi využívaným byl také internet (21 %) a ve stejném početním zastoupení dotazovaní získávali informace odjinud. Většina z nich již o dané destinace věděla (23 %) nebo byla informována od svého zaměstnavatele (45 %) či obchodního partnera (32 %).

Graf č. 19,20,21: Otázka 19: Osobní údaje



Celkové shrnutí dotazníkového šetření

Marketingovým výzkumem byly shromážděny potřebné informace, které sloužily pro další zpracování. Tyto poznatky vypovídaly o jednotlivých znacích v ubytovacím a stravovacím zařízení. Jednalo se především o klientelu, která navštěvuje daný region. Největší část dotazovaných byli turisté z České republiky, pouze minimum obsahoval zahraniční segment návštěvníků. Respondenti, více než z poloviny, využívali pro cestu do regionu osobní automobil. Díky řece Otavě je region Strakonicko vodácky hojně navštěvován. Do vymezené oblasti přijížděly především rodiny z důvodu rekreace.

Nejlákavější aktivitou byla zábava, poznání přírodních atraktivit a kultura. Doba pobytu se pohybovala okolo 3-7 dnů

Frekvence návštěvnosti regionu je poměrně proměnlivá. Třetina dotazovaných byla seznámena s tímto regionem poprvé. Následující třetina již region navštívila v minulosti – více než 3krát a poslední třetinou je segment turistů, kteří Strakonicko navštívili v průměru 2krát. Nejpreferovanějším ubytovacím zařízením se stal hotel/hotel garni. Dále hosté hodnotili spokojenost služeb v ubytovacím zařízení. Převažovala známka výborná, popřípadě chvalitebná, pouze vybavenost zařízení byla klasifikována spíše známkou chvalitebnou. Návštěvníci byli tedy spíše spokojeni s ubytovacími službami. Výborné hodnocení získala v největším měřítku atmosféra prostředí.

Restaurace se stala nejvíce navštěvovaným stravovacím zařízením, ve kterém respondenti preferovali českou kuchyni. Hodnocení spokojenosti s kvalitou jídla a pestrostí nabídky bylo převážně chvalitebné. U ostatních znaků souvisejících s provozem restaurace, jako je obsluha, prostředí a čistota, převažovala známka výborná. Na druhém místě kladného hodnocení v ubytovacích službách se umístila rychlá a příjemná obsluha. To ovšem kontrastuje s negativním hodnocením klientů k přístupu obsluhy a personálu. Dalšími negativními faktory, ovlivňujícími spokojenost zákazníka, je nedostatečná kapacita parkovacích míst, čistota sociálního zařízení, nedostatečné informovanost ze strany hotelového personálu, absence nekuřáckých místností a další. Tento region navštěvovali respondenti převážně na doporučení přátel.

4.2.2 Řízené rozhovory

Rozhovor s majitelem Hotelu „Bílá růže,, Ing. Petrem Soukupem

Řízené rozhovory jsem provedla z důvodu srovnání výsledků získaných od respondentů a majitelů hotelů a restaurací. Zjištěné poznatky mi umožnily získat širší rozhled nad ubytovacími a stravovacími službami z pohledu provozovatelů. Zjistila jsem nedostatky, které souvisejí s provozem těchto zařízení.

Řízený rozhovor obsahoval cca 60 otázek, které se zaměřovaly zejména na klientelu, jejich spokojenost s pobytem, se stravováním a dalšími službami. Část otázek byla

situována na personál, zda jsou majitelé spokojeni se svými zaměstnanci, popřípadě co jsou ochotni udělat, aby byli co nejlépe připraveni na požadavky klientů.

Zaměstnanci podle názoru majitele Hotelu Bílá růže, většinou nemají přehled o problematice cestovního ruchu. Pokud tedy nejsou přímo vystudovaní v tomto oboru. V mnoha případech se o toto téma nezajímají. Majitel nabízí zaměstnancům některá školení či kurzy z oblasti cestovního ruchu. Jedná se především o jazykové kurzy.

Další typy otázek se týkaly klasifikace daného ubytovacího zařízení. Majitel odpovídal na otázku, která souvisela se zvýšením počtu hvězdiček. Nad změnou klasifikace související s počtem hvězdiček a zkvalitněním vybavení hotelu, majitel uvažoval. Možnost realizace však zavrhoval, a to z důvodu nedostatečné klientely, která není ochotná platit za kvalitní služby. V případě zvýšení počtu hvězdiček, tím pádem i ceny pokojů, by se snížila klientela v tomto regionu natolik, že by dané zařízení nebylo prosperující. Hlavním nedostatkem v tomto regionu jsou tedy právě zákazníci.

Další otázka se týkala dopravní dostupnosti regionu. Územím vedou dvě důležité komunikace. Strakonice také představují železniční křižovatku regionálního významu. To je hlavním důvodem, proč zde neshledal provozovatel žádný problém s dopravní dostupností. I přesto nejčastěji využívaným dopravním prostředkem se stal osobní automobil, který podle provozovatelů využívalo 90% klientely.

Podle majitele Hotelu Bílá růže ve Strakoncích, byla ve velkém rozporu s ostatními statistikami otázka týkající se sezónnosti. Sezónnost totiž není faktorem, který by ovlivňoval toto ubytovací zařízení. Klientela se zde vystřídá průběžně během celého roku. K tomu přispívá fakt, že tento hotel navštěvuje zejména business klientela. Hotel není vybaven na pobyt dětí. Proto účel, za kterým klienti přijížděli do tohoto regionu, byl zejména pracovní. Délka pobytu je v průměru okolo 2-3 dnů. Cena za lůžko se pohybovala kolem 800,- Kč. Ze 60 % navštěvují tento region Češi, zahraniční klientela tvoří také poměrně velkou část. Majitelé mají přehled o tom, zda si klienti vybírají jejich zařízení opakovaně.

Další otázka se zaměřovala na objektivní ohodnocení majitelů různých znaků v ubytovacím zařízení. Stejnou otázku dostalo 103 dotazovaných respondentů. Nejlépe hodnotil majitel čistotu a pokoje. Stravování, úroveň personálu a sociální zařízení bylo klasifikováno známkou chvalitebnou popřípadě dobrou. Nejhůře ohodnocena byla známkou dobrou atmosféra prostředí a recepce. Ve srovnání s dotazníkovým šetřením majitel tedy spíše podceňoval svůj hotel.

Dále jsem se ptala, zda si majitel vede návštěvní knihu, kde by zákazníci mohli vyjádřit své názory. Majitel nevede knihu stížností, což ho podle mého mínění, nevede k jakémukoliv návrhu na zlepšení nedostatků z pohledů klientů.

Poslední otázky se vztahovaly k danému stravovacímu zařízení, které bylo součástí ubytovacího zařízení. Klienti podle majitele využívali převážně jiná stravovací zařízení, která nenáleží jeho hotelu. Pokud jde o formy stravování, nabízí jako většina zařízení českou kuchyni, kterou také preferovala převážná část respondentů. Na přání zákazníků je provozovatel ochoten a schopen zařídit jakékoliv formy stravování, jde například o polopenze, o různé druhy snídaní – kontinentální snídaně, švédské stoly.

Jako záporné jsem shledala zejména nedostatečný přehled o nejčastějším výběru jídel. Majitel nemá přehled o tom, jaké jídlo je v hotelové restauraci nejžádanější a zda si jídla vybírají zákazníci opakovaně. Prostory pro kuřáky a nekuřáky neodděluje, jelikož o to ze strany klientely není zájem. Malý počet hostů, který toto vyžaduje, vyhledá nekuřáckou restauraci.

Rozhovor s majitelem Amber hotelu Bavor Ing. Antonínem Svobodou

Hotel Bavor jsem si vybrala zejména z důvodu, že je součástí řetězce Amber Hotels. Jeho služby jsou blíže popsány v předchozí části. Do tohoto řetězce dále patří Amber Hotel Anna ve Vimperku, Amber Hotel Konopiště v Benešově u Prahy a Amber Hotel Vavřinec v Roudnici nad Labem. V souvislosti s tím musí hotel Bavor dodržovat určité normy a standardy, které jsou součástí celého řetězce. Jedná se o interní standardy, které souvisejí s provozem Corinthia hotelů – Panorama Hotel Prague.

Hotel Amber je klasifikován třemi hvězdičkami. Pokud se jedná o zvýšení počtu hvězdiček, ředitel hotelu by o tom neuvažoval. Je to hlavně z důvodu lhostejnosti majitelů celého řetězce Amber Hotels k investicím. Nemají zájem investovat do oblasti, která podle nich nepřiláká tolik klientů jako v jiných destinacích. I přesto navštěvuje Amber Hotel Bavor i zahraniční klientela, jedná se zvláště o Němce či Rakušany. Ty přijíždějí do destinace hlavně za účelem pracovním, firemních akcí nebo jsou to senioři za účelem rekreace. V mnoha případech se také jednalo o skupiny sportovců. Zařízení je podle majitele vybavené na pobyt dětí či skupin dětí. Obzvláště v letní sezóně, kdy mohou navštěvovat přilehlá sportovní střediska s krytým i nekrytým plaveckým bazénem. Česká klientela zatím pochopitelně převažuje.

Tento hotel poskytuje kromě základních ubytovacích a stravovacích služeb i další služby, jedná se o masáže, fitness, kadeřnictví. Jeho příhodná poloha ale nabízí návštěvníkům i další možnosti využití služeb. Poblíž hotelu Bavor se nachází plavecký bazén, sauna, solárium, sportovní areál a další. V hotelu se rozlišují služby na placené a neplacené. Mezi neplacené zařadil majitel hotelu zejména fitness, které mohou hosté využívat neomezeně.

Další otázka se týkala dopravní dostupnosti. Jak již bylo uvedeno, dopravní infrastruktura je v tomto regionu dobrá, což se shoduje s názory majitele Hotelu Bílá Růže i informačního centra. Přesto ale klientela využívá při cestě do dané destinace osobní automobil, pokud se jedná o skupiny hostů – sportovce či seniory, využívaly v největší míře autobus. U tohoto hotelu není kupodivu problém s nedostatkem parkovacích míst. Podle názoru majitele je jich „přebytek“. Velice mne překvapilo, že hoteloví hosté nemají parkování v ceně ubytování. Záleží tedy na typu či formě ubytování.

