

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání – cestovní ruch



**Analýza ubytovacích a stravovacích služeb
v oblasti Klatovsko**

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Roman Švec

Autor:

Zuzana Martínková

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

Jméno a příjmení: **Zuzana MARTÍNKOVÁ**

Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**

Studijní obor: **Obchodní podnikání**

Název tématu: **Analýza ubytovacích a stravovacích služeb v oblasti Klatovsko**

Zásady pro vypracování:

Cíl práce:

Analýza trhu ubytovacích a stravovacích služeb ve vymezené oblasti Klatovsko. Formulace doporučení pro rozvoj ubytovacích a stravovacích služeb ve vybrané oblasti.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury a pramenů
2. Situační analýza ubytovacích a stravovacích služeb zvoleného regionu
3. Příprava a realizace terénního šetření
4. Návrh rozvoje služeb pro šetřenou oblast

Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Literární přehled. 3. Cíle a metodika. 4. Analýza trhu ubytovacích a stravovacích služeb. 5. Návrhy a doporučení. 6. Závěr. 7. Použitá literatura. 8. Přílohy.

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


Seznam odborné literatury:

- BERÁNEK, J., KOTEK, P. *Řízení hotelového provozu, 4. vyd.* Praha: Grada, 2004.
BERÁNEK, J. *Provozujeme pohostinství a ubytování.* Praha: MAG Consulting, 2004.
ČERNÝ, J., KRUPÍČKA, J. *Moderní hotel.* Úvaly: Ratio, 2007.
KIRÁLOVÁ, A. *Marketing hotelových služeb.* Praha: Ekopress, 2006.
KOSMÁK, P. *Hotelové podnikání a integrační procesy.* Praha: VŠH, 2008.
METZ, R., GRÜNNER, H., KESSLER, T. *Restaurace a host.* Praha: Europa - Sobotáles cz., 2008.
STÁREK, V., VACULKA, J. *Ubytovací úsek v oblasti cestovního ruchu.* Praha: MMR, 2008.
VESELÝ, P. *Projektování hotelového provozu.* Praha: VŠH, 2008.

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

Datum zadání bakalářské práce: **15. února 2009**

Termín odevzdání bakalářské práce: **15. dubna 2010**


prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studená 13 (9)
370 05 České Budějovice
IČ 600 76 658, DIČ CZ60076658


Ing. Kamil Pícha, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 16. března 2009

Prohlášení

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

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona 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 13. 4. 2010

Podpis studenta.....

Poděkování

Touto cestou bych ráda poděkovala všem, kteří se podíleli na vypracování mé bakalářské práce.

Zvláštní poděkování patří vedoucímu bakalářské práce Ing. Romanu Švecovi za jeho cenné rady a odbornou pomoc při zpracování bakalářské práce a majitelce hotelu Centrál, paní Soně Šátralové, za ochotné poskytnutí potřebných informací.

Zuzana Martínková

OBSAH

1. ÚVOD	3
2. CÍLE A METODIKA	4
2.1 Cíle práce	4
2.1.1 Hlavní cíl práce.....	4
2.1.2 Vedlejší cíle práce.....	4
2.2 Pracovní hypotézy	4
2.3 Metodika	4
3. LITERÁRNÍ PŘEHLED	6
3.1 Vymezení základních pojmů	6
3.1.1 Národní hospodářství.....	6
3.1.2 Obchod a trh.....	7
3.1.3 Produkt.....	7
3.1.4 Služby.....	8
3.1.5 Potřeby.....	8
3.2 Cestovní ruch	9
3.2.1 Pojem cestovní ruch.....	9
3.2.2 Postavení cestovního ruchu v ekonomice ČR.....	10
3.3 Služby cestovního ruchu	11
3.3.1 Podstata služeb cestovního ruchu.....	11
3.3.2 Rozdělení služeb cestovního ruchu.....	12
3.3.3 Poskytování služeb CR z hlediska živn. zákona.....	13
3.4 Ubytovací služby	14
3.4.1 Charakteristika ubytovacích služeb.....	14
3.4.2 Členění ubytovacích zařízení.....	15
3.4.3 Kategorizace a klasifikace jednot. ubyt. zařízení.....	16
3.4.4 Organizace hotelového provozu.....	19
3.5 Stravovací služby	20
3.5.1 Charakteristika stravovacích služeb.....	20
3.5.2 Kategorizace hostinských zařízení.....	22

3.5.3 Nabídka produktu hostinských zařízení.....	25
3.5.4 Požadavky na stravovací provozovnu.....	25
4. ANALÝZA UBYT. A STRAV. ZAŘÍZENÍ NA KLATOVSKU.....	27
4.1 Analýza sekundárních údajů.....	27
4.1.1 Historie města Klatovy.....	27
4.1.2 Geografické vymezení Klatov.....	27
4.1.3 Plzeňský kraj a cestovní ruch.....	28
4.1.4 Klatovy a cestovní ruch.....	28
4.1.5 Ubytovací a stravovací služby na Klatovsku.....	29
4.1.5.1 <i>Kvantitat. vymezení ubyt. a strav. zař. v obl. KT.....</i>	<i>30</i>
4.1.5.2 <i>Analýza vybraných ubyt. a strav. zař.....</i>	<i>31</i>
4.2 Analýza primárních údajů.....	37
4.2.1 Dotazníkové šetření.....	37
4.2.1.1 <i>Shrnutí dotazníkového šetření.....</i>	<i>46</i>
4.2.2 Řízené rozhovory.....	47
4.2.2.1 <i>Řízený rozhovor v hotelu Centrální.....</i>	<i>47</i>
4.2.2.2 <i>Řízený rozhovor v IC Klatovy.....</i>	<i>52</i>
4.3 Syntéza získaných údajů.....	56
4.3.1 Profil návštěvníka.....	56
4.3.2 Ubytovací služby ve vymezené oblasti Klatov.....	57
4.3.3 Stravovací služby ve vymezené oblasti Klatov.....	58
5. NÁVRHY A DOPORUČENÍ.....	59
5.1 Zařazení ubyt. zařiz. do Oficiální jednotné klasifikace.....	59
5.2 Vytvoření aktuálního seznamu ubyt. a strav. zař.....	60
5.3 Soubor služeb pro seniory.....	61
5.4 Školení zaměstnanců.....	61
6. ZÁVĚR.....	65
7. SUMMARY.....	67
8. POUŽITÁ LITERATURA.....	69
9. SEZNAM SCHÉMAT, TABULEK A GRAFŮ.....	73
10. SEZNAM PŘÍLOH.....	75

1. ÚVOD

V současné době patří cestovní ruch k nejvýznamnějším odvětvím národního hospodářství. Jedná se o velmi dynamické odvětví, které se rychle rozvíjí. Jeho významnost dokazuje fakt, že se podílí na tvorbě HDP, exportu, investicích a zaměstnanosti. Cestovní ruch vytváří pracovní místa nejen ve službách spojených s cestováním, jako jsou cestovní kanceláře, cestovní agentury, ubytovací a stravovací zařízení, ale zasahuje do mnoha dalších odvětví, jako je například obchod, doprava, stavebnictví, bankovníctví, kultura. Jelikož přináší velké množství finančních prostředků nejen do státní pokladny, ale i do soukromých zdrojů, je třeba se mu věnovat a podporovat jeho rozvoj.

Mezi základní služby cestovního ruchu patří služby dopravní, ubytovací a stravovací. Základní služby spolu s doplňkovými pomáhají dotvářet celkovou atraktivitu destinace. Turisté jich hojně využívají, jelikož z nich získávají užitek. U ubytovacích služeb jde především o poskytnutí „přechodné střechy nad hlavou“, u stravovacích o ušetření volného času, který mohou turisté využít mnohem efektivněji. Stravovací služby však nevyužívají jen turisté, ale i místní obyvatelé. Práce zkoumá a rozvádí ubytovací a stravovací služby jako jedny z nejdůležitějších služeb cestovního ruchu.

V bakalářské práci se budu zabývat analýzou výše zmiňovaných ubytovacích a stravovacích zařízení ve vymezené oblasti Klatovsko. Práce se bude věnovat výzkumu podniků provozujících zmíněné služby a segmentu klientů těchto zařízení. Dále má odhalit problémová místa vyskytující se v tomto oboru.

2. CÍLE A METODIKA

2.1 Cíle práce

2.1.1 Hlavní cíl práce

Hlavním cílem práce bude zanalyzovat trh ubytovacích a stravovacích zařízení z hlediska poskytovaných služeb v oblasti Klatovsko.

2.1.2 Vedlejší cíle práce

Vedlejším cílem bude získání celkového přehledu o stravovacích a ubytovacích zařízeních v oblasti Klatovsko, tedy zjištění jejich počtu a kvality nabízených služeb, konstatování nedostatků, zjištění přání klientů ubytovacích a stravovacích zařízení na základě provedeného dotazníkového šetření a následné vypracování návrhů na zlepšení pro danou oblast.

2.2 Pracovní hypotézy

- Nabídka ubytovacích a stravovacích zařízení odpovídá poptávce návštěvníků.
- Ve zkoumané oblasti je patrné působení sezónnosti.
- Dopravní dostupnost oblasti je dostačující.
- Návštěvníci jezdí do oblasti Klatov na dobu kratší než 1 týden.
- Zkoumaná oblast je pro turisty atraktivní, má výborné kulturní, sportovní a přírodní předpoklady.

2.3 Metodika

Počáteční fáze zpracování bakalářské práce bude spočívat ve studiu odborné literatury - literatury z oblasti obchodu a cestovního ruchu. Zde se zaměřím na služby cestovního ruchu, a to především na již zmíněné služby ubytovací a stravovací. Kromě literatury budou dalším důležitým zdrojem informací dokumenty Asociace hotelů a restaurací, zahraniční odborné prameny, informační materiály o Klatovech,

internetové zdroje a informace z informačních center. Pro analýzu stávající struktury ubytovacích a stravovacích zařízení budou využity údaje Českého statistického úřadu, které doplní terénní šetření.

Další fází, která bude následovat, bude sběr dat v terénu. Nejprve bude provedeno sestavení dotazníků a poté dotazníkové šetření. Toto šetření poskytne informace z pohledu klienta. Dále bude provedeno osobní dotazování prostřednictvím řízených rozhovorů s majiteli ubytovacích zařízení. To umožní získat přehled o aktuální situaci na straně nabídky. Řízený rozhovor proběhne také v informačním centru. Příležitostně bude použita metoda pozorování, která doplní vlastní šetření.

V závěrečné fázi budou získaná data hodnocena. Po shromáždění všech dostupných informací budou tyto informace analyzovány a použity při formulaci opatření. Tytéž informace budou využity při formulaci závěru práce a potvrzení, či vyvrácení pracovních hypotéz.

3. LITERÁRNÍ PŘEHLED

3.1 Vymezení základních pojmů

3.1.1 Národní hospodářství

Národní hospodářství definují Hindls, Holman, Hronová a kol. (2003) jako souhrn rezidentských jednotek, tj. jednotek, které mají centrum zájmu (provádějí ekonomickou činnost – vyrábějí, spotřebovávají, investují, provádějí důchodové a finanční transakce) na ekonomickém území státu.

Petrželová (2007) národním hospodářstvím rozumí úsek, část ekonomiky. Rozlišují se obvykle tři, ale někdy i čtyři národní hospodářství (primární, sekundární, terciární a kvartární).

Fialová (2004) tvrdí, že primární sektor je soubor odvětví v hospodářství vyrábějících základní suroviny pro další zpracování a potraviny pro obyvatelstvo. Zahrnuje tato odvětví: zemědělství, lov a lesnictví; rybolov; těžební průmysl.

Sekundární národní hospodářství zahrnuje podle Petrželové (2007) všechna odvětví zpracovatelského průmyslu (potravinářský, textilní, chemický, strojírenský, stavební apod.).

Na rozdíl od Petrželové Fialová (2004) sekundární sektor vnímá jako soubor odvětví celkové produkce vyrábějící hotové výrobky pro spotřebu i výrobu. Zahrnuje tato odvětví: zpracovatelský průmysl; výroba elektřiny a plynu, kanalizace a zásobování vodou; stavebnictví.

Dalším sektorem je sektor terciální, který dle Petrželové (2007) zahrnuje odvětví služeb (doprava, telekomunikace, bankovníctví, osobní služby, zdravotnictví, školství, státní správa atd.).

Fialová (2004) chápe terciární sektor jako soubor těch odvětví celkové produkce, která poskytují služby. Jedná se o širokou škálu služeb výrobních, vládních a individuálních. Mezi ně řadíme mimo mnoha jiných stravovací a ubytovací služby.

3.1.2 Obchod a trh

Produkty CR se musí k zákazníkovi nějakým způsobem dostat, je tedy nutné v rámci cestovního ruchu počítat s existencí obchodu.

Mlčoch (2007) vnímá obchod jako úsek hospodářství, který slouží subjektům pro zabezpečení jejich potřeb; směňování zboží; přímo nebo prostřednictvím peněz.

Na rozdíl od Mlčocha Pražská a Jindra (1997) definují obchod jako mezičlánek mezi výrobou a spotřebitelem. Obchod je možno chápat v několika základních polohách: jako činnost a jako instituci. Obchod v institucionálním pojetí představuje subjekty zabývající se převážně obchodem, přičemž za obchodní instituce jsou považovány ty subjekty, které nakupují fyzické zboží za účelem dalšího prodeje bez jeho podstatnější úpravy. Obchod jako činnost je činnost zahrnující nákup a prodej zboží. V nejširším slova smyslu patří do obchodu i služby. Jde jednak o služby související s prodejem zboží, jednak jde o výhradní prodej služeb – prodej pobytů, služby osobní atd.

Trh je podle Mankiwa (1999) skupinou kupujících a prodávajících určitého zboží nebo služby. Skupina kupujících udává poptávku po statku a skupina prodávajících udává nabídku daného statku.

Konečný a Sojka (1996) dodávají, že trh je společenská instituce založená na směně zboží. Sestává z aktů koupě a prodeje, které se mohou odehrávat na tržišti, v prodejně či kanceláři a mohou probíhat po telefonu, případně i přes počítačovou síť. O trhu lze mluvit obecně, ale můžeme rozebírat i určité druhy trhů, jako je trh zboží, trh služeb, trh práce či finanční trh. Laické veřejnosti je dobře znám trh statků a služeb, protože každý z nás nakupuje potraviny, jízdenky na vlak, autobus či městskou dopravu, a trh práce, kde lidé nabízejí firmám práci rozmanitých kvalifikací.

3.1.3 Produkt

Prostřednictvím produktů uspokojují lidé své potřeby a přání.

Produkty jsou dle Kotlera (2004) veškeré výrobky, služby, ale i zkušenosti, osoby, místa, organizace, informace a myšlenky, tj. vše, co se může stát předmětem směny, použití či spotřeby, co může uspokojit potřeby a přání.

Fialová (2004) říká, že produkt je výsledek výroby (produkce). Může mít formu výrobku nebo formu služby.

Pro další část práce budeme jako produkt považovat služby.

3.1.4 Služby

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

Kotler (2007) dodává, služba je jakákoliv činnost nebo schopnost, kterou může jedna strana nabídnout straně druhé. 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 služby (např. restaurace je oblíbená díky své kuchyni i prvotřídním službám)
4. **Hlavní služba spolu s malým podílem zboží** (např. letecké služby; letadlem se létá za účelem přemístění se, přesto se může stát, že obdržíme i něco hmotného (občerstvení))
5. **Čistá služba**: nabídka se skládá pouze ze služby (např. hlídání dětí)

3.1.5 Potřeby

Díky službám jsou uspokojovány potřeby zákazníků.