Další otázka se týkala sezónnosti. Sezónnost je významným ukazatelem, který ovlivňuje tento hotel. Je to v rozporu s Hotelem Bílá Růže, na kterou sezónnost nepůsobí, hlavně z důvodu business klientely. Majitel hotelu má přehled o tom, zda si klienti vybírají

jeho zařízení opakovaně. Stálá klientela je pro hotel perspektivnější. Pobyt hostů se pohybuje v průměru 3 dny, ale to se liší, pokud jde o skupiny či o různé kulturní akce. Při Mezinárodním dudáckém festivalu jsou klienti ubytováni až 5 dní. Obvyklá délka pobytu v průměru trvá 1-2 dny.

Dále měl majitel objektivně ohodnotit znaky, které se týkaly ubytovacího zařízení. Jak již bylo vysvětleno u předchozího rozhovoru, tyto znaky hodnotili i respondenti. Co se týkalo atmosféry prostředí, vybavenosti zařízení a sociálního zařízení, tyto ukazatele shledal majitel jako dobré, názor se shoduje i s tvrzením Ing. Petra Soukupa. Další znaky se týkaly čistoty, úrovně personálu, recepce a pokojů, ty byly ohodnoceny chvalitebně. Pouze stravování klasifikoval jako výborné.

Na rozdíl od Hotelu Bílá růže si Hotel Bavor vede návštěvní knihu, kde mohou hosté vyjádřit spokojenost, v opačném případě napsat stížnost. Hosté tohoto hotelu jsou ve většině případů spokojeni s ubytovacími službami, jelikož služby, které očekávají, také dostanou. Pokud jde o náročnější klientelu a služby jsou nedostačující, obrací se hosté na ostatní ubytovací zařízení. V rozporu s Hotelem Bílá růže je i stravování, jelikož se klientela stravuje většinou v hotelové restauraci. Ta nabízí všechny formy stravování od poledního menu, tříchodového menu, po různé svatební hostiny, snídaně typu švédských stolů, firemní večírky spojené s rautem a řadu dalších forem. Nejčastěji si zákazníci vybírají v restauraci polední menu z hlediska cenové dostupnosti. Prostory pro kuřáky a nekuřáky toto zařízení neodděluje. Ceny za poskytované služby odpovídají jejich kvalitě a jsou příznivé pro širokou veřejnost. Rezervace pokojů zde funguje převážně přes internet, popřípadě přes e-mailovou adresu hotelu.

Další otázky se vztahovaly k personálu hotelu. Hotel zaměstnává 18 pracovníků na stálý pracovní úvazek. Většinou mají přehled o problematice cestovního ruchu, jejich vzdělání odpovídá funkci, kterou vykonávají. Nabízí i školení a různé jazykové kurzy, pouze z vlastních zdrojů. Jazyková vybavenost je relativně na dobré úrovni vzhledem k danému regionu – personál mluví anglickým a německým jazykem. Se ziskovostí hotelu je majitel nespokojen, přestože ho podle jeho názoru neohrožuje

konkurence. Pokud by měl ohodnotit celkovou úroveň služeb hotelu ve srovnání s konkurencí, tak odpovídá podle něj segmentu návštěvníků. Neshledal nic, co by hotel nemohl zrealizovat ve vztahu ke službám, jak ubytovacím, tak stravovacím.

Rozhovor s Městským informačním centrem Strakonice - Bc. Štěpánka Krízlová

1. Kteří turisté navštěvují tento region nejvíce?

Informační centrum si vede statistickou evidenci, jedná se o denní a měsíční formuláře. Zde si za každý den zaznamenají, kolik přijede českých a kolik zahraničních návštěvníků. (Viz Příloha č. 4,5)

2. Myslíte si, že dobrá dopravní dostupnost do tohoto regionu je dobrá?

ANO

3. Jaké ubytování je zde nejpreferovanější?

V letní sezóně jsou to zejména kempy, jelikož je region vyhledávaným místem pro vodáckou turistiku, dále je velká poptávka zejména po hotelech či penzionech. Ubytování v soukromí je také velmi preferované.

4. Doporučujete návštěvníkům ubytovací a stravovací zařízení?

Jedná se o nejčastější dotazy v Městském informačním centru. Klientela se nechá inspirovat v největší míře doporučeními informačního centra, většinou žádají o rady a další typy ohledně ubytovacích a stravovacích zařízení.

5. Vrací se turisté do oblastí Strakonicka?

Do této oblasti se vrací obzvláště zahraniční klientela, která bývá nadměru spokojena s poskytovanými službami.

6. Je znát rozdíl v návštěvnosti v sezóně a mimo sezónu?

ANO

7. Je zde dostatečná kapacita ubytovacích a stravovacích zařízení?

Podle informačního centra je kapacita dostatečná, ale v případě kulturních a společenských akcí, zejména v době konání Mezinárodního dudáckého festivalu, je kapacita nedostačující. V tomto případě hosté využívají po dobu pobytu i internátní zařízení.

8. Spolupracuje město Strakonice s informačním centrem?

Nedílnou součástí dobrého fungování informačního centra je spolupráce s městem.

9. V jakém denním časovém rozsahu jste k dispozici turistům?

Rozděluje provozní dobu na zimní a letní sezónu. V zimním období je provoz od 8:00 – 16:00 hodin a v letním období prodlužujeme naše služby až do 18:00 hodin, včetně soboty od 8:00 - 13:00 hodin.

10. Zajišťujete pro návštěvníky ubytování či stravování?

Služby jsou zajišťovány zejména pro zahraniční segment návštěvníků, kteří tuto možnost prostřednictvím našeho informačního centra nejvíce využívají.

11. Jaká restaurace je podle Vás nejpreferovanější/nejvíce navštěvovaná?

Podle názoru pracovnice informačního centra je preferován aktuálně Hotel Splávek, který je nově zrekonstruovaný.

12. Myslíte si, že je ve městě dostatek parkovacích míst?

Ano, ale v případě parkovacích míst u hotelů, je kapacita omezená.

13. Za jakým účelem podle Vás turisté přijíždějí do tohoto regionu?

Zejména jsou to památky a kultura, jednou za dva roky je region hojně navštěvován z důvodu konání Mezinárodního dudáckého festivalu.

14. Víte jak dlouhý je přibližně pobyt hostů v tomto regionu?

3-7 dní

15. Myslíte si, že jsou klienti spokojeni s ubytovacími a stravovacími službami?

ANO, pokud dají na doporučení informačního centra, jsou velice spokojeni s poskytovanými službami, nejsou žádné stížnosti.

16. Máte přehled o tom, jaká jídla jsou nejpreferovanější?

Česká kuchyně

17. Myslíte si, že ceny za poskytované služby v tomto regionu odpovídají jejich kvalitě?

Z velké části ANO

18. Jsou Vaši zaměstnanci vystudováni v oblasti cestovního ruchu nebo mají alespoň přehled o této problematice?

ANO, tato práce vyžaduje pouze středoškolské vzdělání, ale někteří ze zaměstnanců mají i vysokoškolské vzdělání. Informační centrum je velmi kvalitně jazykově vybaveno – klientela se zde dorozumí anglickým, německým a francouzským jazykem

19. Zajišťujete pro návštěvníky nějaký program?

Zejména doporučujeme turisticky oblíbené destinace cestovního ruchu a spolupracujeme s partnerskými městy.

20. Co si myslíte, že by se dalo zlepšit v oblasti ubytovacích a stravovacích služeb?

Určitě v oblasti stravování jde o zlepšení kvality pokrmů a v oblasti ubytovacích služeb poskytnutí nadstandardních služeb a vybudování čtyřhvězdičkových hotelů.

21. Myslíte si, že jsou zaměstnavatelé a zaměstnanci ubytovacích a stravovacích zařízení dostatečně jazykově vybaveni?

Personál recepce ve většině případů je dostatečně jazykově vybaven s ohledem na region.

22. Na základě čeho rozšiřujete služby (zpětná vazba od turistů)?

Zejména na základě podnětů od turistů, občanů i samotného města Strakonice.

4.2.3 Syntéza zjištěných údajů

Na základě zjištěných skutečností je region Strakonicko považován za turisticky velmi atraktivní oblast. Oproti jiným regionům jsou zde podmínky pro využití volného času na dobré úrovni. Region je známý především městem Strakonice, které nabízí přírodní a historické zajímavosti, lidovou a městskou architekturu a další turistické atraktivity, které lákají do této oblasti návštěvníky.

Kapacita ubytovacích a stravovacích zařízení je v této oblasti dostačující, což potvrzují i výsledky řízeného rozhovoru s Městským informačním centrem. V případě konání společenských a kulturních akcí, zejména se jedná o Mezinárodní dudácký festival, je kapacita nedostačující a bývají využívány hromadná ubytovací zařízení – internátní zařízení. Podle údajů www.hotelstars.cz není v tomto regionu oficiálně klasifikován žádný hotel ani penzion podle oficiální jednotné klasifikace. Chybí zde zejména čtyřhvězdičkové hotely. Názor majitelů na zvýšení počtu hvězdiček je negativní, zejména kvůli nedostatečnému zájmu o služby ve vyšších cenových hladinách. Luxusnější ubytování ze strany zákazníků není v této oblasti vyžadováno. Majitel Hotelu Bílá růže by uvažoval o zvýšení klasifikace svého hotelu, ale klientela mu to

neumožňuje. Po zdražení ubytování by to pro něj i většinu ostatních provozovatelů bylo nevýhodné.

Ve zkoumaném regionu převažuje nabídka poskytovatelů stravovacích služeb, jde zejména o restaurace a pohostinství. To potvrzují i výsledky dotazníkového šetření, kde návštěvníci pro stravování využívali zejména restaurace. Pokud se jedná o ubytování, nejpreferovanějším se stal hotel a penzion. V této oblasti převažuje počet penzionů. Údaje o počtu stravovacích a ubytovacích zařízení jsou ale velmi nepřesné, byly zjištěny ve spolupráci se živnostenským úřadem, Městským informačním centrem Strakonice a na základě vlastního šetření. Přes všechny tyto informace, nebylo možné zmapovat aktuální seznam poskytovatelů ubytovacích a stravovacích zařízení. Podle živnostenského úřadu je v oblasti Strakonicka 652 držitelů živnostenského oprávnění na předmět podnikání hostinská činnost. Všichni tito podnikatelé mohou provozovat v rámci této živnosti i ubytování.