Podle Petřů a Holubové (1994) je potřeba obecně pokládána za sociálně-ekonomickou kategorii, projevuje se jako nedostatek nebo nadbytek něčeho, který člověk pociťuje ve formě odrazu v jeho vědomí a je podmíněný závislostí na vnějším světě. Každá potřeba je jednotou biologické a společenské stránky, což se využívá při základním členění potřeb na:

- **biologické potřeby** – souvisí s existencí člověka jako přírodní bytosti (výživa, zachování rodu, péče o zdraví apod.)

- **společenské potřeby** – jsou spojeny s existencí člověka jako společenské bytosti (patří sem potřeby v oblasti vzdělání, kultury, rekreace, zábavy apod.)

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

- **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)

3.2 Cestovní ruch

3.2.1 Pojem cestovní ruch

Cestovní ruch je vymezen již dlouho, což dokazují definice Ogilvia, Norvala či Posera.

F. W. Ogilvie a J. A. Norval (1936) chápou cestovní ruch jako ekonomický jev spojený se spotřebou hmotných i nehmotných statků, hrazených z prostředků získaných v místě trvalého bydliště.

H. Poser (1939) rozumí pod pojmem cestovní ruch lokální nebo územní nahromadění cizinců s přechodným pobytem, které podmiňuje vznik vzájemných vztahů mezi cizinci na straně jedné a domácím obyvatelstvem, místem a jeho krajinou na straně druhé.

Za mezník pro zkoumání a definování cestovního ruchu je považována definice švýcarských profesorů, klasiků cestovního ruchu W. Hunzíkera a K. Krappha (1942). Cestovní ruch definují jako souhrnné označení vztahů a jevů vznikajících na základě cesty a pobytu místně cizích osob, pokud se pobytem nesleduje usídlení a pokud s ním není spojena žádná výdělečná činnost.

Kopšo (1969) vymezuje cestovní ruch jako formu uspokojování potřeb reprodukce fyzických a duševních sil člověka mimo běžné životní prostředí a ve volném čase.

J. Kašpar (1986) vnímá cestovní ruch jako cestování a dočasný pobyt lidí mimo místo trvalého bydliště, obvykle ve volném čase, a to za účelem rekreace, poznání a spojení mezi lidmi.

Současný cestovní ruch definoval Oriška (1999) jako 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.

3.2.2 Postavení cestovního ruchu v ekonomice ČR

Význam cestovního ruchu můžeme podle Houšky a kolektivu (2007) deklarovat na výši devizových příjmů ČR z aktivního zahraničního (příjezdového) cestovního ruchu.

Beránek a Kotek (2003) dodávají, že se cestovní ruch jako součást sektoru služeb velmi výrazně podílí na zvyšujícím se podílu tohoto sektoru na hrubém domácím produktu, a tím i na vlastním růstu významnosti v našem hospodářství.

Tabulka 1:

Devizové příjmy a výdaje z cestovního ruchu 2000 - 2008 (v mld. Kč)

Cestovní ruch	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Příjmy	115,07	118,13	96,29	100,31	107,23	112,23	124,74	134,06	130,74
Výdaje	49,37	52,80	51,55	54,42	58,40	57,78	62,17	73,45	77,52
Saldo	65,70	65,33	44,74	45,89	48,83	54,45	62,57	60,61	53,22

Zdroj: ČNB. údaje k 11.3.2009, dostupné z webové stránky

http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/aktualni_data/24_03_09platebni_bilance_k_10_3_2009.pdf

3.3 Služby CR

3.3.1 Podstata služeb cestovního ruchu

Služby cestovního ruchu, mezi které patří i služby stravovací a ubytovací, jsou podle Királ'ové (2006) specifické těmito charakteristikami:

- **zvýšenou mírou emocionálních faktorů při koupi služeb** (prestiž, móda, následování idolu)
- **důrazem na ústní reklamu**
- **rostoucími nároky na jejich jedinečnost** (nutnost překonat určitou bariéru v zájmu koupě a spotřeby služby)
- **důležitostí image při koupi** (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 následném 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)

Beránek a Kotek (2003) tvrdí, že účastníci cestovního ruchu vyžadují pro zajištění své cesty nebo pobytu celý komplex služeb, zahrnující dopravu, ubytování, stravování, programové služby atd.

Z této definice vyplývá, že dobrá služba je pouze ta služba, která je poskytnuta komplexně.

Cestovní ruch je podle Királ'ové (2006) souhrnem mnoha služeb, které slouží k jedinému cíli, a to k uspokojení potřeb klienta.

Účastníci CR mají specifické potřeby. Tyto potřeby se dle Beránka (2004) dělí do 4 skupin:

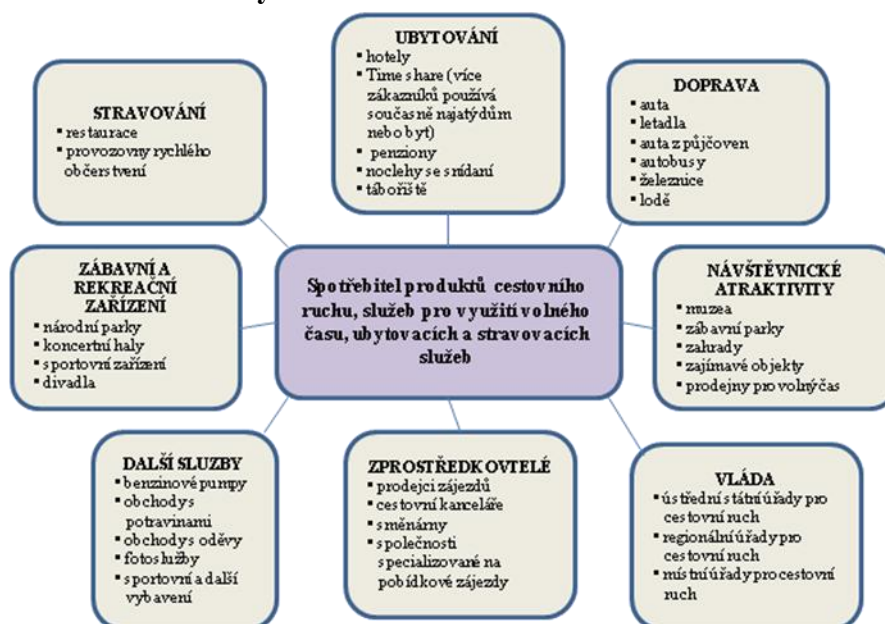
- **potřeba klidu** (během vlastního volného času hledá většina lidí odpočinek od fyzické i duševní námahy)
- **potřeba změny** (jedná se o změnu prostředí, člověk chce zažít něco jiného než každodenní stereotyp)
- **potřeba uvolnění od konvencí** (jde o potřebu lidí chovat se alespoň během této doby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

3.3.2 Rozdělení služeb cestovního ruchu

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

Schéma 1:

Průmyslová odvětví cestovního ruchu, služeb pro využití volného času, ubytovacích a stravovacích služeb



Zdroj: HÖRNER, Susan; SWARBROOKE, John. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: Aplikovaný marketing služeb*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. 106. s. ISBN 80-247-0202-9

3.3.3 Poskytování služeb cestovního ruchu z hlediska živnostenského zákona

Podle Oriěšky (1999) je pro poskytování služeb cestovního ruchu v rámci podnikatelské činnosti základní právní normou zákon o živnostenském podnikání (živnostenský zákon) č. 455/1991 Sb., ve znění pozdějších úprav. Tato právní norma se týká těch forem podnikání, které jsou v § 1 cit. zákona formulovány jako živnost, charakterizována jako „soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto (živnostenským) zákonem“.

V ubytovacích a stravovacích službách se dá podnikat dle dvou druhů živností, a to „živnosti Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona“ kam patří mimo jiné také služby ubytovací a „živnosti Hostinská činnost“ pro služby stravovací. Živnost Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3

živnostenského zákona je živností ohlašovací volnou, Hostinská činnost je živností ohlašovací řemeslnou.

Orieška (1999) dále říká, že k získání příslušného oprávnění formou ohlášení stačí pro fyzickou osobu splnit pouze tzv. všeobecné podmínky provozování živnosti (dosažení věku 18 let, způsobilost k právním úkonům, bezúhonnost). U živnosti řemeslné je třeba navíc doložit příslušnou kvalifikaci.

3.4 Ubytovací služby

Tato bakalářská práce se zabývá ubytovacími a stravovacími službami, proto jim budou věnovány následující kapitoly.

3.4.1 Charakteristika ubytovacích služeb

Ubytovací služby představují podle Indrové a kol. (2004) základní podmínku pro rozvoj cestovního ruchu. Můžeme je charakterizovat jako umožnění přechodného ubytování mimo místo trvalého bydliště. Rozvoj ubytovacích zařízení je nerozlučně spjat s politickými, hospodářskými a sociálními změnami ve společnosti, které zprostředkovaně ovlivňují pohyb obyvatelstva mimo místo trvalého bydliště a působí na vznik různých druhů ubytovacích zařízení.

Orieška (1999) dodává, že ubytovací služby souvisejí s pobytovou stránkou cestovního ruchu. Jsou významným předpokladem vzniku a rozvoje zejména dlouhodobého cestovního ruchu. Ubytovací služby poskytují ubytovací zařízení, mezi něž patří také ubytovací střediska nebo ubytovací prostředky. Ubytovací střediska poskytují služby přechodného ubytování většímu počtu účastníků cestovního ruchu. Budují se obvykle společně s pohostinskými odbytovými středisky (např. hotely, motely), nebo jako samostatná ubytovací zařízení (např. turistická ubytovna, chatová osada, kemp). Prostředky umožňující ubytování (např. stany, obytné přívěsy, čluny aj.) vytvářejí podmínky pro přechodné ubytování, zpravidla však jenom pro přenocování jednotlivých účastníků cestovního ruchu.

Beránek (2004) říká, že ubytovacími provozovny jsou hromadná ubytovací zařízení, tj. hotely a jim podobná ubytovací zařízení a ostatní hromadná ubytovací

zařízení jako kempy, chatové osady, turistické ubytovny. Stavba ubytovacího zařízení je stavba nebo její část, kde je veřejnosti poskytováno přechodné ubytování a služby s tím spojené. Ubytovacím zařízením není bytový a rodinný dům a stavba pro individuální rekreaci. Ubytovací zařízení se zařazují podle druhů do kategorií a podle požadavku na plochy a vybavení do tříd, které se označují hvězdičkami.

3.4.2 Členění ubytovacích zařízení

Podle Indrové a kol. (2004) můžeme ubytovací zařízení členit takto:

- **podle velikosti**

- malá, od 5 – 100 pokojů
- střední, od 101 – 250 pokojů
- velká, od 251 pokoje výše

- **podle doby provozu**

- celoroční
- sezónní

- **podle umístění**

- městská zařízení
- lázeňská zařízení
- horská zařízení apod.

- **podle převažující klientely**

- pro obchodníky
- rodiny s dětmi
- sportovce
- zařízení specializující se na kongresovou turistiku atd.

- **podle druhu zařízení a jeho funkce při uspokojování potřeb cestující veřejnosti**

- hotel
- hotel garní

- motel
- botel
- penzión
- turistická ubytovna
- chatová osada
- kemp

3.4.3 Kategorizace a klasifikace jednotlivých ubytovacích zařízení

Podle Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení České republiky pro rok 2010 – 2012 členíme ubytovací zařízení do sedmi skupin:

1. Hotel je ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty, vybavené pro poskytování přechodného ubytování a služeb s tím spojených (zejména stravovacích). 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.

5. Specifická hotelová zařízení:

- Lázeňský / Spa hotel
- Wellness hotel
- Resort / Golf resort hotel

✓ Lázeňský / Spa Hotel

Ubytovací zařízení, které se nachází v místě se statutem lázeňského místa.

✓ Wellness Hotel

Ubytovací zařízení, které splňuje veškeré požadavky pro kategorii Hotel 3*–5* a zároveň poskytuje služby wellness.

✓ Resort / Golf Resort

Ubytovací zařízení, které splňuje 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. 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 ¹

¹ Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel, hotel garní, penzion a motel pro rok 2010 – 2012

Kemp je podle Indrové a kol. (2004) ubytovací zařízení pro přechodné ubytování buď ve vlastním zařízení hostů (stan, obytný přívěs), popřípadě i v ubytovacích objektech provozovatele (chaty, sruby, bungalovy), nebo v jejich samostatně pronajímaných částech. Kempy jsou zařazovány od jedné do čtyř hvězdiček. **Turistická ubytovna** je jednodušší ubytovací zařízení pro přechodné ubytování hostů s větším počtem lůžek v ubytovacích místnostech. Zařazuje se od jedné do dvou hvězdiček.

Indrová a kol. (2004) definují **klasifikaci** jako zařazení jednotlivých kategorií podle vybavení, úrovně a rozsahu poskytovaných služeb do tříd.

Podle Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení České republiky pro rok 2010 – 2012 členíme ubytovací zařízení do pěti tříd:

* Tourist

** Economy

*** Standard

**** First Class

***** Luxury

Ubytovacím zařízením kategorie typu hotel garni, penzion, motel, hotel a dependance mohou být přiděleny maximálně čtyři hvězdičky. Ta ubytovací zařízení, která splňují v rámci jednotlivých tříd klasifikace více než jen povinná kritéria a minimální počet nepovinných kritérií, mohou získat kromě označení „hvězdičkami“ navíc ještě označení „Superior“.²

² Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel, hotel garni, penzion a motel pro rok 2010 – 2012

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.³

Houška a kol. (2007) říkají, že uvedená klasifikace má za cíl zlepšit orientaci spotřebitelů - zákazníků ubytovacích zařízení ve vztahu k vybavení a rozsahu poskytovaných služeb. Umožní též lepší orientaci v dané oblasti pro cestovní kanceláře a cestovní agentury, které zprostředkovávají ubytovací služby. Je samozřejmé, že aplikované standardy mají pouze doporučující charakter a nejsou tudíž závazné a vymahatelné ze strany státních orgánů. Na druhé straně však ta ubytovací zařízení, která budou certifikována dle oficiální, byť doporučené klasifikace, budou mít výhodu při jednání se svými obchodními partnery, cestovními kanceláři a pouze takováto zařízení budou propagována ze strany České centrály cestovního ruchu – CzechTourism, neboť u nich bude jistá určitá záruka kvality poskytovaných služeb a vybavení.

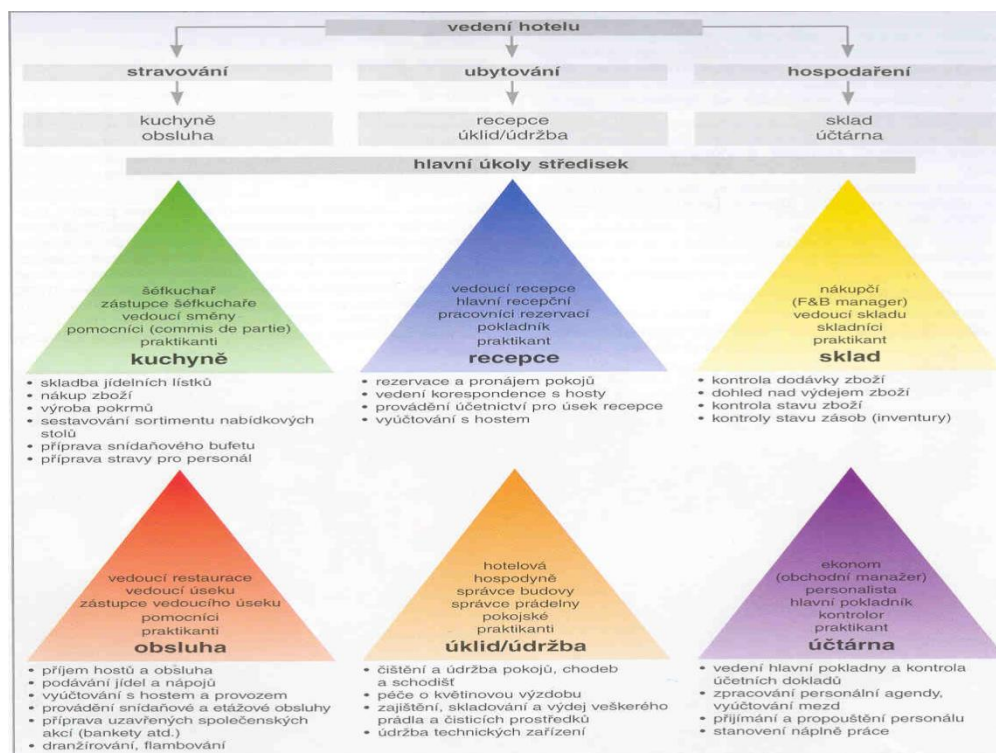
3.4.4 Organizace hotelového provozu

Každé ubytovací zařízení se dělí na tři části – stravovací úsek, ubytovací úsek a technický úsek. Podle Stárka a Vaculky (2008) zahrnuje ubytovací úsek, jinak také Rooms Division, oddělení a personál, který zajišťuje ubytovací služby hostům v průběhu jejich pobytu v hotelu. Ubytovací úsek je dále rozdělen na Front office a Housekeeping. Na následujícím obrázku jsou znázorněny jednotlivé úkoly středisek v hotelu.

³ Doporučení upravující základní ukazatele pro poskytování ubytovacích služeb v rámci ubytování v soukromí, v kempech a chatových osadách a turistických ubytovnách

Schéma 2:

Úkoly jednotlivých středisek v hotelu



Zdroj: METZ, R., GRÜNNER, H., KESSLER, T. *Restaurace a host. Praha: Europa – Sobotáles, 2008, 16. s. ISBN 978-80-86706-18-4*

3.5 Stravovací služby

3.5.1 Charakteristika stravovacích služeb

Indrová a kol. (2004) tvrdí, že s účastí na cestovním ruchu jsou nezbytně spojeny i další základní služby – služby stravovací, které uspokojují základní potřebu člověka, potřebu výživy. Stravovacích služeb využívá účastník cestovního ruchu jak v průběhu přemísťování, tak i během pobytu v cílové destinaci. Pro účastníky mezinárodního cestovního ruchu však představuje stravování nejen nasycení, ale i možnost seznámit se s určitým specifickým prvkem kultury daného národa či regionu. Poznání takovýchto specifických zvyklostí či gastronomických produktů může být i samo motivem účasti na cestovním ruchu (např. oblasti pěstování vinné révy, výroby sýrů, destilátů či piva atd.).

Beránek (2004) říká, že stravovací službou je výroba, příprava a rozvoz pokrmů za účelem jejich podávání v rámci provozování hostinské živnosti, 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. Pokrmem se rozumí potravina, včetně nápoje, kuchyňsky upravená studenou nebo teplou cestou nebo ošetřená tak, aby mohla být přímo nebo po ohřevu podána ke konzumaci v rámci stravovací služby.

Stravovací služby je možné dělit dle mnoha hledisek. Jedno z možných dělení je na služby v místě pobytu a služby během přepravy.

Během pobytu v místech cestovního ruchu jde podle Oriěšky (1999) 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 zde poskytovány služby s tím související. Hostinské zařízení může tvořit i více odbytových středisek. Odbytové středisko je samostatná část hostinského zařízení přístupná hostům a je také součástí ubytovacích zařízení kategorie hotel, motel a penzion.

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

Indrová a kol. (2004) tvrdí, že restaurační stravování je poskytováno jako služba, která zajišťuje uspokojení širšího spektra potřeb zákazníků prostřednictvím svých tří funkcí:

1. **funkce stravovací** spočívá v zajištění výživy podáváním hlavních jídel během dne,

2. **funkce doplňková** představuje možnost občerstvení mezi hlavními jídly a nabídku nápojů,
3. **funkce společensko–zábavní** vytváří podmínky pro uspokojení potřeby společenské komunikace, setkávání, zábavy, her, rozptýlení v zařízeních restauračního stravování.

3.5.2 Kategorizace hostinských zařízení

Výše uvedené funkce se podle Indrové a kol. (2004) realizují v konkrétních zařízeních veřejného – restauračního stravování – v provozovnách. Tato zařízení se pro účely statistického sledování v návaznosti na systém používaný v zemích Evropské unie rozčlení do dvou velkých skupin – kategorií. Rozlišovacím kritériem pro začlenění do kategorie je převažující druh poskytovaných služeb.

Indrová a kol. (2004) tvrdí, že jednotky, které slouží především k podávání hlavních jídel během dne, nebo poskytují nabídku, která může hlavní jídla nahradit, řadíme do kategorie „**restaurace**“. Patří sem provozovny typu restaurace, pohostinství, jídelní železniční vozy, motorest, samoobslužná restaurace, bufet, bistro (fast food), občerstvení, kiosky. I v těchto jednotkách však může být realizována funkce doplňková či společensko-zábavní.

Provozovny, které nabízejí zákazníkům uspokojení především společensko-zábavních potřeb, náleží dle Indrové (2004) do kategorie „**bary**“. Řadíme sem denní bary (grill bar, snack bar, aperitiv bar, lobby bar, pizzerie), noční bary (noční klub, varieté, dancing, diskotéka) a dále provozovny specializované na podávání nápojů – vinárna, kavárna, espresso, hostinec, pivnice, výčep. I zde však zákazník může obdržet pokrmy či občerstvení.

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

Podle Doporučení upravujícího základní ukazatele pro kategorizaci hostinských a ubytovacích zařízení (1994) jsou kategorie hostinských provozoven 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.

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 na výrobu kávy typu espresso.

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.⁴

Hostinské zařízení má být dle Orišky (1999) 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.

⁴ Doporučení upravující základní ukazatele pro kategorizaci hostinských a ubytovacích zařízení

3.5.3 Nabídka produktu hostinských zařízení

Indrová a kol. (2004) říkají, že v místech soustředěného cestovního ruchu je zpravidla nejvíce koncentrována i nabídka stravovacích služeb. Kromě tradičních restaurací, kaváren a vináren směřuje nabídka v posledních letech stále více ke specializaci. Mnohem častěji jsou využívány služby etnických (čínských, italských, řeckých atd.) restaurací, objevují se provozovny specializované na určitý druh pokrmů či nápojů – steak housy, drůbeží občerstvení, vegetariánské restaurace, palačinkárny, pizzerie, bary, čajovny – či na určitý způsob nabídky a odbytu – rychlé stravování.

Nabídku hostinského zařízení tvoří podle Oriěšky (1999) určitý objem a sortiment výrobků a služeb určených k uspokojování poptávky. Poptávka závisí zejména na příjmu potenciálních zákazníků (obyvatelstva), cenách jídel a nápojů a na úrovni poskytovaných služeb. Nabídku sortimentu zboží a služeb ovlivňuje charakter hostinského zařízení (kategorie, specializace), sezóna, výrobní a odbytová kapacita, zásobovací situace, nabídka konkurence, požadavky zákazníků apod.

Indrová a kol. (2004) tvrdí, že účastníci cestovního ruchu během svého pobytu zpravidla nejčastěji využívají síť provozoven veřejného stravování v daném místě, která je určena i pro potřeby místních obyvatel. Zvláštní nabídku stravování připravují pro turisty především hotely v rámci svých komplexních služeb. Zde může turista využít stravovacích služeb v různém rozsahu:

- **ubytování se snídaní**
- **polopenze** (snídaně a jedno hlavní jídlo – většinou večeře)
- **plná penze** (snídaně, oběd, večeře)
- **all inclusive** (celodenní stravování i nápoje jsou zahrnuty v ceně pobytu)

3.5.4 Požadavky na stravovací provozovnu

Podle Beránka (2004) je provozovnou stravovacích služeb soubor místností a prostor pro výrobu, přípravu a skladování pokrmů a jejich uvádění do oběhu a pro další související činnost.

Beránek (2004) dále říká, že stravovací službu může poskytovat osoba, která ji provozuje pouze v provozovně, která vyhovuje hygienickým požadavkům

na umístění, stavební konstrukci, prostorové a dispoziční uspořádání, zásobování vodou, vytápění, osvětlení, odstraňování odpadních vod, větrání a další vybavení. Pro provozovny poskytující stravovací služby stanoví požadavky vyhláška o hygienických požadavcích na stravovací služby a o zásadách osobní a provozní hygieny při činnostech epidemiologicky závažných. Provozovna stravovacích služeb se umísťuje a prostorově a dispozičně řeší tak, aby potraviny a suroviny určené k přípravě a výrobě pokrmů nebyly nepříznivě ovlivňovány okolím. Budovy a provozní místnosti musí být zabezpečeny proti vnikání škůdců. Provozovna musí být udržována v čistotě, nesmí docházet k nadměrnému usazování prachu nebo tvorbě plísní. Prostory, které by na sebe vzájemně negativně působily a ovlivňovaly potraviny a pokrmy v kterékoli fázi výroby a uvádění do oběhu, musí být stavebně (samostatná místnost) nebo provozně (pracovní prostor či úsek) odděleny. Návaznost jednotlivých provozních prostorů musí zajišťovat plynulost výrobního procesu a vyloučit možnost negativního ovlivnění produktů. V provozovně poskytující stravovací služby, která je součástí ubytovacího zařízení, a v samostatných provozovnách stravovacích služeb musí být k dispozici pro spotřebitele záchody, které jsou vybaveny předsíní a umyvadlem s tekoucí pitnou vodou a teplou vodou.

4. ANALÝZA UBYTOVACÍCH A STRAVOVACÍCH SLUŽEB NA KLATOVSKU

4.1 Analýza sekundárních údajů

4.1.1 Historie města Klatovy

Předchůdcem města byla trhovía osada, která se nacházela v místech dnešního Pražského Předměstí. Svůj název získala zřejmě ze slova „kláty“, což znamenalo pařezy či špalky, které zůstaly na místě po vykácení lesa.

Královské město Klatovy založil roku 1260 Přemysl Otakar II. Toto místo si vybral především proto, že mělo výhodnou polohu. Nacházelo se totiž poblíž západní hranice českého státu a procházela tudy důležitá obchodní cesta z Čech do Bavorska. Tehdejší obyvatelé byli převážně německého původu.

V současnosti je město Klatovy s více jak 22 tisíci obyvateli významným obchodním i turistickým centrem Pošumaví.

4.1.2 Geografické vymezení Klatov

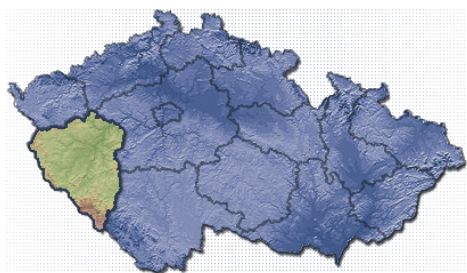


Zdroj: www.sumavanet.cz

Bývalé okresní město Klatovy, ležící v nadmořské výšce 405 m. n. m., se nachází poblíž jihozápadní hranice České republiky se Spolkovou republikou Německo a 42 km jižně od Plzně. Jeho zeměpisné souřadnice jsou pro zajímavost 49,4° severní šířky, 13,3° východní délky. Klatovy jsou často díky své poloze v šumavském podhůří označovány jako „brána Šumavy“. S katastrální výměrou 80,67 km²

je toto město po Plzni druhým největším městem Plzeňského kraje.

4.1.3 Plzeňský kraj a cestovní ruch



Zdroj: www.risy.cz

Plzeňský kraj leží na západě Čech u hranice s německou spolkovou zemí Bavorsko. Zaujímá rozlohu přes 7,5 tis. km². Tento kraj, který patří k největším v České republice, má příhodné podmínky pro cestovní ruch. Nachází se zde velké množství kulturních památek a neporušená příroda. Nejdůležitějším chráněným územím je Národní park Šumava, významná je též chráněná krajinná oblast Český les nebo Boubínský prales. Mezi přírodní zajímavosti patří šumavská jezera ledovcového původu. Na Šumavě lze najít velké množství značených turistických tras, síť cyklostezek a v zimě upravené sjezdovky i běžkařské tratě. Velký zájem je o Zoologickou a botanickou zahradu v Plzni, kterou ročně navštíví zhruba 400 tisíc lidí. V roce 2008 se stala nejvyhledávanějším turistickým cílem v Plzeňském kraji za rok 2008, viz tabulka 3. K dalším významným kulturním památkám se řadí areál Plzeňského Prazdroje s Pivovarským muzeem, zámky Kozel, Zbiroh, Horšovský Týn a hrady Švihov, Radyně, Rabí či Velhartice.

4.1.4 Klatovy a cestovní ruch

Cílem turistů, kteří přijíždějí do Klatov, jsou především historické památky, které se nacházejí na náměstí a v jeho těsné blízkosti. Dominantou Klatov je 81 m vysoká Černá věž, která se svou výškou řadí k nejvyšším památkám okolí. Vedle Černé věže se nachází jezuitský kostel Neposkvrněného početí Panny Marie a svatého Ignáce, v jehož sklepních prostorách jsou umístěné katakomby. Za důležité pamětihodnosti lze označit také barokní lékárnu U Bílého jednorožce, dominikánský kostel sv. Vavřince a arciděkanský kostel Panny Marie.

Velmi významné pro cestovní ruch v Klatovech jsou také různé akce, pořádané jak městem Klatovy, tak soukromými organizátory. Každoročně druhý týden v červenci se zde koná Mezinárodní folklorní festival, který probíhá v rámci tradiční klatovské pouti. Příznivci cykloturistiky vyhledávaný cyklomaraton Author Král Šumavy se koná dvakrát ročně, koncem jara a začátkem podzimu. Dalšími důležitými akcemi, které se v Klatovech uskutečňují, jsou Mogul Šumava Rallye a Historic Vltava Rallye.

Jak už jsem se na začátku tohoto odstavce zmínila, dá se říci, že tyto akce jsou akcemi cestovního ruchu, jelikož přilákají tisíce návštěvníků, které by jinak Klatovy možná ani nenapadlo navštívit. V době konání těchto akcí mají ubytovací zařízení všechny kapacity plně obsazené, taktéž stravovací zařízení jsou velmi vytížená.

Příhodné podmínky jsou na Klatovsku i pro sportovně založené turisty. Nacházejí se zde četné sportovní areály – letní koupaliště, krytý plavecký bazén, zimní stadion, hala na squash, tenisové kurty a další. Klatovy i okolí nabízí díky rozmanitému terénu široké možnosti pro turistiku i cykloturistiku. Pro odpočinek či relaxaci je k dispozici sauna, bazén se slanou vodou nebo solná jeskyně.