Zákaznický segment

Nejvyšší návštěvnost byla zaznamenána z 90 % u turistů z České republiky, na základě zjištěných údajů zde nechybí ani zahraniční klientela. Podle majitele Amber Hotelu Bavor a Hotelu Bílá růže je zahraniční klientela častými zákazníky. Podmínky související s poskytováním ubytovacích a stravovacích služeb jsou tu na dobré úrovni. Pokud se jedná o cenové relace, ty jsou zvláště pro tento segment návštěvníků přijatelné. Na druhé straně stojí ale názory českých klientů – většina dotazovaných, kteří hodnotili jako zápornou, cenu za poskytované služby, jednalo se o 12 % respondentů. Tento procentuální podíl ovšem kontrastuje s 15 % respondentů, pro které byla cena za ubytovací a stravovací služby přijatelná. Ceny za poskytované služby z pohledu zákazníků ve většině případů odpovídaly jejich kvalitě.

Region je také velmi příznivě dostupný, zejména se jedná o vlakové spojení. Přesto nejvyužívanější dopravou se stal osobní automobil, ať již podle respondentů, tak podle řízených rozhovorů. Segmenty návštěvníků, jako jsou senioři či sportovci, preferovaly

především autobus. Ten, i podle primárních údajů, zaujal druhé místo ve využívaných dopravních prostředcích.

Charakteristika pobytu v regionu

Vyjdeme-li z dotazníkového šetření, délka pobytu se u respondentů pohybuje okolo 3-7 dní, dále jsou to pak kratší pobyty okolo 1-2 dnů. Podle majitelů hotelů je průměrná délka pobytu 3 dny. Samozřejmě se tato délka liší v souvislosti se segmentem návštěvníků nebo konáním různých společenských či jiných akcí v regionu. V tomto případě se pobyt může prodloužit až na 5 dní. Pobyt v tomto regionu je spojen převážně s rekreací. Jak vyplynulo z řízených rozhovorů, převažovala návštěva regionu za pracovním účelem. Statistiku kratšího pobytu turistů zkresluje právě business klientela. Opakovaně navštívili turisté tento region zhruba ve stejném početním zastoupení jako turisté, kteří tu byli poprvé. Zábava je pro návštěvníky nejlákavější aktivitou. O tom může svědčit také velký počet barů a zábavních podniků. Vyskytuje se zde nadprůměrný počet nočních podniků, které ale neposkytují kvalitní stravovací služby. Jejich vybavenost je mnohdy na špatné úrovni a čistota sociálního zařízení nedostačující. Stejně jako obecně známé teorie, tak i výsledky sekundárního šetření potvrzují, že ve zkoumaném regionu je široká škála možností přírodního vyžití, od cykloturistiky, vodácké turistiky až po pěší turistiku. Strakonicko dále láká turisty svou přírodou a kulturními památkami.

Charakteristika ubytovacích a stravovacích služeb

Řízené rozhovory byly provedeny ve dvou hotelech, a to z důvodu, že právě hotel byl nejžádanějším typem ubytování. Sekundární a primární údaje potvrzují, že se ve sledované oblasti vyskytuje právě nejvíce hotelů a penzionů. Informační centrum ale eviduje také využívání kempů a chatových osad, jelikož řeka Otava poskytuje výborné podmínky pro vodáckou turistiku. Hojně bylo preferováno i ubytování u přátel či rodiny. Z mého pohledu je to hlavně z důvodu společenských akcí, které se zde konají. V době Mezinárodního dudáckého festivalu sem přijíždějí turisté také na doporučení od přátel, kteří jim poskytnou ubytování. Pokud jde o spokojenost turistů s ubytovacími službami, v největší míře bylo využíváno hodnocení

výborné a chvalitebné. Turisté nejlépe hodnotili atmosféru prostředí daného ubytovacího zařízení. Naproti tomu, majitelé hotelů hodnotili atmosféru prostředí pouze jako dobrou. Jak vyplývá z dotazníkového šetření, z největší části byli hosté s ubytovacími službami spokojeni.

Jak již bylo uvedeno, restaurace se stala pro návštěvníky nejoblíbenějším stravovacím zařízením. Zákazníci byli spíše spokojeni se stravovacími službami a jejich úroveň tedy hodnotili převážně chvalitebně. Menší část hostů byla nespokojena zejména s obsluhou, personálem a čistotou. V souvislosti s ubytovacími službami se objevilo i negativní hodnocení v přístupu k hostům a personálu. Česká kuchyně stále převažuje u všech typů stravovacích zařízení, přestože hosté vyžadují i jiné kuchyně. Zařízení převážně poskytují českou kuchyni, a to neuspokojí požadavky ostatních klientů.

Charakteristika zaměstnanců

Rostoucími nároky na kvalitu služeb v cestovním ruchu se zvyšují i nároky na kvalitu personálu. V mnoha případech je tento činitel často podceňován. Proto je třeba aktivně podporovat rozvoj personálu pracujícího ve službách cestovního ruchu. Je nutné zvyšovat kvalifikaci pracovníků a zejména je orientovat na zákazníka. Především pracovníci jsou důležitou součástí příjemného prostředí, které se následně stává atraktivní pro návštěvníky.

Názory na personál v ubytovacích a stravovacích službách se na základě zjištěných údajů poměrně liší. Pokud se jedná o vzdělávání zaměstnanců v oblasti cestovního ruchu, jsou zde patrné rozdíly. Požadavky na vzdělanost v tomto oboru závisí na provozovatelích jednotlivých zařízení. Podle pana Ing. Svobody vzdělání zaměstnanců odpovídá jejich vykonávané funkci. V mnoha případech personál má přehled o problematice cestovního ruchu, zejména o ubytovacích a stravovacích službách. Naopak, jak vyplynulo z rozhovoru s majitelem Hotelu Bílá růže, problematika cestovního ruchu není tématem, o kterou by se personál v tomto hotelu zajímal. Pokud se ovšem nejedná o zaměstnance vzdělané přímo v oblasti cestovního ruchu.

Srovnáme-li výsledky z dotazníkového šetření, v mnoha případech respondenti byli nespokojeni s přístupem personálu a obsluhy. Nedostatky, které se vyskytují ze strany zaměstnanců, jsou tedy patrné. Pokud jde o jazykovou vybavenost, ta by měla být v souvislosti s poskytováním těchto služeb prioritní. Zásadním problémem v těchto službách je právě jazyková bariéra, kterou se snaží majitelé hotelů odstraňovat jazykovými kurzy. Základní by měly být znalosti německého a anglického jazyka. Personál, pracující v ubytovacích a stravovacích službách, by se v souvislosti s přilákáním většího počtu turistů do této oblasti měl orientovat i na jiné cizí jazyky.

Sezónnost

Na základě zjištěných údajů od Městského informačního centra Strakonice, je sledovaný region velmi ovlivňován sezónností. Sezónní vlivy jsou zde zřetelné. Počet návštěvníků v letní sezóně výrazně stoupá. Od června do srpna je zde vysoká návštěvnost zejména oproti ostatním zimním měsícům. Opačný názor na sezónnost má ale majitel Hotelu Bílá růže, kterého nijak výrazně neovlivňuje. V době hlavní turistické sezóny jsou zde také evidováni v hojné míře i zahraniční návštěvníci, především Němci a Angličané, Francouzi již v menším početním zastoupení (viz příloha č. 4,5). Zahraniční klientela bývá také velmi spokojena s poskytovanými službami na Strakonicku a tento zahraniční segment se sem vrací opakovaně. Většině majitelů ubytovacích zařízení se nevyplatí investovat do inovace kvalitnějších ubytovacích kapacit a do stravovacích zařízení právě díky sezónnosti.

6. NÁVRHY A OPATŘENÍ

Jak již bylo uvedeno, tento region je zajímavý nejen kulturními a přírodními památkami, ale také společenskými událostmi. Rozvoj tohoto regionu je ale zpomalen vlivem mnoha faktorů. Z pohledu ubytovacích a stravovacích služeb se zde vyskytuje desítky činitelů a okolností, které brzdí rozvoj hotelů a restaurací.

Na základě dotazníkové šetření a řízených rozhovorů jsem získala některé poznatky, které by mohly přispět k vylepšení ubytovacích a stravovacích služeb na Strakonicku. Přestože se v mnoha bodech názory respondentů a majitelů hotelů neshodovali, přednější jsou vždy požadavky zákazníků. Znamé rčení „náš zákazník, náš pán“, by mělo být pro majitele hotelů a restaurací prioritní. Návrhy a opatření, které doporučuji, jsou zaměřeny zejména na spokojenost klientely. Ziskovost majitelů těchto zařízení, by měla být podle mého názoru až na druhém místě. Je zřejmé, že s větším přílivem klientů se zvýší i ziskovost.

Zavedení recenzí na internetových stránkách hotelů

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že hosté shledali jako záporné nedostatečné informace. Jednou z možností, která by zákazníkům usnadnila výběr ubytovacího zařízení a poskytla jim alespoň částečné informace o ubytovacích a stravovacích zařízeních, je zavedení recenzí na webových stránkách hotelů. Tento návrh jsem konzultovala s Městským informačním centrem Strakonice. Informačním centrem by bylo schopné návrh zrealizovat, ale většina provozovatelů hotelů by s tím spíše nesouhlasila. Je to zejména z důvodu, že by samozřejmě všechna vyjádření hostů nebyla pozitivní. To by mohlo popřípadě hotel poškodit. Přesto si myslím, že i samotné ubytovací zařízení by se na základě těchto recenzí mohlo inovovat. Pro zájemce o ubytování by se toto stalo významným zjednodušením při výběru ubytovacího zařízení. Hosté by již nemuseli konzultovat svůj výběr s informačními centry nebo dát pouze na doporučení přátel. Další možnost je umístění recenzí na webové stránky městského informačního střediska, popřípadě jako samostatný internetový portál,

který by souvisel s ubytovacími a stravovacími službami na Strakonicku. Zde by se mohli i majitelé zařízení nezávazně inspirovat stížnostmi hostů a popřípadě je odstranit. Mají možnost se dozvědět, co hosté požadují, co je podle nich nedostatečné a jak by se jejich služby daly zlepšit. Zavedení tohoto internetového portálu by informačního centrum bylo schopné zrealizovat po dohodě s majiteli hotelů.

Návrh nekuřácké místnosti jako součást stravovacího zařízení

Na základě nespokojenosti respondentů s malým množstvím nekuřáckých místností v restauracích, by bylo vhodné jejich zavedení.