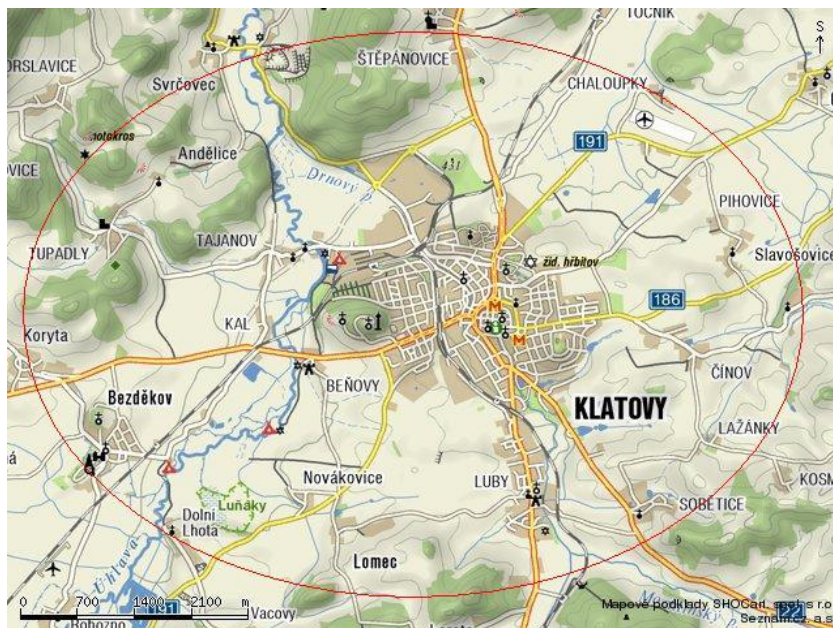
V okolí Klatov lze navštívit také mnoho památek. Jedná se například o zříceninu hradu Klenová, hrad Rabí, hrad Velhartice, vodní hrad Švihov, rozhlednu Bolfánek u Chudenic, Starý zámek Chudenice a Muzeum Josefa Dobrovského.

4.1.5 Ubytovací a stravovací služby na Klatovsku

Klatovy nabízejí svým hostům celé spektrum ubytovacích možností od ubytování v kempech až po ubytování pro náročnější klienty. To samé platí pro služby stravovací, kde si návštěvník může vybrat, zda si chce pochutnat na tradiční české kuchyni, či třeba ochutnat mexické, italské nebo čínské speciality.

Celkově bylo v Klatovech v roce 2008 k dispozici 589 lůžek, viz tabulka 5. Nejvíce jsou z ubytovacích zařízení turisty využívány hotely či penziony, nejméně pak turistické ubytovny a apartmány. Ze stravovacích zařízení jsou oblíbené především restaurace nabízející českou kuchyni. Nejméně turisté využívají zařízení, která jsou v provozu ve večerních a nočních hodinách, tím myslím například bary, hudební kluby a diskotéky. Ty nabízejí služby spíše místním obyvatelům. Zařízení ubytovacích a stravovacích služeb jsou provozována samostatně, nejsou tedy členy žádných řetězců, navíc patrná není ani spolupráce mezi těmito subjekty.

Před kvantitativním výčtem ubytovacích a stravovacích služeb na Klatovsku je nejprve nutné přesně vymezit oblast Klatovsko.



Zdroj: mapy.cz

Do oblasti Klatovsko jsem zařadila město Klatovy a přilehlé obce, které většinou spadají pod toto město.

4.1.5.1 Kvantitativní vymezení ubytovacích a stravovacích zařízení v oblasti Klatov

Tabulka 2:

Ubytovací zařízení	
Hotely	6
Apartmány	2
Penziony	14
Turistické ubytovny	5
Kempy	3
Stravovací zařízení	
Restaurace	31
Pizzerie	8
Jídelny a rychlá občerstvení	5
Cukrárny a kavárny	8
Čajovny	1
Vinárny	5
Pivnice a bary	12
Hudební kluby a živá hudba	6
Disco	2

Zdroj: Vlastní šetření

4.1.5.2 Analýza vybraných ubytovacích a stravovacích zařízení

Vybírala jsem několik ubytovacích a stravovacích zařízení na Klatovsku, které jsou dle mého názoru nejčastěji využívány.

WELLNESS HOTEL CENTRÁL



Zdroj: <http://www.in-travel.cz>

Hotel Centrál leží v klidné části města nedaleko od centra Klatov. V hotelu je možné se ubytovat ve 2 jednolůžkových, 41 dvoulůžkových pokojích a 4 apartmá. Pokoje jsou vybavené ve stylu 30. let 20. století. Ve všech pokojích je koupelna, WC, telefon a barevná televize se satelitním příjmem. Motorizovaní hosté mohou využít k zaparkování svého vozu deset hotelových garáží. V hotelu se nachází stylová restaurace, která nabízí jak českou, tak mezinárodní kuchyni. Dále je k dispozici bar, salonek pro 45 osob a sál o kapacitě do 100 osob. K dalším službám hotelu patří nově otevřené wellness centrum. Ubytování hosté, ale i místní obyvatelé mohou relaxovat v bazénu o velikosti 8 x 6 m se slanou vodou, protiproudem, vodopádem a masážními lavicemi. Dále je možné využít multifunkční saunu, masáže, hydroterapii, termoterapii a uhlíčit koupele.

Toto ubytovací zařízení využívají především senioři. Ti sem jezdí hlavně kvůli nabídce wellness služeb. V menší míře vyhledávají hotel Centrál rodiny s dětmi a business klientela.

HOTEL ENNIUS



Zdroj: www.ennius.sweb.cz

V historickém centru města, téměř na klatovském náměstí, se nachází zrekonstruovaná historická budova hotelu Ennius. Hotel disponuje 50 lůžky a klient má na výběr z 26 pokojů. K hotelu patří stylově řešená restaurace se staročeskou pecí, kde si hosté mohou vybrat ze specialit staročeské i světové kuchyně. V letním období je k dispozici terasa, která má kapacitu 50 hostů. V hotelu Ennius se nachází také tzv. Katovna, ve které se konají svatby, školení, oslavy, malé koncerty a ostatní

akce pro uzavřenou společnost. Kapacita Katovny je 30 míst. Mezi další služby hotelu patří hotelové taxi, zajištění průvodcovských služeb a zprostředkování návštěv různých kulturních a sportovních akcí.

Tento hotel je vyhledávaný movitějšími hosty především z Německa vzhledem ke svým cenám, které nepatří mezi nejnižší. Jelikož se hotel Ennius nachází téměř na klatovském náměstí, jak jsem se již na začátku odstavce zmínila, nemá k dispozici žádné parkovací plochy, což je dle mého názoru velký nedostatek.

HOTEL ROZVOJ



Zdroj: www.sumavanet.cz/rozvoj

Hotel Rozvoj leží v klidném prostředí nedaleko středu města, ve směru na Plánici. Nabízí ubytování ve 24 pokojích, které jsou jednolůžkové až třílůžkové nebo v hotelovém apartmá. K dispozici je celkem 60 lůžek. Pokoje jsou vybaveny klasicky. V každém je telefon, televize, sociální zařízení a sprcha. Hotel má bezbariérový přístup, který umožňuje ubytování a stravování pro tělesně postižené hosty. Součástí hotelu je také restaurace, pivnice, salonek a menší konferenční místnost. V letních dnech je pro návštěvníky otevřena slunná terasa. Kromě klasické možnosti stravování nabízí hotel také svatební hostiny, slavnostní večírky a občerstvení při obchodních jednáních.

Podle mého názoru je tento hotel vhodný spíše pro méně náročné klienty, kterým nevadí starší vybavení pokojů i restaurace.

HOTEL SPORT



Zdroj: sumavanet.cz/hotelsport

Hotel Sport je situován do klidné části města u lesoparku Hůrka. Poblíž hotelu se nachází sportovní haly, atletický a fotbalový stadion, zimní stadion, lesopark s běžeckými trasami, fitnesscentrum, volejbalové a tenisové kurty, squash, bowling, pronájem horských kol, beach-volejbalové kurty, venkovní i krytý bazén. K dispozici je také sauna

s vířivou vanou. Díky velkým možnostem sportovního vyžití je hotel vhodný především pro sportovní soustředění či školy v přírodě. Častými hosty jsou také zahraniční zaměstnanci klatovských firem, kteří jsou zde ubytováni po delší dobu v mimosezónním období. Ubytování je možné buď v pokojích s vlastním sociálním zařízením, nebo v pokojích se společným sociálním zařízením na patře. V budově hotelu se nachází restaurace s kapacitou 50 míst, která je v provozu pouze při předem domluvených akcích pro více než 20 osob.

Hotel Sport je vhodný především pro turisty vyhledávající skromné ubytování hostelového typu.

HOTEL RUAL



Zdroj: www.rual.cz

Hotel Rual, který je vybudován z bývalého mlýna, se nachází na samotě, cca 3 km od Klatov u obce Bezděkov-Poborovice. V hotelu je k dispozici 12 pokojů. Celková kapacita činí 32 lůžek. Všechny pokoje jsou vybaveny televizí se satelitem, wi-fi a sociálním zařízením. Je možnost ubytování i domácích mazlíčků. K hotelu patří útulná restaurace, která má kapacitu 50 míst, salónek nabízí cca 25 míst, na letní terase s dětským koutkem je přibližně 60 míst. Hosté si mohou vybrat z české, minutkové a mexické kuchyně, dále jsou nabízeny rybí speciality. V areálu hotelu Rual se nachází Camp Rual. Hosté mohou využít přírodní hřiště na volejbal, nohejbal, házenou, zahrát si petang, rybařit na vlastním rybníčku nebo si zapůjčit kano. Kromě kempu se v areálu nachází také farma, která sice není žádným velkochovem, přesto zde žije přibližně 20 ovcí, 10 krav a několik býčků.

Toto zařízení je vhodné pro jak pro rodiny s dětmi, tak pro lidi, kteří si přejí strávit klidnou dovolenou a načerpat nové síly v přírodě. Příjemné posezení na terase využívají často i cyklisté.

COUNTRY SALOON BEŇOVY



Zdroj: www.sumavanet.cz/saloonbenovy

Country Saloon Beňovy je umístěn cca 1 km od Klatov směrem na Domažlice. Jedná se o malý penzion, který nabízí 9 dvoulůžkových pokojů, 1 trojlůžkový, 1 jednolůžkový a 1 pokoj bezbariérový. Kapacita penzionu je přibližně

30 osob. Pokoje jsou zařízené v country stylu. Jsou vybaveny televizí a sociálním zařízením se sprchovým koutem. V penzionu je možné se ubytovat se psem. Hosté mohou využít pro parkování svého vozu parkoviště nebo za poplatek garáž. Součástí penzionu je stylová restaurace s kapacitou 110 míst. Pro uzavřené skupiny je k dispozici otevřená galerie s vlastním barem. Při vhodném počasí je otevřena terasa s 50 místy. Restaurace nabízí velký výběr jídel grilovaných na otevřeném ohni, taktéž jídla pro vegetariány. Každou sobotu je připraven večerní program. Hosté si mohou přijít poslechnout a zatančit na různé styly country muziky.

Tento penzion patří mezi velmi vyhledávané. Více než služby ubytovací jsou využívány služby stravovací, jelikož zdejší kuchyně patří k vyhlášeným a uspokojí nároky i velkých gurmánů. Na prodloužené víkendy či jen na zastávku na oběd či večeři sem jezdí především turisté z Německa.

PENZION MOTOREST U HRACHŮ



Zdroj: sumavanet.cz/uhrachu

Penzion leží cca 1 km od Klatov v obci Sobětice u frekventované silnice směrem na Strakonice. Nabízí ubytování v jednolůžkových a dvojlůžkových pokojích s možností přistýlky. Na každém pokoji je

k dispozici barevná televize se satelitem. Celková kapacita penzionu činí 17 lůžek. K penzionu patří restaurace se 120 místy. Pro rodinné oslavy, večírky, svatby a jiné akce je možné zamluvit salonek. V letním období je otevřena terasa, která má kapacitu 60 míst. Pro řidiče kamionů je k dispozici velký parkovací prostor a veřejné sprchy.

Více než ubytovací služby tohoto penzionu jsou využívány služby stravovací. Toto zařízení je oblíbené především u motoristů a u řidičů kamionů.

AUTOCAMPING KLATOVY LÁZNĚ



Zdroj: www.klatovynet.cz/kemp

Autocamping leží na okraji Klatov, v krásném prostředí poblíž řeky Úhlavy. Nachází se v blízkosti letních lázní a krytého plaveckého bazénu. Autocamping nabízí 28 míst pro obytné přívěsy a 32 míst pro stany. K dispozici je základní vybavení, jako jsou sprchy, sociální zařízení, kuchyňka, jídelna a možnost připojení obytných přívěsů na rozvod elektrické energie. V areálu autocampingu je také možné využít služeb bistra. Samozřejmostí je bezbariérový přístup.

Autocamping v Klatovech využívají především holandské turisté, jejichž doba pobytu je minimálně čtrnáct dní.

GASTRO KOMPLEX TEP



Zdroj: www.rooty.cz/tep/restaurace.html

Tento komplex, který se nachází v historickém centru Klatov, se skládá z restaurace, kavárny a cukrárny, pivnice, herny a music clubu. Restaurace má v nabídce nejen národní, ale i netradiční jídla. K dispozici je 100 míst k sezení. K restauraci patří salonek, ve kterém je připraveno 16 míst. O vyhlášenosti této restaurace svědčí mnoho známých osobností, které ji navštívili při své zastávce v Klatovech. Jedná se například o Václava Klause s Livií Klausovou, Jiřího Suchého či Jaromíra Jágra.

Luxusní restaurace a kavárna s cukrárnou jsou oblíbené především u zahraničních turistů nebo u business klientely vzhledem k nabízeným cenám. Zbytek komplexu využívají ve velké míře místní obyvatelé.

Pro tuto restauraci jsem připravila rozšíření služeb na základě poznatků z řízených rozhovorů, kde jsem zjistila, že nejpočetnější skupinou turistů přijíždějících do Klatov jsou senioři. Soubor služeb bude proto určen právě jim. Tento soubor služeb bude detailněji rozveden v kapitole Návrhy a doporučení.

PILSNER URQUELL ORIGINAL RESTAURANT STŘELNICE KLATOVY



Zdroj: www.strelnice-kt.cz

Tato stylová restaurace, která se nachází nedaleko klatovského náměstí, nabízí především českou kuchyni. Hosté zde mohou ochutnat kvalitně ošetřená piva sortimentu Plzeňského Prazdroje.

Restaurace je vyzdobena dobovými fotografiemi a replikami historického náčiní, které se používalo k výrobě piva. V areálu Střelnice se nachází také music club, bowling se třemi dráhami a prostor ke konání soukromých setkání až pro 100 osob. V letních měsících je otevřena velká terasa.

O kvalitě této restaurace svědčí fakt, že se dostala mezi TOP 100 nejoblíbenějších restaurací ČR, což vyplynulo z výsledků hlasování spotřebitelů v Pilsner Urquell Pub Guide 2010. Obsadila dokonce čtvrté až sedmé místo v rámci Plzeňského kraje. Hodnotila se chuť piva, jídla, atmosféra prostředí, kvalita obsluhy a možnosti dalšího vyžití.

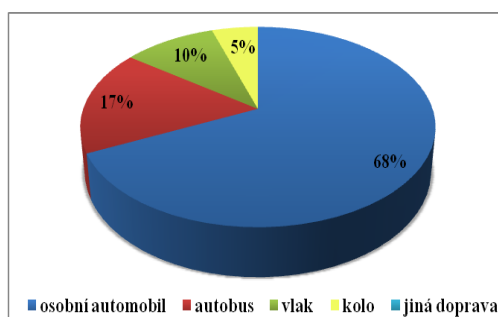
4.2 Analýza primárních údajů

4.2.1 Dotazníkové šetření

Abych získala pohled ze strany poptávky, provedla jsem terénní šetření pomocí dotazníků. Sběr dat proběhl v červenci, srpnu a září 2009 v ubytovacích zařízeních v Klatovech, konkrétně v hotelu Sport, Ennius a Centrál. Dotazníky jsem vytvořila ve dvou verzích - české a německé. Dotazník obsahoval 20 otázek. Celkem odpovědělo 97 respondentů. Nejvíce vyplněných dotazníků jsem získala z hotelu Sport.