V horším případě alespoň oddělení těchto nekuřáckých místností od kuřáckých. Většina stravovacích zařízení již zavedla zákaz kouření v době od 11:00 - 14:00 hodin. V případě oddělení nekuřácké místnosti, by to pro provozovatele restaurací nebylo vůbec nákladné. Jednalo by se o oddělení místnosti pro cca 24 osob. Tento návrh je realizovatelný na základě poptávky od hostů. Řízené rozhovory ale odporují dotazníkovému šetření. Majitelé při rozhovoru tvrdili, že o nekuřácké prostory, kavárny či bary není ze strany klientely zájem. Přesto by i pro ně samotné tento návrh mohl být po zrealizování prosperující. Jejich zařízení by uspokojovali jak kuřáckou tak nekuřáckou klientelu. Tím pádem by se počet hostů poměrně zvýšil.

Kalkulace

Podle zjištěných údajů, od nejmenované stavební firmy, byly na místnost o níže uvedených rozměrech zkalkulovány tyto položky:

rozměry místnosti: 7,28 m x 5,9 m = 42,9 m²

cena materiálu za m²: 375,- Kč

cena práce: 305,- Kč

náklady na 1 m sádrokartonu včetně materiálu a práce: 680,- Kč bez DPH – náklady se mohou navýšit maximálně o 20%

cena celkem bez DPH za m²: 680,- Kč

cena celkem s DPH za m²: 816,- Kč

DPH 20 %: 136,- Kč

šířka příčky: 14 cm; protihluková stěna vyplněná izolační vatou – 10 cm

úprava plochy stěn dle požadavků majitele (štuková omítka, malba)

výška stropu: 2,63 m; minimální povolená norma 2,58 m

1. stěna 7,29 m x 2,63 m = 19, 1727 m²

2. stěna 7,29 m x 2,63 m = 19, 1727 m²

3. stěna 5,9 m x 2,63 m = 15, 517 m²

4. stěna 5,9 m x 2,63 m = 15, 517 m²

průchozí vchod součástí 4. stěny: 1,8 m x 2 m = 3,6 m²

4. stěna: 15, 517 – 3,6 = 11, 917m²

m² celkem = 65, 7794 m²

cena celkem bez DPH: 65, 7794 m² x 680,- Kč = **44 730,- Kč**

cena celkem s DPH = 65, 7794 m² x 816,- Kč = 53 676,- Kč

Celková cena nekuřácké místnosti o výše uvedených rozměrech pro cca 24 osob byla z kalkulována na 53 676,- Kč. Pokud by majitelé hotelů nemohli vynaložit takto vysoké náklady, bylo by možné pouze oddělení místnosti jednou příčkou o rozměrech 7,29 m x 2,6 m. Tato příčka byla z kalkulována v ceně 15 645,- Kč. Záleží již na majitelích, zda si výše uvedené náklady srovnají s konkurencí a rozhodnou se podle nejvýhodnější nabídky.

Strakonice „ město piva“ – pobytový balíček, perličkové koupele s pivními extrakty

Z důvodu velké popularity piva v tomto regionu, by bylo vhodné využít

jeho účinky i k jiným účelům. Strakonice vlastní městský pivovar,

jehož součástí je výroba piva Strakonický dudák. Pro zatraktivnění

ubytovacích služeb v regionu jsem zvažila možnost poskytování koupelí s pivními

extrakty, v případě možnosti vynaložení nižšího kapitálu, pouze poskytování pivních

masáží – dle údajů zjištěných od ostatních poskytovatelů těchto služeb by se jednalo o



„masáž živými pivními kvasinkami s vysokým obsahem vitamínu B“. Masáže by kromě jiného měly i relaxační účinky. Nejednalo by o tak propracované vybudování pivních lázní, jde pouze o zpestření ubytovacích zařízení a rozšíření služeb, které poskytují. Doba pobytu v lázni by se pohybovala okolo 40 minut.

Tyto služby by přilákali klientelu i mimo hlavní turistickou sezónu, ubytovací zařízení by se tak stalo atraktivnější například i v době zimních měsíců. Sezónnost by již nemusela být faktorem, který by ovlivňoval ubytovací zařízení. Služby spojené s poskytováním pivní koupelí by bylo možné provozovat celoročně.

Cíl procedury

Poznatky, o které se opírám, již byly ověřeny a jsou využívány v ostatních wellnes centrech či jiných pivních lázních. Na základě těchto údajů jsem zjistila, že koupelové pivo má nejen relaxační, ale i omlazující účinky pivních kvasnic.

Cílem procedury je tedy rekonvalescence, relaxace a duševní odpočinek celého těla. Jedná se především o uvolnění svalů a prohřátí kloubů. Tato lázeň je příznivá pro pleť i vlasy. Jak již bylo zjištěno a ověřeno, jedná se o procedury, které prokazatelně zlepšují obranyschopnost celého těla.

Procedury by bylo možné realizovat například ve sklepních částech hotelových prostor. V případě masáží by s tímto většina ubytovacích zařízení nemusela mít problém. Na vybavení místnosti, kde by byly poskytovány masáže živými pivními kvasinkami je potřeba vynaložit náklady v ceně necelých 4 000,- Kč za masérské lehátko a náklady za maséra.

Tyto procedury by byly součástí souboru služeb, které by obsahovaly:

- ♦ Prohlídku pivovaru včetně degustace piva v ubytovacím zařízení
- součástí prohlídky bude stručná historie pivovarnictví, informace i aktuálním stavu českého pivovarnictví, fotografie místního pivovaru založeného v roce
- ♦ Degustace řízená odborníkem různých druhů piv - 6 druhů piv
- ♦ Ochutnávky jídla připravené speciálně na pivě
- tyto ochutnávky by proběhly přímo ve sklepních prostorech

- ♦ Pivní masáž
- ♦ Perličková lázeň s přidavkem koupelové soli s chmelovým extraktem

Nejnákladnější částí toho produktového balíčku by bylo vybudování relaxačního centra:

Kalkulace

Podle zjištěných údajů od nejmenované stavební firmy, byly na místnost o níže uvedených rozměrech nacházející se ve sklepních prostorech nejmenovaného hotelu, zjištěny následující položky.

Podkladem pro zjištění základních údajů byl projekt (viz Příloha č. 6), který vypracoval Ing. Josef Řáha. Tento projekt poskytuje celkový pohled na realizaci rekonstrukce sklepních prostor. Na jeho základě se mohou poskytovatelé ubytovacích služeb inspirovat.

Rozměry sklepních prostor:

Šířka: 8 m

Délka: 6,6 m

Celkem: 52, 8 m²

➤ **zhotovení podlahy – odkopání původní podlahy**

1. násyp štěrku pod podkladním betonem, 1 t štěrku – 460,- Kč
2. zhotovení podkladního betonu – cena za 1m² – 180,- Kč
3. na podkladní beton uložení vodotěsné izolace – cena za 1 m² – 190,- Kč
4. položení izolačního polystyrenu – 10 cm, cena za 1 m² – 160,- Kč
5. zhotovení konečné podlahy (beton) – cena za 1 m² – 370,- Kč
6. hydroizolační nátěr pod konečnou fází položení podlahové dlažby – cena za 1 m² – 90,- Kč
7. položení dlažby – cena za 1 m² – 1050,- Kč

rozměry podlahy: 3,5m x 5,5m = 19,25 m²

1. 19,25 m² x 460,- = **8 855,- Kč**
2. 19,25 m² x 180,- = **3 465,- Kč**
3. 19,25 m² x 190,- = **3 657, 5,- Kč**
4. 19,25 m² x 160,- = **3 080,- Kč**
5. 19,25 m² x 370,- = **7 122,7,- Kč**
6. 19,25 m² x 90,- = **1 732,5,- Kč**
7. 19,25 m² x 1050 = **20 212, 5,- Kč**

➤ **rekonstrukce stěn**

1. odbourání staré omítky – cena za 1 m² – 100,- Kč
2. nachezení nové omítky – cena za 1 m² – 320,- Kč
3. hydroizolační nátěr - cena za 1 m² – 140,- Kč
4. zhotovení obkladů – keramických dlaždic do výše 2,2 m – cena za 1 m² – 850,-Kč

celkem m² za všechny 4 stěny:

1., 2. stěna 6,6 m x 2,2 m = 14,52 m²

3., 4. stěna 8 m x 2,2 m = 17,6 m

vchod: 2 m²

64,24 m² - 2 m² = 62,24 m²

1. cena 62,24 m² x 100 = **6 244,- Kč**
2. cena 62,24 m² x 320,- = **19 916,8,- Kč**
3. cena 62,24 m² x 140,- = **8 713,6,- Kč**
4. cena 62,24 m² x 850,- = **52 904,- Kč**

➤ **strop**

- původní stropová klenba, pouze menší úpravy v ceně cca **5 000,- Kč**

➤ **lázeň**

- hydromasážní perličková lázeň pro 2 osoby včetně filtrace za cenu cca – **186 000,- Kč**

- usazení perličkové lázně provede odborná firma s instalací vody a elektřiny dle normy v ceně cca - **56 000,- Kč**
- **vzduchotechnika**
- přívod a odvod vzduchu provede odborná firma dle norem v ceně cca **38 000,- Kč**
- **koupelová sůl s chmelových extraktem:** 265ml/115,- Kč (na jednu proceduru bude použita polovina koupelové soli – 132,5 ml) :
57,5,-Kč x 12 = 1495,-x 365 = **272 837,5 Kč**
- **náklady na vodu do perličkové lázně:** 1,356 m³;
cena za m³: 70,- Kč x 1,356 m³ = 94,92,- Kč / den, **34 645,8 Kč/ rok**
- **cena celkem za rekonstrukci sklepních prostor včetně perličkové lázně bez DPH:**
8 855,- + 3 465,- + 3657, 5 + 3080 + 7 122,7 + 1732,5 + 20 212, 5 + 52 904,- + 8 713,6 + 19 916,8 + 6 244,- + 5000,- + 186 000,- + 38 000+ 56 000,- + 272 837,5+34 645,8 = **725 306, 9 Kč**
- **cena celkem za rekonstrukci sklepních prostor včetně perličkové lázně s DPH:**
945 591,1 Kč x 20 % = **870 368,28 Kč**

Předpokládaná doba návratu investice:

poukaz: 400,-Kč pro 2 osoby/ 40 min

provozní doba perličkové lázně: 10:00 hod – 22:00 hod/ 365 dní

přibližně 10krát za den prodej poukazu pro 2 osoby

tržby za den: 4 000,- Kč

náklady na provoz: 1800,- Kč/den

mzdové náklady na 1 pracovníka na 12hod: 1400,- Kč

náklady celkem: 3 200,- Kč/ den

tržby – náklady: 800,- Kč

předpokládaný výnos: 800,- Kč

roční výnos: 800,- x 365dní = **292 000,- Kč / rok**

Při průměrném využití kapacity perličkové lázně se investice se vrátí přibližně do 3 let.

Zavedení služby Babysitting

V souvislosti s rozšířením ubytovacím služeb bych doporučila hotelům poskytování služby hlídání dětí. Jednalo by se o uspokojení náročnějších požadavků ze strany zákazníků, zejména rodin s dětmi.



Tento návrh je zmiňován také z důvodu, že region je hojně navštěvován segmentem rodin s dětmi a forma babysittingu zde není zatím využívána. Možnost uzavření smlouvy s agenturou na hlídání dětí by byla spíše nákladná a nevyužitá. Proto bych navrhovala takovou pracovníci, která by mohla být k dispozici v jakoukoliv denní i noční dobu. O takových nabídkách informují internetové stránky, jedná se o nepřehledné množství inzerátů s nabídkami hlídání dětí, jak pravidelné či dlouhodobé. Tato možnost by byla pro majitele hotelů velmi přijatelnou, v případě sjednání dohody o pracovní činnosti. Pracovnice, se kterou by byla sepsána dohoda, by byla hotelu k dispozici kdykoliv. Záleželo by samozřejmě na požadavcích zákazníků. Byla by ohodnocena hodinovou mzdovou sazbou v průměru okolo 130,-Kč/hod. Další úsilí a náklady, které by museli majitelé vynaložit, by byly nepodstatné. Pro realizaci a zavedení této služby je nutný pouze správný výběr pracovníka z mnoha lákavých nabídek.

Poskytování taxislužby

Dalším rozšíření služeb hotelu by mohla být spolupráce s taxislužbou. Na základě řízených rozhovorů bych poskytování této služby zavedla zejména z důvodu business klientely. Jelikož zákazníci, kteří přijedou do tohoto regionu za pracovním účelem, se potřebují pohybovat v rámci regionu či mimo něj. Tato služba by byla také výhodná pro zahraniční klientelu, která se těžko spojí s místní taxislužbou a sama si ji objedná. Zejména proto bych navrhovala spolupráci s taxislužbou, samozřejmě po vzájemné dohodě. Majitelé ubytovacích zařízení by v tomto případě mohli být ve výhodě. Na základě rozhovoru se dvěma řidiči taxislužby, jsem byla informována, že by v případě spolupráce s majiteli hotelů, byli ochotni poskytnout výhodnější ceny. Především z důvodu, že majitelé hotelů by jim sjednávali jejich zákazníky. Tím by se zvyšovaly i tržby taxikářů, kteří by si rozšířili oblast poskytovaných služeb.

7. ZÁVĚR

Tato bakalářská práce podrobně popisuje ubytovací a stravovací služby v oblasti Strakonicka. Hlavním cílem práce bylo zanalyzovat nabídku ubytovacích a stravovacích zařízení ve vymezené oblasti a následně zformulovat návrhy a doporučení pro inovaci a zkvalitnění služeb, které ubytovací a stravovací zařízení poskytují. Vedlejším cílem bylo zjištění nedostatků v ubytovacích a stravovacích zařízení. Posledním cílem bylo získat celkový přehled o těchto službách a zjištěné nedostatky aplikovat na rozvoj a zlepšení těchto služeb.

Pro sepsání práce bylo nutné zpracování literární rešerše, k pochopení jevů souvisejících s výše uvedenými službami, dále následovalo vlastní zkoumání a pozorování, provedení dotazníkového šetření a řízených rozhovorů.

V řešené oblasti se nachází celkem 652 držitelů živnostenského oprávnění na předmět podnikání hostinská činnost. Jak již jsem se zmínila, v rámci této živnosti mohou podnikatelé provozovat i ubytování. Podle těchto údajů je kapacita ubytovacích a stravovacích zařízení dostačující. Hypotézu, která vypovídá o tom, zda se zde nachází dostatečné množství ubytovacích a stravovacích zařízení v různých kategoriích, lze tedy potvrdit. Nalezneme zde velké množství hotelů, penzionů a ubytování v soukromí. V mnoha případech ale nabídka služeb neodpovídá poptávce návštěvníků. Je to především z důvodu nedostačující nabídky čtyřhvězdičkových hotelů a kvalitnějších ubytovacích zařízení, které poskytují nadstandardní služby.

Sezónní vlivy na poptávku jsou v tomto regionu velmi zřetelné. Výsledky, které byly zjištěny na základě samotného pozorování i řízených rozhovorů potvrzují hypotézu, která vypovídá o tom, že region i poskytování služeb jsou velmi ovlivněny sezónností.

Hypotézu, která se týkala dopravní dostupnosti, lze také potvrdit. Z hlediska dopravy do regionu nebyly vyzorovány téměř žádné nedostatky, zejména na základě řízených rozhovorů. V oblasti je dobré především železniční spojení, ale přesto návštěvníci

využívají při cestě osobní automobil. Tato oblast vyniká svým přírodním a kulturním bohatstvím. Jsou to především přírodní předpoklady, které potvrzují hypotézu a podmiňují účastníky cestovního ruchu k návštěvě zkoumaného regionu. Úroveň služeb z hlediska cestovního ruchu je zde poměrně dobrá, ale přesto zaměstnanci v tomto oboru nejsou dostatečně vzdělaní a patrná je i jazyková bariéra.

Všechny nabízené návrhy a opatření mohou přispět k celkovému zlepšení a rozvoji služeb nebo alespoň mohou být pro majitele inspirací a zároveň motivací, jak co nejlépe uspokojit potřeby svých zákazníků.

8. SUMMARY

The main objective of this Bachelor work was to analyze the accommodation and catering services in the area of Strakonicko, then formulate recommendations and proposals for the improvement of these services in the region.

This thesis describes in detail the area Strakonicko, located in the North-West of South Bohemia region. This area offers many natural, cultural and historical attractions. The capacity of accommodation and catering equipment is sufficient according to the established facts.

There are 652 holders of business license for different categories of catering in this area. There is high number of hotels, pensions and private accommodation here. In many cases the demand for services does not correspond to visitors. This is mainly due to insufficient offers 4-star hotels and improved accommodation establishments that provide superior services.

Seasonal influence of demand in this region is very clear. The results, which were identified on the basis of observations of the discussions, confirmed the hypothesis which reflects that the region and the provision of services are highly influenced by seasonal character.

They are mainly natural conditions which make the tourists visit the region. The level of services for tourism is quite good, but employees in this sector are not sufficiently educated and evident is the language barrier.

All proposals and measures can contribute to the overall improvement and development of services or at least may be used for the inspiration and motivation, how to meet best the needs of its customers.

9. POUŽITÁ LITERATURA A ZDROJE

8.1 Odborná literatura

- [1] BERÁNEK, J, KOTEK, P.; *Řízení hotelového provozu, 4. vyd.* Praha: Grada, 2004, ISBN 80-86724-00-X
- [2] BERÁNEK, J.; *Provozujeme pohostinství a ubytování.* Praha: MAG Consulting, 2004, ISBN 80-86724-02-6
- [3] ORIEŠKA, Ján.; *Technika služeb cestovního ruchu.* Praha: IDEA SERVIS, konsorcium, 1999, ISBN 80-85970-27-9
- [4] FIALOVÁ, H.; *Malý ekonomický výkladový slovník, 7. vydání.* Praha: A plus, 2004, ISBN 80-902514-7-1
- [5] PRAŽSKÁ, L., JINDRA, J. A KOL.; *Obchodní podnikání – Retail management.* Praha: Management Press, 1997, ISBN 80-85943-48-4
- [6] ING. MLČOCH, J., CSc.; *Malá ekonomická encyklopedie.* Praha: Linde Praha, a.s., 1993, ISBN 80-85647-24-9
- [7] PETRŽELOVÁ, Jana.; *Encyklopedie ekonomických a právních pojmů pro školy a veřejnost.* Praha: Linde Praha, a. s., 2007, ISBN 978-80-7201-643-3
- [8] STÁREK, V., VACULKA, J.: *Ubytovací úsek v oblasti cestovního ruchu.* Praha: MMR 2008
- [9] ČERNÝ, J., KRUPIČKA, J.: *Moderní hotel.* Úvaly: Ratio, 2007. 224s. ISBN 80-86351-07-6
- [10] HORNER, S., SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování, stravování, využití volného času.* Praha: Grada Publishing, 2003, 486s. ISBN 80-247-0202-9
- [11] INDROVÁ, Jarmila a kol., *Cestovní ruch I.* 1. vyd. Praha: VŠE., 2004. ISBN 80-245-0799-4
- [12] HESKOVÁ, Marie a kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy.* 1. vyd. Praha: Fortuna, 2006. 223s. ISBN 80-7168-948-3
- [13] KOTLER, P. a kol. *Marketing management.* 12. vyd. Praha: Grada Publishing, 2004. 788s. ISBN 978-80-247-1359-5
- [14] KIRÁLOVÁ, A. *Marketing hotelových služeb.* Praha: Ekopres, 2006. 148s. ISBN80-86929-05-1

8.2 Internetové zdroje

Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky 2010-2012,
dostupné na : <http://www.ahrcr.cz/oficialni-jednotna-klasifikace-ubytovacich-zarizeni-2010-12/>

- ♦ <http://www.ahrcr.cz/>
- ♦ <http://www.ubytovani.net/>
- ♦ <http://www.vzdelavaniucr.cz/>
- ♦ <http://www.amberhotels.cz/>
- ♦ <http://www.hotelruzest.cz/>
- ♦ <http://axis4.info/>
- ♦ <http://www.trasovnik.cz/>
- ♦ <http://www.kraj-jihocesky.cz/>
- ♦ <http://www.strakonice.net/>
- ♦ <http://www.hotely.cz/>
- ♦ <http://www.mu-st.cz/investor/>
- ♦ <http://www.katovice.cz/>
- ♦ <http://www.folklornisdruzeni.cz/>
- ♦ <http://www.penzion-na-zborove-strakonice.az-ubytovani.info/>
- ♦ <http://www.penzion-kubesuv-mlyn-strakonice.az-ubytovani.com/>
- ♦ <http://www.podskali.net/>
- ♦ <http://www.sluncesenojzd.eu/>
- ♦ <http://www.hotel-ubytovani.com/>
- ♦ <http://www.pullitr.cz/pivovar/>
- ♦ <http://www.megaobchod.cz/>
- ♦ <http://www.czechpubs.cz/>
- ♦ <http://www.hradnisklipek.cz/>
- ♦ <http://www.restauracehangar.cz/>
- ♦ <http://www.pivnilazne.info/>
- ♦ <http://www.masea.cz/>

10. SEZNAM TABULEK A GRAFŮ

9.1 Seznam tabulek

Tabulka č. 1: Příjmy z ubytovacího zařízení (Stárek, Vaculka 2008)

9.2 Seznam grafů

Graf č. 1: Jaká je Vaše národnost?