1. Jakým dopravním prostředkem jste se do Klatov dopravil/a?

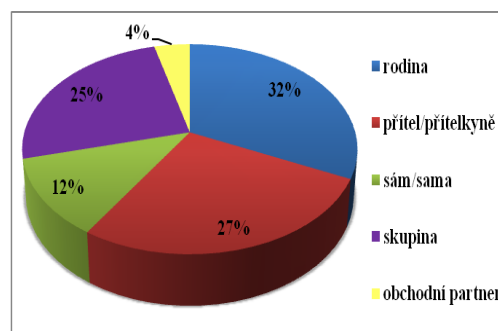
Graf 1:



Z grafu je zřejmé, že více než polovina účastníků dotazníkového šetření (66) přijela do oblasti Klatov automobilem. Druhým nejčastěji používaným dopravním prostředkem je autobus (16 účastníků). Silniční doprava tudíž tvoří nejdůležitější formu pro příjezd účastníků cestovního ruchu. Vlak využilo pouze 10 turistů, na kole jich přijelo 5 a jinou dopravu nevyužil nikdo.

2. S kým jste do oblasti Klatov přijel/a?

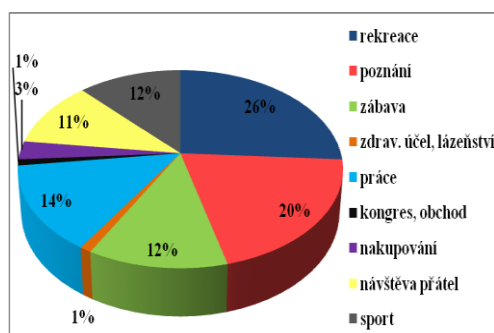
Graf 2:



Nejvíce účastníků přijelo na Klatovsko s rodinou (31), hned za tím následují ti, kteří přijeli s přítelem či přítelkyní (26). Se skupinou navštívilo tuto oblast 24 respondentů. Do Klatov zavítalo 12 účastníků, kteří přijeli sami. A jen 4 lidé přijeli s obchodním partnerem.

3. Jaký je účel Vaší cesty?

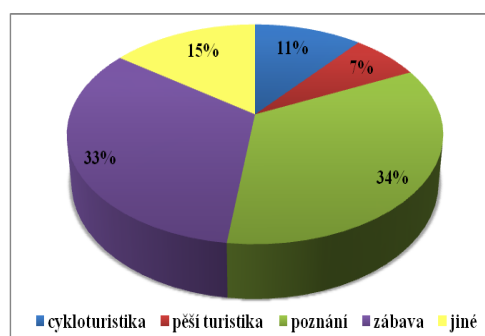
Graf 3:



Nejvíce účastníků dotazníkového šetření přijelo do oblasti Klatov za účelem rekreace (25). Dále turisté navštívili Klatovy kvůli poznání (18). 14 respondentů přijelo za prací. Toto se týká především těch, kteří přijeli z východní Evropy či Asie a v Klatovech pracují na dělnických pozicích. Turisty dále láká zábava. Takto odpovědělo 12 účastníků. Stejně množství respondentů přijelo do Klatov sportovat. Ti jsou ubytovaní především v hotelu Sport, který nabízí největší možnosti sportovního vyžití. 11 turistů přijelo na Klatovsko navštívit přátele. 3 lidé přijeli za účelem nákupu a 1 člověk kvůli zdravotnímu účelu.

4. Které aktivity jsou pro Vás nejlákavější?

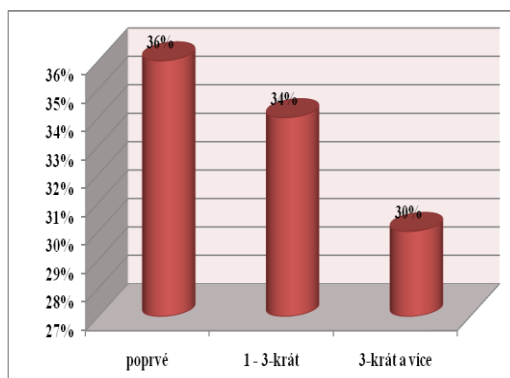
Graf 4:



Z grafu vyplývá, že nejvíce respondentů (33) má rádo poznání, což se týká především památek a přírody. Zábavu upřednostňuje 32 účastníků šetření. Jiné aktivity lákají 15 % dotazovaných. Zde se jedná především o sport. 11 návštěvníků má nejraději cykloturistiku a 7 pěší turistiku.

5. Po kolikáté jste navštívil/a tuto oblast?

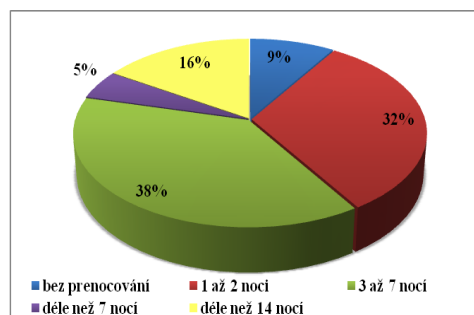
Graf 5:



Většina účastníků dotazníkového šetření už zde jednou či vícekrát byla. Jedná se o 64 %, tedy o 62 respondentů. Z toho třikrát a vícekrát zavítalo do oblasti Klatov 30 % turistů. Poprvé Klatovsko navštívilo 35 dotazovaných.

6. Jak dlouhý je (bude) Váš pobyt?

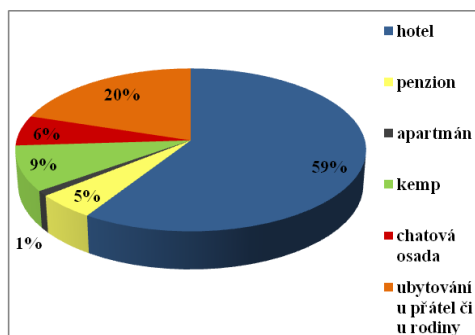
Graf 6:



Z grafu vyplývá, že více než třetina účastníků dotazníkového šetření (37) se v regionu zdrží 3 až 7 nocí. 31 respondentů zde pobude 1 až 2 noci. 15 lidí zde zůstane déle než 14 dní. To se týká především těch, kteří zde dočasně pracují. 9 dotazovaných Klatovy pouze navštíví a nepřenocuje zde. A 5 účastníků se zde zdrží déle než 7 nocí.

7. Kde jste ubytován/a po dobu pobytu?

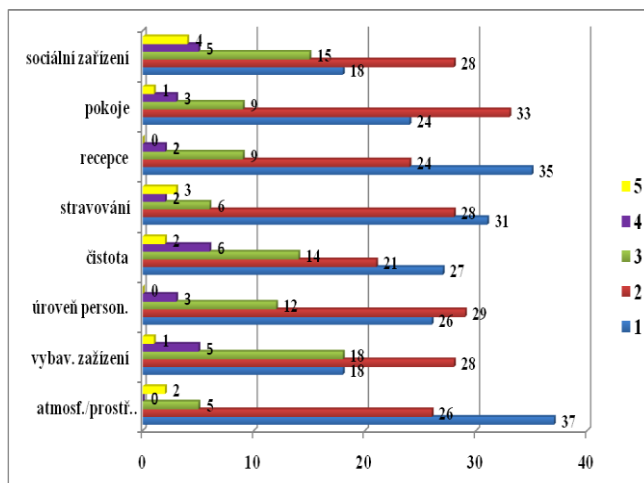
Graf 7:



Z předchozí otázky vyplynulo, že v oblasti Klatov přenocovalo 88 dotazovaných. Více než polovina z nich (52) využívá hotel. To je dané také tím, že výzkum probíhal právě v těchto ubytovacích zařízeních. 20 % je ubytováno u přátel či u rodiny, což činí 18 dotazovaných. Zde je nutné zmínit ubytování v chatách či rekreačních chalupách. 8 respondentů pobývá v kempu, 5 v chatové osadě a 4 v penzionu. Apartmán využil 1 člověk. V jiném ubytovacím zařízení nepřenocoval nikdo.

8. Ohodnoťte svoji spokojenost s jednotlivými službami ubytovacího/ubytovacích zařízení v Klatovech.

Graf 8:

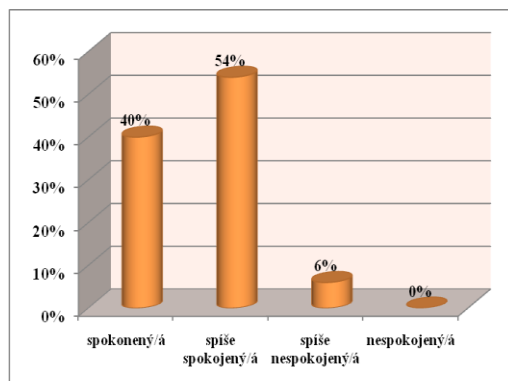


Na tuto otázku odpovídali pouze ti účastníci, kteří v regionu přenocovali. Nezahrnují se sem však ti, kteří byli ubytováni u přátel či rodiny. Celkově tedy odpovědělo 70 respondentů. Nejlépe byla hodnocena atmosféra nebo prostředí, 37 lidí ji hodnotilo na výbornou. Takovou atmosféru mají především menší hotely či penziony,

jejichž personál se může plně věnovat svým klientům. Nejvíce nedostatečných, tedy 4, dostala položka sociální zařízení.

9. Označte prosím celkovou spokojenost s ubytovacími službami v oblasti Klatov.

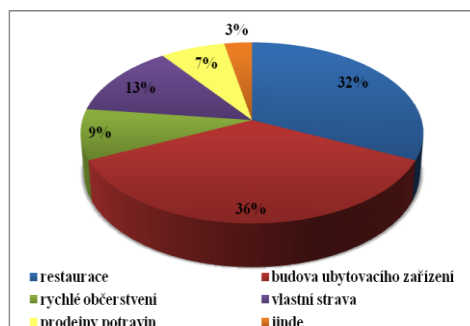
Graf 9:



Stejně jako na předchozí otázku odpovídali i na tuto pouze ti účastníci, kteří v oblasti přenocovali, vyjma těch, kteří byli ubytováni u přátel či rodiny. Celkově tedy odpovědělo opět 70 respondentů. Více než polovina z nich je s ubytovacími službami spíše spokojená. Jedná se o 38 dotazovaných. 28 je spokojeno zcela, 4 spíše nespokojení. Zcela nespokojen není nikdo.

10. Kde se během svého pobytu převážně stravujete?

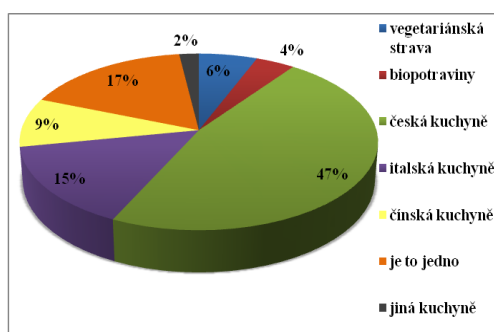
Graf 10:



Budovu ubytovacího zařízení využívá 36 %, což představuje 35 respondentů. Dalším nejvíce využívaným stravovacím zařízením je restaurace, kde se stravuje 31 dotazovaných. 13 dotazovaných upřednostňuje vlastní stravu. Rychlé občerstvení využívá 9 turistů, prodejny potravin 7 turistů a jinde se stravují 3 turisté. Ti doplnili, že se stravují u příbuzných.

11. Jakou stravu preferujete?

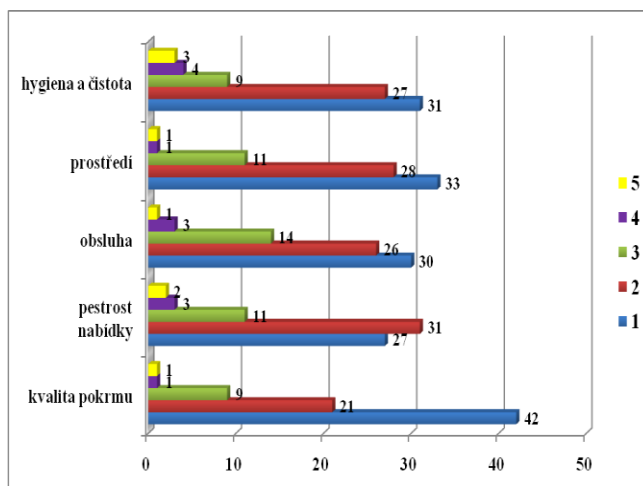
Graf 11:



Téměř polovina účastníků šetření (46) odpověděla, že upřednostňuje českou kuchyni. 16-ti lidem je jedno, co jedí, chutná jim vše. Italskou kuchyni upřednostňuje 14 respondentů, čínskou 9. Vegetariánskou stravu má rádo 6 dotazovaných a biopotraviny 4 dotazovaní. Jiné kuchyni dávají přednost 2 lidé. Ti jedí pouze veganskou stravu.

12. Jak jste spokojen/a s úrovní stravovacího zařízení v Klatovech?

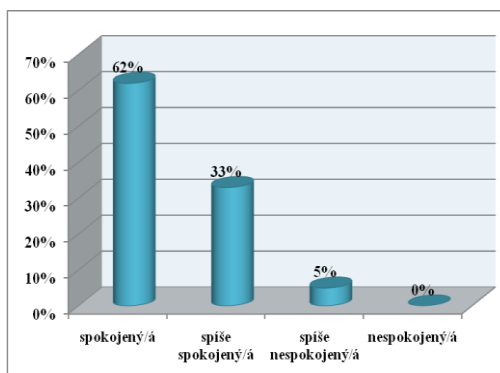
Graf 12:



Zde odpovídali pouze ti respondenti, kteří stravovací zařízení využili. Z celkového počtu 97 dotazovaných 23 těchto služeb nevyužívá. To znamená, že se stravují buď u příbuzných či rodiny, nebo že si vaří sami anebo potraviny nakupují. Zbývající část respondentů (74) ohodnotila nejlépe kvalitu pokrmu. 42 návštěvníků stravovacích zařízení ji ohodnotilo na výbornou. Nejhůře si podle respondentů stojí hygiena a čistota. Tato položka dostala 3 nedostatečné.

13. Označte prosím celkovou spokojenost se stravovacími službami.

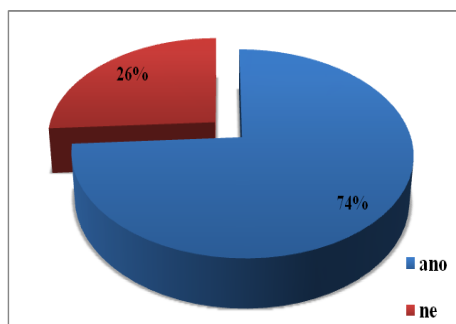
Graf 13:



Stejně jako na předchozí otázku odpovídali opět pouze ti, kteří stravovací zařízení využili. Ze 74 respondentů je 46 spokojeno zcela, 24 dotazovaných je spíše spokojeno, 4 spíše nespokojení a zcela nespokojen není nikdo.

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

Graf 14:



74 % dotazovaných je s poměrem mezi cenou a kvalitou služeb spokojeno. 26 % návštěvníků však tento názor nesdílí. Uvítali by nižší ceny při dosavadní kvalitě služeb, nebo naopak lepší kvalitu.

15. Co hodnotíte pozitivně na ubytovacích a stravovacích službách v této oblasti?

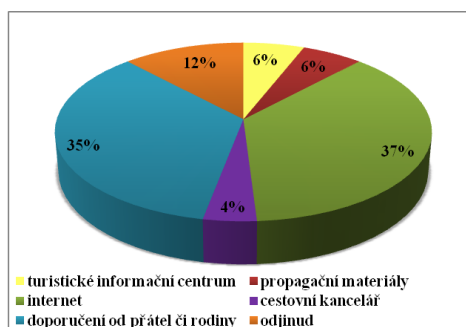
Na tuto otázku odpovídali opět pouze ti, kteří tato zařízení využili. Dá se říci, že každý měl svoji specifickou odpověď, vyjmenuji jen některé, jako je například milý či ochotný personál, velké porce jídel, jejich výběr, vybavenost zařízení, interiér, krásné prostředí, klid, ceny, dostupnost, četnost zařízení, kvalita, čistota, možnosti wellness služeb, dětské koutky, sportovní areál u ubytovacího zařízení, venkovní posezení atd.