Graf č. 2: Jakým dopravním prostředkem jste se dopravil/la do regionu?

Graf č. 3 : S kým jste navštívil/a daný region?

Graf č. 4: Jaký je účel Vaší cesty?

Graf č. 5: Jak dlouhý je (bude) Váš pobyt?

Graf č. 6: Po kolikáté jste navštívil/a tento region?

Graf č. 7: Které aktivity jsou pro Vás nejlákavější?

Graf č. 8: Kde jste ubytováni po dobu pobytu?

Graf č. 9: Ohodnoťte spokojenost s jednotlivými službami ubytovacího zařízení.

Graf č. 10: Označte prosím celkovou spokojenost s ubytovacími službami.

Graf č. 11: Kde se stravujete?

Graf č. 12: Jakou stravu preferujete?

Graf č. 13: Jak jste spokojen s úrovní stravovacího zařízení? Označte číslicemi 1-5 (jako ve škole, 1 - výborně, 5 - nedostatečně)

Graf č. 14: Označte prosím celkovou spokojenost se stravovacími službami.

Graf č. 15: Myslíte si, že ceny za poskytované služby odpovídají jejich kvalitě?

Graf č. 16: Co hodnotíte v ubytovacích a stravovacích službách v tomto regionu kladně?

Graf č. 17: Co hodnotíte v ubytovacích a stravovacích službách v tomto regionu záporně?

Graf č. 18: Jak jste se dozvěděla o této destinaci?

Graf č. 19: Osobní údaje – věk

Graf č. 20: Osobní údaje – pohlaví

Graf č. 21: Osobní údaje – nejvyšší dosažené vzdělání

10. SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: Dotazníkové šetření

Příloha č. 2: Mapa Strakonice a okolí

Příloha č. 3: Ubytovací a stravovací zařízení ve Strakonicích a okolí

Příloha č. 4: Srovnání návštěvnost ve Strakonicích a okolí v letech 2003-2006

Příloha č. 5: Statistika návštěvnosti ve Strakonicích a okolí za rok 2009

Příloha č. 6: Projekt

Příloha č. 7: Přírodní, kulturní a historické hodnoty oblasti Strakonicka

11. PŘÍLOHY

Příloha č. 1 – Dotazníkové šetření

Dobrý den, jmenuji se Monika Linhartová a jsem studentkou Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Nyní pracuji na bakalářské práci, na téma **Analýza ubytovacích a stravovacích služeb v oblasti Strakonicka**. Tímto bych Vás chtěla požádat o zodpovězení následujícího dotazníku, který je zcela anonymní, a získané údaje budou použity výhradně do bakalářské práce. Zakroužkujte prosím odpovědi, které nejlépe vystihují Váš názor. Předem děkuji za čas, který věnujete tomuto dotazníku!

1. Jaká je Vaše národnost?

2. Jakým dopravním prostředkem jste se dopravil/a do regionu?

- a) osobní automobil
- b) autobus
- c) vlak
- d) kolo
- e) jiná doprava
(napište jaká)

3. S kým jste navštívil/a daný region?

- a) rodina
- b) přítel/přítelkyně
- c) sám
- d) skupina
- e) obchodní partner

4. Jaký je účel Vaší cesty?

- a) rekreace
- b) poznání
- c) zábava

- d) zdravotní účel, lázeňství
- e) práce, kongres, obchod
- f) nakupování
- g) návštěva přátel
- h) jiný účel
(napište jaký)

5. Jak dlouhý je (bude) Váš pobyt?

- a) bez přenocování
- b) 1 až 2 noci
- c) 3 až 7 nocí
- d) déle než 7 nocí
- e) déle než 14 nocí

pokud označili a) otázky č. 8,9,10
nevyplňujte

6. Po kolikáté jste navštívil/a tento region?

- a) jsem tu poprvé
- b) už jsem zde byl/a 1 až 3 krát
- c) byl/a jsem zde více než 3 krát

7. Které aktivity jsou pro Vás nejlákavější?

- a) cykloturistika
- b) pěší turistika
- c) poznání (památky, příroda)

- d) zábava
- e) jiné
(napište které)

8. Kde jste ubytováni po dobu pobytu?

- a) hotel/hotel garni
- b) pension
- c) apartmán
- d) kemp
- e) chatová osada
- f) u přátel či rodiny
- g) jinde
(napište kde)

9. Ohodnoťte spokojenost s jednotlivými službami ubytovacího zařízení.

(označte křížkem u každé položky příslušnou známku – jako ve škole)

	1	2	3	4	5
atmosféra/ prostředí					
vybavenost zařízení					
úroveň personálu					
čistota					
stravování					
recepce					
pokoje					
sociální zařízení					

10. Označte prosím celkovou spokojenost s ubytovacími službami.

- a) spokojený/á
- b) spíše spokojený/á
- c) spíše nespokojený/á

- d) nespokojený/á

11. Kde se stravujete?

- a) restaurace
- b) rychlé občerstvení
- c) vlastní strava
- d) v budově ubytovacího zařízení
(hotel, pension)
- e) jinde
(napište kde)

12. Jakou stravu preferujete?

- a) vegetariánskou
- b) biopotraviny
- c) českou kuchyni
- d) italskou kuchyni
- e) jinou kuchyni
(napište jakou)

- f) je Vám to jedno, jíte všechno

13. Jak jste spokojen/a s úrovní stravovacího zařízení?

(označte křížkem u každé položky příslušnou známku – jako ve škole)

	1	2	3	4	5
kvalita jídla					
pestrost nabídky					
obsluha					
prostředí					
čistota					

14. Označte prosím celkovou spokojenost se stravovacími službami.

- a) spokojený/á
- b) spíše spokojený/á
- c) spíše nespokojený/á
- d) nespokojený/á

15. Myslíte si, že ceny za poskytované služby odpovídají jejich kvalitě?

- a) ano
- b) ne

- b) vyučen/a v oboru
- c) střední odborné s maturitou
- d) gymnázium
- e) vyšší odborné
- f) f) vysokoškolské

16. Co hodnotíte v ubytovacích a stravovacích službách v tomto regionu kladně?

17. Co hodnotíte v ubytovacích a stravovacích službách v tomto regionu záporně?

18. Jak jste se dozvěděl/a o této destinaci?

- a) turistické informační centrum
 - b) propagační materiály
 - c) internet
 - d) cestovní kancelář
 - e) doporučení od přátel
 - f) odjinud
- (napište odkud)*

19. Osobní údaje

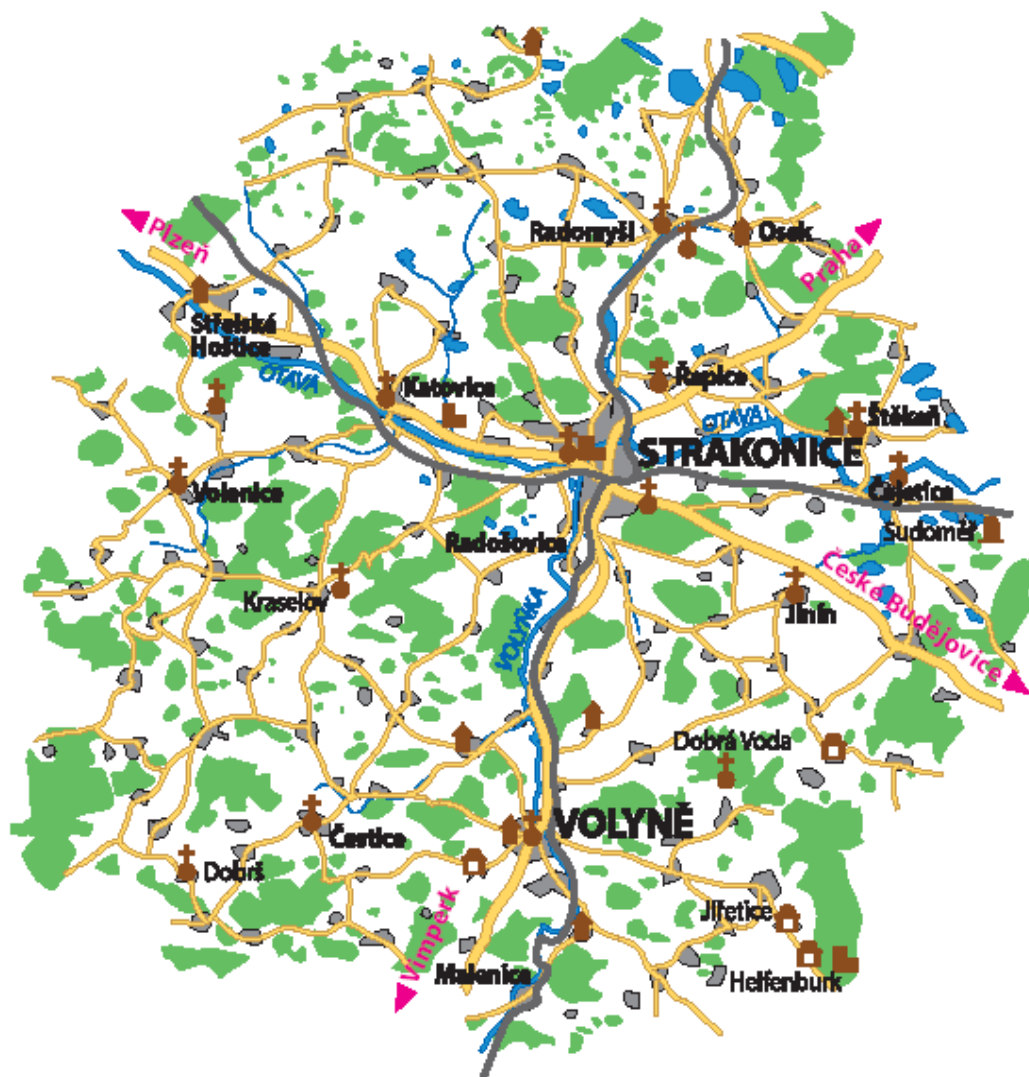
Pohlaví: a) muž
b) žena

Věk: a) do 25
b) 26 - 34
c) 35 - 49
d) 50 - 59
e) 60 a více

Nejvyšší dosažené vzdělání:

- a) základní

Příloha č. 2 : Mapa Strakonice a okolí



Oficiální informační systém Strakonice [online]. 2004 [cit. 2010-04-05].
Www.strakonice.net. Dostupné z WWW: <strakonice.net>.

Příloha č. 3: Ubytovací a stravovací
zařízení ve Strakonících a okolí

Ubytovací zařízení ve Strakonících a
okolí

Hotely

Amber Hotel Bavor ***, Strakonice
Restaurace *Hotel* Splávek,
Strakonice
Hotel Fontána, Strakonice
Hotel Švanda Dudák ***, Strakonice
Hotel Ostrovec, Volyně
Hotel Na Nové, Volyně
Hotel PILA, Sedlice
Hotel ŠUMAVA, Bavorov
Hotel VOLYŇKA, Malenice

Penziony

Penzion Na Zborově, Strakonice
Penzion Palermo, Strakonice
Penzion U Vachtů, Strakonice
Penzion Lovecká bašta, Strakonice
Penzion U Starýho kance, Hoslovice
Penzion Kubešův mlýn, Horní Poříčí
Penzion Valmont, Petrovice u Oseka
Slunce, seno, penzion, Hoštice u
Volyně
Penzion Podskalí, Štěkeň
Penzion Galerie, Volyně
Penzion u rybníka Pustý, Blatná

Penzion Čejetice
Lidový dům, Čejetice
Pavla Řežábková - apartmány - mlýn,
Katovice
Restaurace a penzion U Vondrášků,
Katovice
Na Zámostí, Malenice
Rodinná farma Malenice
Bažantnice, Pracejovice
Motorest, Střelské Hoštice
Penzion HELENKA, Vodňany
Penzion HENRI, Strakonice
Penzion LENA, Sedlice
Česká provincie Congregatio Jesu, Štěkeň
Penzion Country Club, Volyně
Čestice 30, Čestice
Penzion FOTO-ART, Blatná
Penzion Frimma, Vodňany
Penzion JIHOČESKÁ KRČMA, Vodňany
Penzion STATEK BLANICE, Bavorov
Penzion STATEK U ŠTĚÁSTKŮ, Vodňany
Penzion Zátíší, Vodňany
Sport penzion Blanice, Vodňany

Kempy

Kemp Otava, Strakonice
Kemp Podskalí, Strakonice
Hostinec U Javoru
Veřejné tábořiště Ostrovec
Kemp Němčice
Kemp Hoštice

Letní areál Kolčava
Tábořiště Otava, Štěkeň
Areál Milavy- Naděžda Čapková,
Velká Turná
Kemp Luhy
Tábořiště U Hasičů - František
Hřebejk, Velká turná
Chaty Charvát - Milavy- Zdeněk
Charvát
Cihelna, Volenice

Ubytování v soukromí

Apartmá
Penzion Hanka
Michálková
Švarcová Eva
Karel Štěch
Jaroslav Šich
Švarcová Eva
Jana Janochová, Katovice
Jana Škotková, Katovice
Penzion M, Nový Dražejov
Jaroslav Šich
Růžena Maránková, Nový Dražejov
Václav Janouš, Nový D, Nový
Dražejov
Miluše Jáchimová
Karel Brůžek
Apartmány Volyně
Privát na Vyhlídce, Volyně
Apartmá Radošovice

Apartmány u Volyně
Alena Hávová, Sudoměř
U Jindřů, Strašice
U Krkovičky, Čejetice
Naděžda Vojtková, Mutěnice

Ubytovny a domovy mládeže

Domov mládeže, SŠŘS
Ubytovna Šumavská
Domov mládeže, VOŠ a SPŠ, Volyně
Ubytovna TJ Fezko
Kulturní dům, Malenice
Škola v přírodě, Střelské hoštice
Off Road Klub Jinín v AČR, Jinín

Stravovací zařízení ve Strakonících a okolí

Restaurace

Country restaurant
Na Králce restaurace, Čejetice
Lidový dům restaurace, Čestice
Zvon restaurace, Katovice
Restaurace U Vondřášků, Katovice
Myslivna restaurace Nový Dražejov
Restaurace Na Křenovce, Radomyšl
Otava restaurace, Štěkeň
Restaurace U Vachtů, Štěkeň
Restaurace Volenice
Restaurace Pod věží, Volyně
Restaurace U Radnice, Volyně
Restaurace Zvon, Katovice

Restaurace Volýňská, Přední Ptákovice	Hotel Šumava, hotelová restaurace, Bavorov
Restaurace U radnice, Volyně	Hotel Volyňka, hotelová restaurace, Malenice
Restaurace U Jelínků, Katovice	hotelová restaurace Hotel Blanice, Vodňany
Restaurace Zlatý soudek, Vodňany	Hostinec na Myslivně, restaurace, Blatná
Restaurace vlakové nádraží, Číčenice	Restaurace Hostinec Jubileum, Blatná
Restaurace V Sokolovně, Blatná	Restaurace, bar Bowling Centrum Blatná
Restaurace U Trčků, Katovice	Blatenská restaurace, Blatná
Restaurace Radost, Vodňany	Zámecká restaurace, Lnáře
Restaurace Pod věží, Volyně	K. D. Krašlovce, restaurace
Restaurace Na Škorně, Vodňany	K.D.Strakonice, kulturní dům, kongres.cent, Strakonice
Restaurace Na Sadech, Vodňany	Jihočeská krčma, restaurace, Vodňany
Restaurace Lovecká Bašta, Jezárky	Motorest Jezárka, Blatná
Restaurace Labuť, Blatná	Motorest Starý bor, Sedlice
Restaurace a cukrárna Otava, Štěkeň	
Restaurace - Hlaváček, Volyně	<u>Restaurace Strakonice</u>
Restaurace Reno, Číčenice	Restaurace Na Letišti Bohemia Jih
Restaurace Pod Věží, Vodňany	Restaurace Krokodýl
Restaurace Pension Na statku, Kadov	Hotel Švanda dudák, hotelová restaurace
Restaurace Na Velké Hospodě, Sedlice	Hotelová restaurace Fontána
Restaurace Na Rychtě, Blatná	Hotel Bavor, hotelová restaurace
Restaurace Madona, Vodňany	Restaurace Čína
Restaurace Lidový dům, Čestice	Restaurace, pizzerie U Papeže
Restaurace U Bílého Lva, Blatná	Restaurace U Švehlů
Restaurace U Zástavů, Vodňany	Restaurace U Vachtů
Hotel Na Nové, hotelová restaurace, Volyně	Restaurace U Zborova
Hotel Ostrovec, hotelová restaurace, Volyně	restaurace U Dominika
	restaurace U Malířů

Restaurace Sokolovna	<u>Bary Strakonice</u>
Restaurace Šumava	Bar
Restaurace Madla	Bar Clasic
Restaurace Hangár	Bar Doble-M
Restaurace Pod terasou	Bar Domino
Restaurace Palermo	Bar Forbes
Nádražní restaurace	Bar K-1
Restaurace Na Růžku	Bar Melodia
Divadelní restaurace	Bar Monika, Blatná
Hangár restaurace	Bar Port Arthur
Restaurace Hradní sklípek	Barakuda
Restaurace Hospůdka na ostrově	Bar Cafe Bar Pinto
Restaurace Hvězda	Forbes bar
China restaurant	Herna Bar Mariner
Restaurace Jiskra	Bar, HERNA-22
Restaurace Kalich	Mariner Bar
Restaurace Melodie	Bar Na Mravenčí skále
Restaurace Na Protivínské	
Restaurace Na Zborově	<u>Bary, disco</u>
Nádražní restaurace	Club No 23, Blatná
Western Express	Disco Babylon, Škvořetice
Restaurace Pod terasou - Viko	Disco Caribik, Volyně
Restaurace Bílá Růže	Disco, Disco Hvězda, Strakonice
Restaurace Sokolovna	Inferno, disco, Strakonice
Restaurace Stodola	Jimi bar, bar, Čestice
Restaurace Šumava	Bar U Biskupa, Vodňany
Restaurace U Madly	Bar Tip Games Blatná
Restaurace U Města Prahy	Bar Statek U Št'ástků, Vodňanské
Restaurace U Tomáše	Svobodné Hory
Restaurace V Ráji	Moto Bar, Vodňany
Restaurace Amerika	Bar Bowlink, Blatná

Bar Bowlink, Vodňany
Bar Bowlink, Volyně
Blue-Bar, Volyně
Billiard bar, Blatná
Biliards bar U Akcentů, Vodňany
Bar Viktoria Tip, Blatná
Bar Tipsport, Volyně
Bar-Albibar, Strakonice
Bar Vagón, Strakonice
M&S bar, Strakonice
M.G.M., bar, Strakonice
Snack bar, Strakonice
Sport Bar Mecca, Strakonice
Bar Sportbar Bellagio, Strakonice
Disco Malenice
Disco Albrechtice
Disco Cehnice

Kavárny, vinárny, cukrárny, čajovny

Kavárna Vesna, Strakonice
Kavárna Alfredo, Blatná
Kavárna Alfredo City, Blatná
Kavárna Alfrédo-CITI, Blatná
Kavárna cukrárna Alfredo, Blatná
Kavárna Havlenová, Blatná
Cukrárna Vega, Vodňany
Cukrárna - Končelíková, Tchořovice
Čajovna & kavárna Pohoda,
Strakonice
Čajovna Inspirace, Strakonice
Vinárna Sklepení, Volyně

Pivnice, pohostinství

Pohostinství Cehnice, Drahonice

Pivnice, jídelna, rychlé občerstvení
Euroasia, Blatná
Hospoda, Škvořetice
Hospoda Na Křenovce, Radomyšl
Hospoda U Datla, Blatná
Hospůdka Pod Antonínem, Nihošovice
Hostinec, Uzenice
Pivnice Hostinec Na obůrce, Blatná
Hostinec Přístav, Lnáře
Hostinec U Boty, Volyně
Plzeňská pivnice, Vodňany
Pohostinství, Čepřovice
Pivnice Na Zámku, Bavorov
Pohostinství - Mráz, Malenice nad
Volyňkou
Pohostinství Šroťárna, Čejetice
Protivínská Hospoda, Blatná
Hospoda U Bryndů, Blatná
Hospoda U Tomáše, Strakonice
Hospoda U Viků, Strakonice
Hospoda U Vokounů, Mutěnice
Volenická hospoda, Volenice
Pivnice Western Expres, Strakonice
Pivnice Zavadilka, Strakonice