16. Co se Vám naopak na těchto službách nelíbí a co byste změnil/a?

Nejvíce návštěvníkům vadila absence parkoviště nebo nedostatek parkovacích míst a také nečistota toalet. Respondenti byli dále nespokojeni například s kouřením v restauracích, nepříjemnou obsluhou, dlouhým čekáním na ni, zastaralým nábytkem, s nemožností úschovy většího počtu kol a s malým výběrem vegetariánských jídel.

17. Odkud jste se dozvěděl/a o této destinaci?

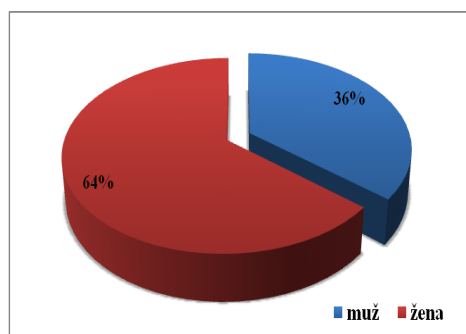
Graf 15:



Nejvíce účastníků dotazníkového šetření (36) se o Klatovech dozvědělo z internetu. 34 respondentům doporučili tuto destinaci přátelé či rodina. 11 návštěvníků získalo informace o Klatovech jiným způsobem. Zde dotazovaní odpověděli, že od trenéra (jedná se o dětský oddíl basketbalu, který byl ubytován v hotelu Sport). 6 respondentů se o destinaci dozvědělo z turistického informačního centra, stejný počet pak z propagačních materiálů. Informovat se v cestovní kanceláři byli pouze 4 turisté.

18. Osobní údaje – pohlaví

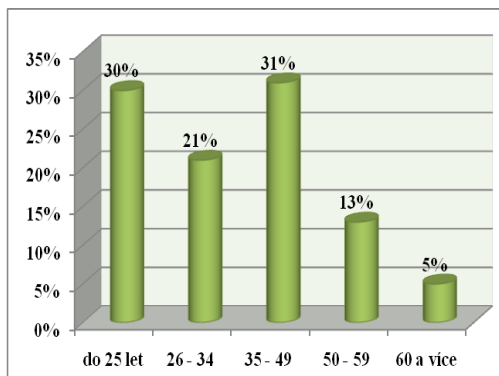
Graf 16:



Z 97 dotazovaných bylo 62 žen, zbytek (35) tvořili muži.

19. Osobní údaje – věk

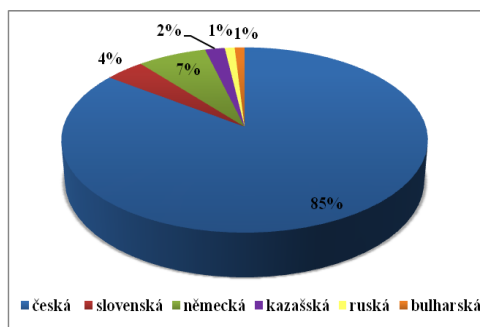
Graf 17:



Dotazník vyplnili lidé všech věkových kategorií. Nejvíce však ve věku 35 – 49 let (30 respondentů). Téměř stejné množství respondentů (29) bylo z věkové kategorie do 25 let. 20 dotazovaných patřilo do věkové kategorie 26 – 34 let, 13 účastníků dotazníkového šetření bylo ve věku 50 – 59 a 5 ve věku 60 a více.

20. Osobní údaje – národnost

Graf 18:



Naprostá většina dotazovaných je národnosti české. Jedná se o 82 respondentů. 7 účastníků je národnosti německé, 4 slovenské, 2 kazašské, 1 ruské a 1 bulharské.

4.2.1.1 Shrnutí dotazníkového šetření

Věkové složení návštěvníků je víceméně rovnoměrné, největší část však tvoří lidé do 25 let a mezi 35 a 49 lety. Mezi turisty převažují Češi, v menší míře navštěvují Klatovsko Němci. Nejvíce je využívána silniční doprava, železniční už tak oblíbená není. Nejčastěji přijíždějí návštěvníci s rodinou, případně s přítelem či přítelkyní, v hojném počtu též se skupinou. Klatovsko je vyhledávané především kvůli poznání a rekreaci. Mnoho účastníků dotazníkového šetření přijelo též za zábavou a sportem. Zajímavým zjištěním je, že téměř každý sedmý respondent přijel do Klatov kvůli pracovnímu účelu. Nejčastější délka pobytu je 3-7 dní, o něco méně turistů zůstane jen na 1-2 dny. Z ubytovacích zařízení jsou vyhledávané nejvíce hotely, následuje ubytování u přátel či rodiny. Nejméně se turisté ubytovávají v apartmánech. Respondenti jsou většinou s ubytovacími zařízeními spíše spokojeni. Nejpozitivněji je hodnocena atmosféra zařízení a jejich prostředí, nejméně pozitivně čistota sociálních zařízení. Turisté jsou dále spokojeni s interiérem, vybaveností a dostupností zařízení, s dětskými koutky, sportovním areálem u ubytovacího zařízení, venkovním posezením atd. Nejvíce nespokojeni jsou například se skromným vybavením pokojů, zastaralým nábytkem a nepříjemnou obsluhou. Návštěvníci se stravují většinou v budově ubytovacího zařízení, což je do jisté míry v rozporu s aktuálními trendy, ale určitě ne v rozporu s plány hoteliérů. Pro uspokojování stravovacích potřeb jsou méně často voleny prodejny potravin, ale i s touto formou konkurence musí provozovatelé stravovacích zařízení počítat. Nejvíce preferovaná je kuchyně česká, přesto poměrně velká část účastníků dotazníkového šetření se spokojí se všemi druhy jídel. Oblíbená je též kuchyně italská. Dotazovaní jsou se stravovacími službami většinou spokojeni. Nejvíce spokojeni jsou s kvalitou pokrmu a nejméně s hygienou a čistotou. Respondenti pozitivně hodnotili také venkovní posezení, velké porce jídel, jejich výběr atd. Negativně hodnoceno bylo například kouření v restauracích, nepříjemná obsluha a dlouhé čekání na ni. Turisté se dozvěděli o Klatovech především z internetu a od přátel či rodiny, informovat se v cestovní kanceláři bylo pouze minimum z nich.

4.2.2 Řízené rozhovory

4.2.2.1 Řízený rozhovor v hotelu Centrál

Pro získání pohledu ze strany majitele nebo vedoucího hotelu jsem se rozhodla udělat řízený rozhovor s majitelkou hotelu Centrál paní Soňou Šátralovou. Ptala jsem se na základní informace, týkající se chodu hotelu.

1. Jak dlouho podnikáte v oblasti hotelnictví?

V oblasti hotelnictví podnikáme již 15 let.

2. Je Vaše zařízení klasifikováno dle Oficiální jednotné klasifikace? Kolik má hvězdiček?

Zatím není, ale neoficiálně jsou mu přiřazovány tři hvězdičky. Na klasifikaci se však chystáme, dokonce jsme už poslali žádost. Nejspíše nám budou přiděleny pouze dvě hvězdičky, protože hotel nespĺňuje všechny požadavky k tomu, aby mu byly přiřazeny hvězdičky tři. (Přibližně měsíc po řízeném rozhovoru, dne 14. 3. 2010 byl hotel certifikován. Hotel spadá do kategorie dvě hvězdičky superior).

3. Kolik máte zaměstnanců?

V hotelu pracuje 17 zaměstnanců.

4. Nabízíte zaměstnancům nějaká školení či kurzy?

Ano, jedná se o školení především pro kuchaře. Jde o kurzy pořádané dodavateli, např. kurz od Vitany.

5. Za jakým účelem si myslíte, že klienti nejčastěji přijíždějí do hotelu/oblasti?

Nejčastěji přijíždějí klienti, kteří vyhledávají relaxaci (většinou o víkendu). Dále přijíždí business klientela (během týdne). Jedná se především o obchodní partnery velkých klatovských firem, jako jsou Joka, Rodenstock, Wilens, Aeroxon, Mlékárny Klatovy nebo Drůbežářský závod Klatovy.

6. Jaké služby kromě základních nabízíte?

Jedná se především o wellness služby. K nabídce hotelu patří také kongresové služby.

7. Proč jste se rozhodli pro poskytování právě wellness služeb?

V dnešní době je nutné nabídnout něco navíc, aby hotel přilákal co nejvíce hostů. Navíc se v hotelovém suterénu nacházely nevyužité prostory. Nejpodstatnější však byla poskytnutá dotace z evropských fondů, která pokryla významnou část nákladů na výstavbu.

8. Které z Vámi nabízených služeb klienti nejvíce využívají?

Klienti nejvíce využívají vnitřní bazén se slanou vodou a saunu.

9. Má Vaše zařízení prostory vhodné ke konání kongresových akcí?

Ano, k dispozici je sál s kapacitou do 100 osob při divadelním uspořádání a salonek s kapacitou do 50 osob opět při divadelním uspořádání.

10. Jaký dopravní prostředek nejčastěji využívají Vaši klienti?

50 % turistů přijede automobilem a 50 % autobusem.

11. Máte dostatek parkovacích míst?

Hotel nabízí deset hotelových garáží. Přesto tato kapacita nestačí a máme čím dál větší problémy s nedostatkem parkovacích ploch.

12. Ubytováváte spíše zahraniční hosty, nebo českou klientelu?

Hotel Centrální vyhledává cca 50 % českých a 50 % zahraničních klientů. Ze zahraničních návštěvníků převažují Němci.

13. Máte spíše stálé hosty, kteří se k vám vrací, nebo Vašich služeb využívají spíše noví návštěvníci?

Do hotelu jezdí stálí i noví hosté. V případě stálých hostů jde o business klientelu, v případě hostů přijíždějících kvůli relaxaci se klienti obměňují.

14. Jaké skupiny osob nejčastěji jezdí do Vašeho zařízení?

Nejčtenější skupinou, která přijíždí do hotelu, jsou senioři.

15. Je Vaše zařízení připraveno na pobyt dětí?

Ano, hotel poskytuje přistýlky pro děti, nabízí také rodinné pokoje. V letních měsících je v provozu dětské hřiště.

16. Jak dlouhý je obvykle pobyt klientů ve Vašem zařízení?

Obchodníci zůstávají obvykle jeden den (pouze zde přespí). U skupin je pobyt dlouhý v průměru tři dny.

17. Jaký je celkový počet pokojů ve Vašem zařízení? Kolik nabízíte lůžek?

Hotel nabízí 47 pokojů a 98 lůžek.

18. Jaké typy ubytování máte ve své nabídce?

K dispozici jsou 2 jednolůžkové pokoje, 41 dvoulůžkových pokojů a 4 apartmá.

19. Jak jsou pokoje zařízené?

Veškeré pokoje jsou zařízené ve stylu 30. let 20. století. Mají vlastní koupelnu, sociální zařízení, telefon a barevnou televizi se satelitním příjmem.

20. Stravují se klienti spíše ve Vašem zařízení, nebo využívají jiná stravovací zařízení? Navštěvují Vaše stravovací zařízení i jiní hosté než ubytovaní?

Ubytování hosté se stravují především v hotelu. Hotelovou restauraci využívají i jiní lidé včetně místních obyvatel.

21. Jaké formy stravování nabízíte?

Hosté si mohou vybrat ze všech forem stravování od snídaně až po plnou penzi nebo plnou penzi včetně nápojů. Snídaně a večeře jsou nabízeny formou švédských stolů, oběd a večeře formou sestavy ze tří chodů s možností výběru ze tří menu. U oběda je pro závodní stravování nabízen výběr z deseti jídel.

22. Jakou stravu nabízíte?

Hotel nabízí jak českou, tak mezinárodní kuchyni.

23. Máte přehled, jaká jídla si u Vás návštěvníci nejčastěji vybírají?

Ano, jde především o klasická jídla, jako je řízek, svíčková, guláš či smažený sýr.

24. Oddělujete prostory pro kuřáky a nekuřáky? Jakým způsobem?

Ano, máme místnost zvlášť pro kuřáky a zvlášť pro nekuřáky.

25. Zajímáte se o názory či výtky ze strany hosta? Pokud je host nespokojen, co s tím děláte? Co děláte naopak pro spokojenost klientů?

Pokud je host nespokojen, snažíme se problémy ihned řešit. Pro spokojenost hostů se snažíme o maximální zkvalitnění služeb. Jsou nabízeny programy, aby měli klienti co dělat, zajišťovány ostatní aktivity, jako je například jízda na koni. Existuje zpětná vazba recepce. To znamená, že se recepční ptají na spokojenost, jak během pobytu, tak po ukončení pobytu.

26. Je Vaše zařízení součástí nějakého řetězce?

Ne, naše zařízení není členem žádného řetězce.

27. Jste spokojeni se ziskovostí a obsazeností Vašeho zařízení?

Vždy by mohlo být lépe, ale stěžovat si na neobsazenost nemůžeme.

28. Je ve Vašem ubytovacím zařízení patrná sezónnost?

Sezónnost patrná určitě je. Mezi nejlepší období patří jaro a podzim. To je především kvůli seniorům, kteří cestují, když není příliš teplo. Také obchodníci jezdí v tomto období nejčastěji. Nejhorší období je naopak od listopadu po březen, vyjma silvestru a Vánoc, kdy je hotel plně obsazen. V létě také není návštěvnost nejlepší. To je podle majitelky díky tomu, že lidé (především rodiny s dětmi) volí v tomto období spíše dovolenou u moře.

29. Zaznamenali jste pokles tržeb v souvislosti s ekonomickou krizí?

Ano, pokles tržeb byl patrný.

30. Sledujete konkurenci v okolí, snažíte se ji nějakým způsobem přizpůsobit?

Konkurenci v okolí příliš nesledujeme.

31. Ohrožuje Vás nějakým způsobem konkurence?

Ano, velkou konkurenci spatřujeme především v hotelu Ennius.

32. Jakou používáte podporu prodeje?

Hotel má vlastní internetové stránky, prezentuje se na různých veletrzích a spolupracuje s cestovními kancelářemi jako je Čedok, Atis a CK Za sluncem.

33. Máte do budoucna nějaké plány na zlepšení Vašeho zařízení?

Všechny plány, které jsme měli, byly již zrealizovány. V lednu byl dokončen venkovní vyhříváný bazén se slanou vodou, terasa s kapacitou 90 osob, dětské hřiště a nově upravená zahrada. K tomu přispěl velkou mírou druhý blok dotace, kterou hotel dostal.

4.2.2.2 Řízený rozhovor v Informačním centru Klatovy

Abych získala pohled i z jiné strany než ze strany majitelů ubytovacích zařízení, rozhodla jsem se provést řízený rozhovor v Informačním centru Klatovy. Řízený rozhovor mi poskytla vedoucí Informačního centra Klatovy a zároveň vedoucí Odboru školství, kultury a cestovního ruchu v Klatovech paní Ing. Alena Kunešová.

1. Za jakým účelem přijíždějí nejčastěji turisté do Klatov?

Turisté nejčastěji přijíždějí do Klatov poznávat památky.

2. Co podle Vašeho názoru nejvíce láká turisty do Klatov? Co je pro ně v Klatovech nejzajímavější?

Pro turisty je v Klatovech nejzajímavější barokní lékárna U Bílého jednorožce a katakomby.

3. Jaký dopravní prostředek návštěvníci přijíždějící do Klatov nejčastěji využívají?

Návštěvníci nejčastěji využívají k cestě do Klatov osobní automobil.