Pizzerie Strakonice
Pizzerie Alex
Pizzerie Venezia

Pizzeria Casa Verde

Pizzerie

Pizzeria - Ristorante Roma, Blatná

Pizza Nat, Vodňany

Bufet, rychlé občerstvení

Bufet Hradský

Bufet Švanda dudák, Strakonice

Maso, uzeniny - Brož rychlé občerstvení

Cibroz rychlé občerstvení, Strakonice

rychlé občerstvení U Kauflandu, Strakonice

rychlé občerstvení U Masných krámů

rychlé občerstvení V Labuti, Strakonice

Volyněka Bufet , Volyně

Občerstvení Na písecké, Blatná

Cukrárny, Kavárny Strakonice

Cukrárna Hvězda

Cukrárna Karolina

Cukrárna a kavárna Kateřinka

Čajovna Inspirace

Kavárna-Café - Bar

Kavárna Kafičko-kavárna Maxim

Café-kavárna Vesna

Závodní jídelny, kantýny, závodní bufety

ČZ Gastro, s.r.o., Strakonice

Školní jídelny, internáty, domovy mládeže, menzy, občerstvení

Vyšší odborná škola a Střední průmyslová škola, Strakonice

Střední rybářská škola a Vyšší odborná škola vodního hospodářství a ekologie, Vodňany, Zátíší 480

Mateřská škola Strakonice, A. B. Svojsíka 892, Strakonice

Mateřská škola Strakonice, Lidická 625

Mateřská škola Blatná, Husovy sady

Mateřská škola Blatná, Vrchlického

Mateřská škola Blatná, Šilhova příspěvková organizace

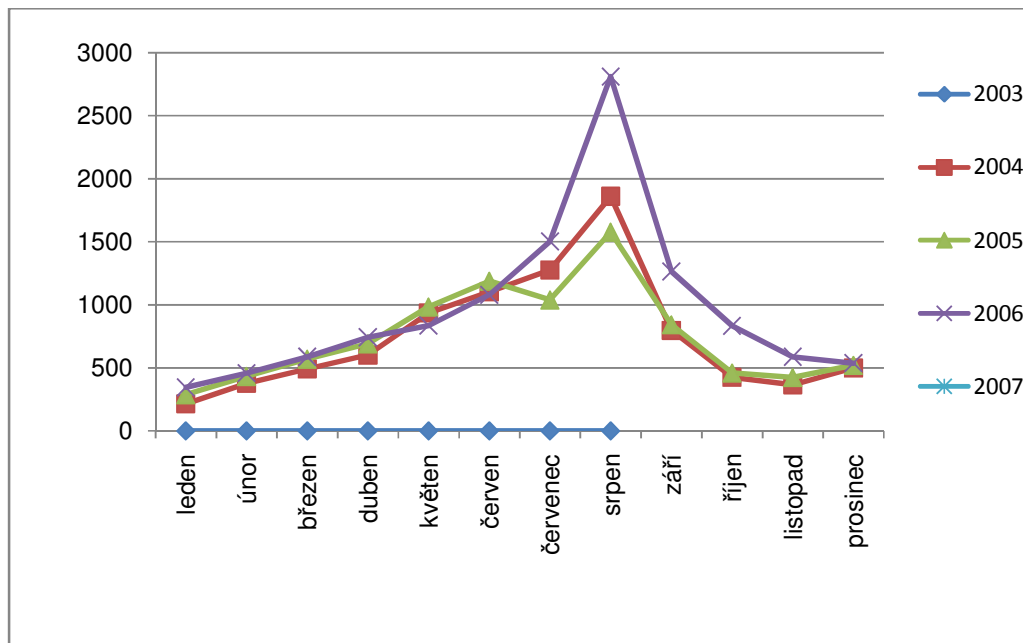
Mateřská škola Drahonice okres Strakonice

Mateřská škola Chelčice, okres Strakonice

Stravování - dodávky do domácnosti (hostiny, party, recepce, občerstvení)

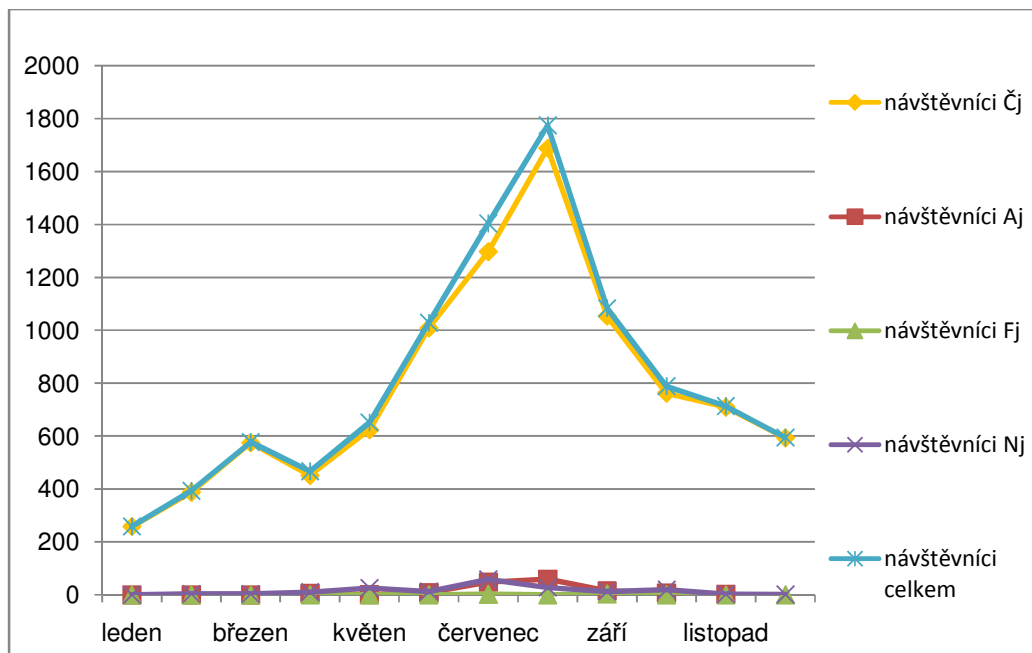
Šumava group, s.r.o., Volyně

Příloha č. 4: Srovnání návštěvnost ve Strakonících a okolí v letech 2003-2006



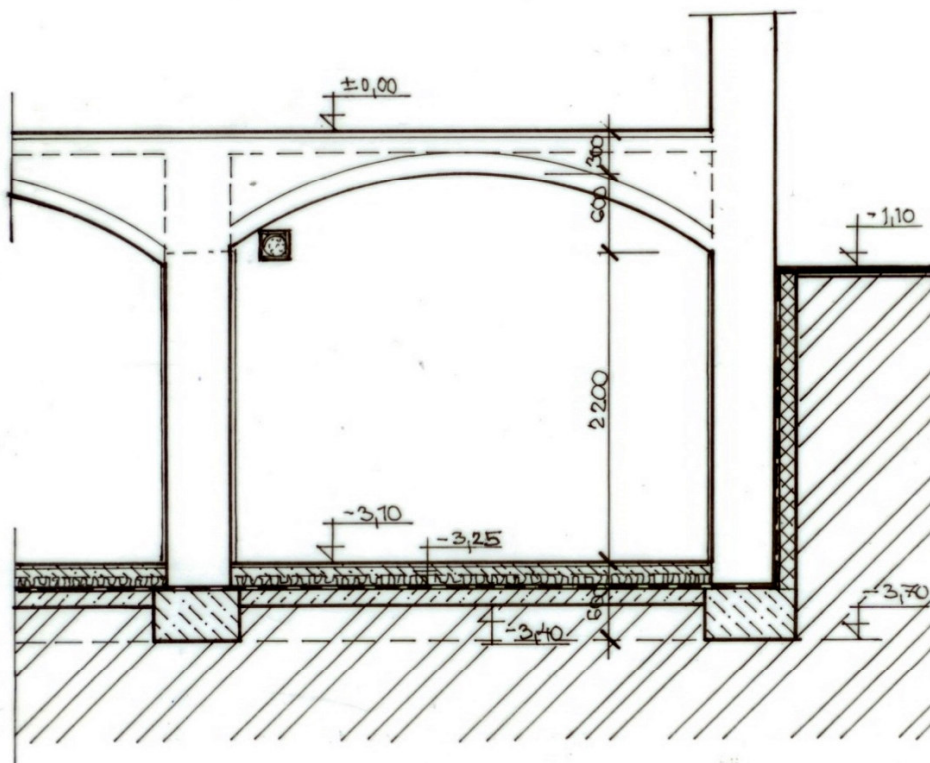
Zdroj: Městské informační centrum Strakonice

Příloha č. 5: Statistika návštěvnosti ve Strakonících a okolí za rok 2009



Zdroj: Městské informační centrum Strakonice

ŘEZ A-Ā



Příloha č. 7: Přírodní, kulturní a historické hodnoty oblasti Strakonicka

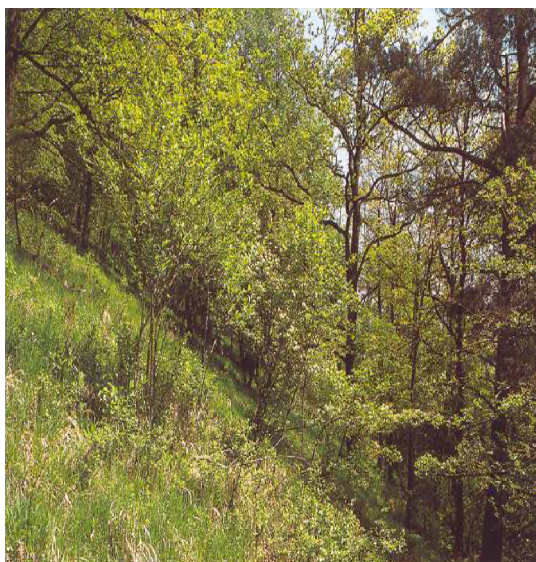
Přírodní rezervace Bažantnice u Pracejovic



Přírodní památka Tůň u Hajské



Přírodní rezervace Kuřidlo



Přírodní památka Ryšovy



Strakonický Hrad – věž Rumpál



Strakonický hrad



Barokní zámek s anglickým parkem ve Štěkni



Mezinárodní dudácký festival



Rumpálování



Zdroj: <http://www.strakonice.net/turista/fotogalerie.asp>