4. Přijíždějí do Klatov spíše zahraniční turisté nebo Češi? Případně jaký národ zahraničních turistů?

Přijíždějí nejvíce Češi, v sezoně pak značná část Němců a Holanďanů.

5. Jedná se spíše o jednodenní, či vícedenní návštěvníky? Kolik dní zde turisté v průměru zůstávají?

Ve většině případů jde o jednodenní návštěvníky.

6. Jaké skupiny osob nejčastěji navštěvují Klatovy?

Nejčastěji Klatovy navštěvují senioři a rodiny s dětmi.

7. Vracejí se návštěvníci do Klatov? Jestliže se nevracejí, proč si myslíte, že to tak je?

Návštěvníci se do Klatov většinou vracejí.

8. Je v rámci CR ve městě patrná sezónnost? Ve kterém ročním období turisté přijíždějí nejčastěji? Kdy naopak nejméně?

Sezónnost patrná je. Nejčastěji turisté přijíždějí v červnu až září, nejméně pak v listopadu až únoru.

9. Jsou pro CR významné akce pořádané městem Klatovy či jinými organizacemi? Jaké akce turisty nejvíce přitáhnou?

Ano, tyto akce jsou velmi důležité.

Největší zájem je o: 1. Mezinárodní folklorní festival při klatovské pouti

2. Author Král Šumavy

3. Mogul Šumava Rallye

10. Máte přehled o tom, kolik z ubytovacích zařízení je klasifikováno dle Oficiální jednotné klasifikace?

Informační centrum nemá přehled o zařazení jednotlivých ubytovacích zařízení do Oficiální jednotné klasifikace.

11. Ptají se turisté v informačním centru na možnosti ubytování a stravování ve městě a okolí?

Ano, turisté se na toto ptají často.

12. Na Vašich internetových stránkách jsem našla informaci o tom, že prostřednictvím informačního centra nabízíte provozovatelům stravovacích a ubytovacích zařízení na Klatovsku i v širokém okolí bezplatnou reklamu jejich služeb. Mohla byste mi vysvětlit, o co přesně jde a jak to funguje?

Majitelé si přinesou vlastní propagační materiál, který jim v informačním centru zdarma zveřejníme v katalogu ubytování, zdarma si zde mohou nechat informační letáky a v případě, že vyrábíme nový propagační materiál související se stravováním či ubytováním, tak veškeré tyto provozovatele zdarma zařadíme do publikace.

13. Jaký druh ubytování si myslíte, že hosté nejčastěji volí? Která z těchto zařízení patří mezi oblíbená?

Nejčastěji se turisté ptají na levné ubytování, což bývají penziony a kempy. Konkrétněji to nelze říci, neboť my jen poskytneme propagační materiál, který si turisté odnesou, a až poté se sami rozhodují. Nelze doporučovat jen jeden subjekt, neboť jsme se poté setkali s negativními ohlasy konkurenčních ubytovatelů.

14. Jaký druh stravování si myslíte, že hosté nejčastěji volí? Která z těchto zařízení patří mezi oblíbená?

Nejčastěji návštěvníci volí restaurace s českou kuchyní, konkrétně opět nelze říci.

15. Je dle Vašeho názoru ve městě dostatek ubytovacích a stravovacích kapacit?

U stravování určitě ano. U ubytování při velkých akcích jako je například Author Král Šumavy, je jich nedostatek. Navíc chybí ubytování na vyšší úrovni (4 a 5 *).

16. Zaznamenali jste snížený počet návštěvníků v souvislosti s ekonomickou krizí?

Ano, IC zaznamenalo snížený počet návštěvníků v souvislosti s ekonomickou krizí.

17. Co si myslíte, že turistům v Klatovech chybí? Co by se zde mělo vybudovat či zlepšit pro jejich spokojenost?

Chybí možnosti vyžití pro děti.

18. Máte zpětnou vazbu od turistů? (Stěžují si turisté v IC na poskytnuté služby, nebo je naopak chválí?)

Návštěvníci poskytnuté služby chválí.

19. Myslíte si, že jsou turisté celkově se stravovacími službami a ubytovacími službami v Klatovech spokojení?

Ano, turisté jsou ve většině případů spokojeni.

20. Nevíte o nějakých plánech na vylepšení CR, které jsou v kompetenci města Klatovy?

Plány jsou v jednání, takže je nelze před jejich schválením zveřejňovat.

4.3 Syntéza získaných údajů

Z informací, které jsem získala z primárních a sekundárních zdrojů, vyplývá, že město Klatovy sice není nejvyhledávanější destinací cestovního ruchu v České republice, přesto má výhodnou polohu a příhodné podmínky pro cestovní ruch. Turisty do Klatov láká v první řadě množství památek jak ve městě, tak v okolí. Mezi nejvýznamnější a nejvyhledávanější patří barokní lékárna U Bílého jednorožce, katakomby a Vlastivědné muzeum Dr. Hostaše, kterému je přiřazeno 5. místo v návštěvnosti turistických cílů v roce 2008 v Plzeňském kraji, viz tabulka 3. Dále jsou zde ideální podmínky pro relaxaci i aktivní odpočinek. Do Klatov je dobré dopravní spojení, především co se týká silniční dopravy. Vede sem poměrně velké množství silnic ze všech stran, nejvýznamnější z nich je mezinárodní silnice E53. Železniční doprava již tak optimální není. Z Klatov vede železnice třemi směry, do Železné Rudy, do Plzně a do Horažďovic. Frekvence jízdy vlaků je ale nedostačující a navíc s častými přestupy. Proto turisté přijíždějící do Klatov volí především dopravu silniční, nejvíce automobil a o něco méně autobus.

4.3.1 Profil návštěvníka

Z mého dotazníkového šetření jsem zjistila, že do Klatov přijíždí především turisté do 25 let a dále lidé středního věku, tedy mezi 35 a 49 lety. Dle poznatku majitelky hotelu Centrální přijíždějí především senioři. Tento názor se shoduje s odpovědí vedoucí Informačního centra Klatovy, která dodává, že další početnou skupinou, která zavítá do Klatov, jsou rodiny s dětmi. Co se týká pohlaví, větší zastoupení mají ženy. Většina turistů je národnosti české, což dokazuje tabulka 7. V sezóně navštíví Klatovsko též velké množství Němců a Holanďanů. Turisté z jiných zemí přijíždějí jen v nepatrném množství, avšak na folklorní festival, který se koná každoročně v létě, zavítají například Řekové, Srbové a Norové. Nejvíce návštěvníků přijíždí s rodinou, s přítelem či přítelkyní nebo ve skupině. U skupin je to nejčastěji ve formě organizovaných zájezdů, dle mého názoru především německých seniorů, nebo se jedná o školní výlety či sportovní soustředění. Turisté tráví volný čas především poznáváním památek nebo odpočinkem, jak jsem se již v předchozím odstavci zmínila. Nejméně

naopak přijíždějí za kongresem či obchodem, jak jsem se dozvěděla z vyhodnocených dotazníků. Tento výsledek se však neshoduje s názorem majitelky hotelu Centrál, která mi sdělila, že obchodníci tvoří významnou část hotelové klientely. Více než třetina respondentů, která se účastnila mého dotazníkového šetření, byla v Klatovech poprvé. Pozitivní skutečností však je, že řada těch, co už v minulosti Klatovy navštívila, se sem vrací. To může být spojeno s různými tradičními či sportovními akcemi, které jsou u turistů velmi oblíbené, což mi potvrdila vedoucí Informačního centra Klatovy. Nejoblíbenějším obdobím pro návštěvu Klatov je podle vedoucí IC léto, nejméně hostů přijíždí v zimě. V tabulce 6 jsou znázorněny počty turistů, kteří navštívili v jednotlivých měsících v roce 2008 a 2009 IC v Klatovech. Z tabulky je patrné, že nejvíce turistů zavítá do IC v červenci a srpnu, nejméně naopak v listopadu až březnu. Navíc je zřejmý výrazný pokles turistů v roce 2009 oproti roku 2008. V roce 2008 navštívilo informační centrum přes 46 000 turistů, v roce 2009 pouze cca 35 000. Z toho lze usuzovat, že jde o projev ekonomické krize, která dopadla i na cestovní ruch. Pro majitele hotelu Centrál je naopak nejpříznivější jaro a podzim. To je především díky seniorům, kteří cestují nejčastěji právě v tomto období. Z dotazníkového výzkumu vyplynulo, že nejvíce turistů se v této oblasti zdrží 3 až 7 nocí, což potvrdila majitelka hotelu Centrál, kde se hosté ubytovávají v průměru na tři noci, kromě business klientely, která zde zůstane pouze jednu noc. Naopak podle vedoucí IC navštěvují Klatovy především jednodenní návštěvníci, tedy výletníci, kteří přijedou, prohlédnou si památky a zase odjedou. Dle zjištění z vyhodnocených dotazníků se turisté o Klatovech dozvěděli především z internetových stránek a od přátel či rodiny. Informovat se v cestovní kanceláři či informačním centru bylo minimum návštěvníků.

4.3.2 Ubytovací služby ve vymezené oblasti Klatov

Největší zastoupení mají v Klatovech a okolí penziony, kterých je 14, dále následují hotely a turistické ubytovny, kterých je zhruba o třetinu méně. Nejméně je kempů a apartmánů, viz tabulka 2. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že mezi nejčastěji volené ubytovací zařízení patří hotely. Toto však může být zkreslené, jelikož výzkum probíhal právě v těchto ubytovacích zařízeních. Velká část respondentů přebývá též u přátel či rodiny, což je dané velkým množstvím chat či rekreačních chalup

v okolí. V informačním centru se návštěvníci ptají spíše na levné ubytování, což bývají kempy a o něco méně penziony. Z řízeného rozhovoru v IC jsem zjistila, že počet lůžek ubytovacích zařízení na Klatovsku je při velkých akcích, jako je například Author Král Šumavy či Mezinárodní folklorní festival, nedostatek. Navíc chybí ubytování na vyšší úrovni (4 a 5*). Co se týče spokojenosti s ubytovacími zařízeními, většina ubytovaných je spíše spokojena, část je spokojena zcela. Nejpozitivněji byla hodnocena atmosféra a prostředí zařízení. Turisté pozitivně hodnotili také interiér, dostupnost a četnost zařízení, možnosti wellness služeb, sportovní areál u ubytovacího zařízení, venkovní posezení atd. Nejvíce nespokojeni byli naopak s nečistotou sociálního zařízení, s absencí parkoviště či nedostatkem parkovacích ploch, zastaralým nábytkem, nemožností úschovy většího počtu kol atd.

4.3.3 Stravovací služby ve vymezené oblasti Klatov

V Klatovech a okolí se nachází 31 restaurací, 8 pizzerií, 8 kaváren a cukráren, 5 jídelen a rychlých občerstvení a 5 vináren. Ostatní stravovací zařízení jsou zaznamenána v tabulce 2. Nejčastěji voleným stravovacím zařízením je dle dotazníkového šetření budova ubytovacího zařízení. To je pro respondenty nejpohodlnější způsob stravování, jelikož se nemusí nikam přesouvat. Oblíbené jsou také restaurace, přičemž zákazníci upřednostňují především kuchyni českou. To potvrdila jak majitelka hotelu Centrál, tak vedoucí informačního centra. Tento fakt vyšel i v mém dotazníkovém výzkumu. Méně často volené jsou prodejny potravin. Mezi nejoblíbenější jídla patří především ta klasická, jako je svíčková, řízek s bramborem, guláš či smažený sýr. Dá se říci, že hosté jsou se stravovacími službami spokojeni. Dokonce se zde jedná o větší množství zcela spokojených hostů oproti službám ubytovacím. Nejlépe hodnocena byla kvalita pokrmu, velké porce a velký výběr jídel, nejhůře si podle respondentů stojí hygiena a čistota. Hosté byli často nespokojeni také s nepříjemnou obsluhou, dlouhým čekáním na ni a se zakouřeným prostorem v restauracích. Z rozhovoru s vedoucí IC jsem zjistila, že stravovacích zařízení je v Klatovech dostatečný počet. Myslím si však, že tato zařízení jsou stejného typu, nenabízejí tedy něco nového či netradičního. Chybí zde například restaurace se zážitkovou gastronomií, což by turisté jistě velmi ocenili.

5. NÁVRHY A DOPORUČENÍ

5.1 Zařazení ubytovacích zařízení do Oficiální jednotné klasifikace

Na internetové stránce www.hotelstars.cz jsem zjistila, že se v Klatovech nachází pouze jedno ubytovací zařízení, které je klasifikované dle Oficiální jednotné klasifikace. Konkrétně se jedná o hotel Centrál, který získal certifikát dne 14. 3. 2010. V propagačních materiálech Klatov, které byly vydány v roce 2006 i na internetových stránkách však vystupují tři ubytovací zařízení, jako by klasifikovány byly. Konkrétně jde o hotel Centrál, hotel Ennius a hotel Rozvoj. Tato nesrovnalost by měla být vyřešena tím, že ubytovací zařízení projeví zájem o zapsání do Oficiální jednotné klasifikace. Díky tomu se zlepší orientace zákazníků, umožní to také lepší orientaci v dané oblasti pro cestovní kanceláře a cestovní agentury. Velkou výhodou pro certifikované zařízení je propagace ze strany České centrály cestovního ruchu – CzechTourism. CzechTourism propaguje výlučně certifikovaná zařízení, jelikož má záruku, že své služby nabízí na jisté úrovni a kvalitě. Poplatky za certifikát jsou relativně zanedbatelné. V případě, že je ubytovací zařízení členem AHR či UNIHOST, zaplatí za certifikaci 2000 Kč, v případě že členem není, činí tato částka 4000 Kč pro ubytovací zařízení do 20 pokojů. V případě, že má ubytovací zařízení do 100 pokojů, zaplatí člen 4000 Kč, nečlen 8000 Kč a v případě většího počtu pokojů, než je 100, zaplatí člen 7500 Kč a nečlen 15000 Kč. Na Klatovsku však ani jedno z ubytovacích zařízení členem Asociace hotelů a restaurací ČR ani členem Sdružení podnikatelů v pohostinství, stravovacích a ubytovacích službách ČR není.

5.2 Vytvoření aktuálního seznamu ubytovacích a stravovacích zařízení

Při analýze sekundárních údajů i v rámci terénního šetření jsem zjistila, že chybí aktuální seznam ubytovacích a stravovacích zařízení na Klatovsku. Informace jsou zastaralé jak na internetových stránkách, tak i propagační materiál, který je k dispozici v Informačním centru Klatovy, není aktuální, jelikož byl vydán v roce 2006.

Rozhodla jsem se tedy navštívit živnostenský odbor v Klatovech se žádostí o poskytnutí seznamu živnostníků podnikajících v pohostinství a hotelnictví. Dozvěděla jsem se, že tento seznam mi bohužel kvůli ochraně osobních údajů poskytnout nemohou. Poté jsem navštívila finanční odbor, který má na starosti mimo jiné místní poplatky. Jelikož každé ubytovací zařízení musí odvádět poplatky z ubytovací kapacity a poplatky za lázeňský a rekreační pobyt dle Obecně závazné vyhlášky města Klatov č. 1/2004 O místních poplatcích, musí zde mít aktuální seznam těchto subjektů. Opět jsem nepochodila, protože tyto informace podléhají taktéž ochraně osobních údajů.

Pokud přijde turista do Informačního centra Klatovy, kde požádá o informace, kde se má najíst či ubytovat, tak je mu obvykle nabídnut propagační materiál, kde jsou tyto služby vymezeny. Jak už jsem se v předchozím odstavci zmínila, propagační materiál příliš aktuální není. Několik zařízení, která jsou v seznamu, již neexistuje a naopak přibyla nová. Proto se může stát, že si host vybere některé zařízení, které už v provozu není, a pak dochází k tomu, že je nespokojen. Navíc nemá šanci se dozvědět o zařízeních nově otevřených, jelikož se v seznamu nevyskytují. Ta samá situace nastává, pokud se návštěvník podívá na internetové stránky, jako jsou například www.sumavanet.cz, www.klatovsko.cz, www.firmy.cz nebo www.gastropruvodce.cz. Proto navrhuji zavést aktuální databázi, a to jak v elektronické, tak tištěné podobě. Tyto informace se musí průběžně sledovat a případně upravovat dle situace na trhu. Náklady na jeden propagační materiál dosahují při 2000 ks výtisků ceny přibližně 3,40, při vyšším počtu se cena ještě snižuje. Musí se také počítat s personálními náklady, které při zkoumání aktuálního počtu zařízení vzniknou.

5.3 Soubor služeb pro seniory

Na základě zjištění, že nejpočetnější skupinou turistů, která přijíždí do Klatov, jsou senioři, jsem se rozhodla vytvořit soubor služeb určený právě jim. Zvolila jsem restauraci Tep, která má k tomu vhodné prostory a prostředí.

Tento soubor služeb bude zajišťovat ubytovací zařízení ve spolupráci se zařízením stravovacím. Soubor služeb bude poskytnut cestovním kancelářím s tím, že ho mohou nabídnout svým klientům v rámci rozšíření zájezdu. Večerní program pro ubytované skupiny bude obsahovat večeři, která bude zaměřená na regionální kuchyni, následnou filmovou projekci a besedu na téma Historie památek na Klatovsku a koncert dechové hudby. Nabídka je určena pro skupiny od 30 osob ubytované prostřednictvím CK.

Hosté si budou moci vybrat ze tří menu, viz příloha 5. Přenášku bude zajišťovat historik, zaměstnanec Vlastivědného muzea Dr. Hostaše PhDr. Jakub Krčmář. K poslechu i tanci bude hrát hudební skupina Klatovanka. Program bude trvat přibližně tři hodiny.

S tím budou spojené náklady na večeři, přednášejícího, hudební skupinu a náklady na techniku. Tyto náklady bude muset CK rozpustit do celkové ceny zájezdu. Musí se také počítat s marží pro CK. V případě skupiny, jejíž pobyt nebude organizovat CK (např. již realizované pobyty Klubu českých turistů), bude produkt nabízen za cenu 395 Kč. Nabídku bude v tomto případě zajišťovat ubytovací zařízení. Při kalkulaci se počítalo se 30 osobami, při větším počtu osob bude cena nižší.

5.4 Školení zaměstnanců

Základem toho, aby byl host se stravovacími a ubytovacími služby spokojen, jsou nejen kvalitní služby, ale především příjemný a ochotný personál. Mnoho stížností, které se vyskytovaly v mém dotazníkovém šetření, se týkalo právě neochoty ze strany personálu. Zde se jedná především o číšníky/servírky a recepční. Majitel či vedoucí zařízení vybírá nového zaměstnance podle jeho schopností a dovedností, ale jeho vztah k lidem, to, jestli je milý, přívětivý a umí komunikovat se zákazníkem, už tak snadno rozpoznatelné na první pohled není. Určitým východiskem pro získání zaměstnance,

který se umí správně chovat k hostům, by bylo školení z hlediska komunikace, etiky při poskytování služeb a etikety.

První navrhované **školení** je vhodné především **pro recepční**. Zajišťovat ho bude firma Profík s. r. o. Školení se bude konat v Plzni v prostorech, které má k dispozici tato firma. Cílem školení je naučit se zvládnout náročnou práci recepční s profesionálním přístupem ke klientům. Recepční se na základě kurzu naučí rozeznat různé typy zákazníků a umět s nimi podle toho jednat. Školení povede zkušený lektor z oblasti personálního a psychologického poradenství. Závěrem školení bude získaný certifikát.

Náplní školení bude naučit se:

- prezentovat firmu i svoji osobnost (image)
 - komunikovat (verbálně i nonverbálně)
 - telefonickou a písemnou komunikaci (uvnitř i vně firmy)
 - poznat potřeby klienta (hierarchie potřeb, jejich následné uspokojení)
 - pochopit odlišnosti osobnostních typů (s každým člověkem se musí jednat jinak)
 - techniky vyjednávání s lidmi (přesvědčování, předcházení konfliktům,...)
 - pravidla chování k zákazníkům
 - dovednosti ve společenském styku
 - time management (umět si správně zorganizovat práci, naplánovat úkoly)
- ❖ Vyučování bude probíhat na základě simulace konkrétních situací s využitím videa a modelových příkladů. Každý účastník školení obdrží studijní materiály.

Délka kurzu: 2 dny (každý den 6 hodin)

Celková cena.....7 500 Kč

(Při větším počtu účastníků z jednoho podniku je možná sleva.)

- Tato kalkulace byla stanovena v závislosti na uvažovaných nákladech a cenách ostatních poskytovatelů.

Druhým navrhovaným školením bude **školení pro číšníky/servírky**. Toto školení bude zajišťovat opět firma Profík s. r. o. Předpokládaná bude základní znalost tohoto oboru, jelikož se na tyto znalosti bude navazovat. Cílem školení bude zlepšit chování a komunikaci obsluhujících pracovníků vůči zákazníkům, naučit je, jak poskytovat rady při výběru pokrmů a nápojů, základní zásady při přijímání a umístování hostů a jiné. Každý účastník, který absolvuje toto školení, získá certifikát.

Náplní školení bude získat znalosti o:

- požadavcích na osobnost obsluhujícího, na jeho profesní znalosti a dovednosti
 - zákonu o ochraně spotřebitele
 - základních společenských pravidlech
 - všeobecných pravidlech chování obsluhujících na pracovišti
 - pravidlech chování ve vztahu k hostům
- ❖ Součástí výuky budou názorné simulace běžných situací vyskytujících se v restauraci. Účastníkům kurzu budou poskytnuty veškeré studijní materiály.

Délka kurzu: 2 dny (každý den 6 hodin)

Cena.....6 900 Kč

(V případě většího počtu zaměstnanců z jednoho podniku je možné domluvit slevu.)

- Tato kalkulace byla stanovena v závislosti na uvažovaných nákladech a cenách ostatních poskytovatelů.

Jelikož má každé ubytovací či stravovací zařízení větší počet zaměstnanců, které by musel majitel na školení poslat, zdá se býti výhodnější, aby se školení zúčastnilo vedení podniku a následně zaučilo své podřízené. Mezi hlavní přednosti patří menší finanční zátěž, časová flexibilita, možnost rozvržení doby školení podle směn zaměstnanců, rozdělení školení do více dnů, vlastní prostory ke konání školení, možnost začlenění občerstvení pro školené do režijních nákladů atd. Školení zaměstnavatelem přináší i pár nevýhod. Jedná se například o to, že pokud bude zaměstnanec školit

nadřizeny, mohou podřizení školení zlehčovat a nebrat ho příliš vážně. Mezi další zápor patří to, že zaměstnavatel může některé věci opomenout nebo nepříliš dobře vysvětlit. Taktéž veškeré studijní materiály, které na školení získal, bude muset přepracovat, aby nedošlo k porušení autorských práv. V neposlední řadě zabere příprava na takovéto školení mnoho času.

Je jen na zaměstnavateli, jakou formu školení zvolí. V každém případě se vynaložené peníze i čas v poměrně krátké době vrátí ve formě spokojených zákazníků.

6. ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo zanalyzovat trh ubytovacích a stravovacích zařízení ve vymezené oblasti Klatovsko, zjistit stávající situaci těchto zařízení, úroveň poskytovaných služeb a na základě provedené analýzy primárních a sekundárních dat zjistit počet ubytovacích a stravovacích zařízení na Klatovsku. Důležitou částí práce bylo stanovit návrhy a doporučení na základě získaných informací z dotazníkového šetření a řízených rozhovorů.

Na začátku práce jsem stanovila pět pracovních hypotéz. Nejprve jsem se snažila odpovědět na otázku, zda nabídka ubytovacích a stravovacích zařízení odpovídá poptávce návštěvníků. Tato hypotéza byla potvrzena jen u nabídky stravovacích zařízení, jelikož těch je v Klatovech a okolí dostatečný počet. U ubytovacích zařízení tomu tak není, a to především v době konání významných akcí, jak sportovních, tak kulturních, kdy počet lůžek nepokryje poptávku hostů. V jiném období jsou však ubytovací kapacity dostatečné.

Druhá hypotéza, která říkala, že ve zkoumané oblasti je patrné působení sezónnosti, byla potvrzena jak majitelkou hotelu Centrál, tak vedoucí Informačního centra Klatovy. Zjistila jsem, že nejméně návštěvníků zavítá na Klatovsko v zimním období, nejvíce naopak na jaře a v létě.

Částečně byla potvrzena hypotéza třetí. Zde jsem zkoumala, zda je dopravní dostupnost oblasti dostačující. V rámci silniční dopravy je dostupnost Klatov dobrá. Vede sem poměrně velké množství silnic ze všech stran, přičemž nejvýznamnější je silnice E 53, která vede z Plzně přes Klatovy do Spolkové republiky Německo. Železniční doprava už tak vyhovující není. Nedostačující je především ve frekvenci spojů s nutností přestupů.

Čtvrtá hypotéza se týkala toho, zda návštěvníci jezdí do oblasti Klatov na dobu kratší než 1 týden. Na základě zjištění, která jsem získala v hotelu Centrál, v IC Klatovy i z vyhodnocených dotazníků, kdy návštěvníci přijíždějí do Klatov nejčastěji na jeden nebo na tři dny, se hypotéza potvrdila.

Poslední hypotéza udávala tvrzení, že zkoumaná oblast je pro turisty atraktivní vzhledem k výborným kulturním, sportovním a přírodním předpokladům. Tato hypotéza byla potvrzena především kvůli nabídce kulturních památek na Klatovsku. Ty patří mezi velmi vyhledávané, jak jsem se dozvěděla z dotazníkového šetření a z informací poskytnutých informačním centrem.

Oblast Klatovska potenciál pro cestovní ruch má, ale je třeba ho rozvíjet. Podstatou pro správné fungování cestovního ruchu v Klatovech je spolupráce mezi podnikateli v oboru cestovní ruch a státní správou.

7. SUMMARY

My Bachelor Thesis deals with the analysis of accommodation and catering services in the area of Klatovy. The number of services available was ascertained by using primary and secondary data. The level and quality of services provided were also evaluated.

In the beginning of my thesis I set down five hypotheses, that were finally confirmed or refuted. These hypotheses were related to frequency of accommodation and catering facilities, seasonality, traffic availability in Klatovy, the average length of stay of tourists and attractiveness of the area in regards to culture, scenery and sport facilities.

Resulting from the questionnaires, directed interviews and my own observations I have found out that the number of catering services is sufficient but the accommodation service only meets half of the required number. It is especially obvious during important cultural and sporting events in Klatovy as the number of free hotel rooms does not meet its demand. The next point I have found out was the obvious coverage of seasonality. The lowest number of visitors is evident in winter, on the other hand the highest is during spring and summer. The area is easily accessible by road but the rail service proves to be more challenging with lack of frequency and nondirect routes. The tourists stay in Klatovy and its surroundings on average for 3 days. My last finding was that Klatovy is a especially popular town because of the wide variety of cultural monuments.

The important part of my thesis was to suggest solutions which are worked out on the basis of the received information from the questionnaires and the directed interviews. Results from the received information in the area of Klatovy state there is only one accommodation facility classified by the Official unit classification. It is therefore one of my suggestions is to have all the facilities certificated. The next point revealed in my thesis was directed to the up-to date list of above-mentioned services which proved to be missing both on the Internet and in the printed form. This information must be continuously observed and updated according to the market.

From the questionnaires it is evident that large numbers of guests are not satisfied with the attitude and work of service personnel. I therefore recommend that they receive training. My last suggestion is to provide "special interest" evenings for seniors as they are the main visitors to Klatovy.

8. POUŽITÁ LITERATURA

Odborná literatura

- Asociace hotelů a restaurací české republiky o. s., Sdružení podnikatelů v pohostinství, stravovacích a ubytovacích službách, Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism. *Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel, hotel garní, penzion a motel pro rok 2010 – 2012* (internetová publikace)
- BERÁNEK, J. *Provozujeme pohostinství a ubytování*. Praha: MAG Consulting, 2004. 180 s. ISBN 80-86724-02-6
- BERÁNEK, J.; KOTEK, P. *Řízení hotelového provozu*. 3. vyd. Praha: Grada, Mag Consulting, 2003. 220 s. ISBN 80-86724-00-X
- FIALOVÁ, H. *Malý ekonomický výkladový slovník*. 7. vyd. Praha: A plus, 2004. 206 s. ISBN 80-902514-7-1
- HESKOVÁ, M. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2006. 224 s. ISBN 80-7168-948-3
- HINDLS, R.; HOLMAN, R.; HRONOVÁ, S. a kol. *Ekonomický slovník*. Praha: C. H. Beck, 2003. 620 s. ISBN 80-7179-819-3
- HÖRNER, S.; SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: Aplikovaný marketing služeb*. Rezek Jiří. Praha: Grada Publishing, a.s., 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9
- HOUŠKA, P. a kol. *Klasifikace ubytovacích zařízení jako způsob podpory kvality služeb v cestovním ruchu*. Praha: MMR ČR, 2007. 106 s. 978-80-87147-00-9 (internetová publikace)
- INDROVÁ, J. a kol. *Cestovní ruch I*. Praha: VŠE, Fakulta mezinárodních vztahů, Katedra cestovního ruchu, 2004. 114 s. ISBN 80-245-0799-4

- KIRÁĽOVÁ, A. *Marketing hotelových služeb*. Praha: Ekopres, 2006. 148 s. ISBN 80-86119-44-0
- KOTLER, P. *Marketing, management: Analýza, plánování, využití, kontrola*. 9. vydání. Praha: Grada, 1998. 788 s. ISBN 80-7169-600-5
- MANKIW, G., N. *Základy ekonomie*. Grada Publishing, 1999. 764 s. ISBN 80-7169-891-1
- METZ, R., GRÜNNER, H., KESSLER, T. *Restaurace a host*. Praha: Europa – Sobotáles, 2008. 606 s. ISBN 978-80-86706-18-4
- Ministerstvo hospodářství, Český statistický úřad, Česká centrála cestovního ruchu, Národní federace hotelů a restaurací ČR, Asociace cestovních kanceláří ČR, Asociace českých soukromých cestovních kanceláří, Sdružení podnikatelů v pohostinství a cestovním ruchu: *Doporučení upravující základní ukazatele pro kategorizaci hostinských a ubytovacích zařízení*. 1994 (internetová publikace)
- MLČOCH, J. *Malá ekonomická encyklopedie*. 5. aktualiz. vyd. Praha: Linde Praha, 2007. 295 s. ISBN 978-80-72016-64-8
- ORIEŠKA, J. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea Servis, 1999. 244 s. ISBN 80-85970-27-9
- PETRŮ, Z., HOLUBOVÁ, J. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis, 1994, 94 s. ISBN 80-901462-5-2
- PETRŽELOVÁ, J. *Encyklopedie ekonomických a právních pojmů pro školy a veřejnost*. Praha: Linde Praha, a. s., 2007. 287 s. ISBN 978-80-7201-643-3
- PRAŽSKÁ, L.; JINDRA J. *Obchodní podnikání, retail management*. Praha: Management Press, 1997. 880 s. ISBN 80-85943-48-4
- SOJKA, M.; KONEČNÝ, B. *Malá encyklopedie moderní ekonomie*. 1. vyd. Praha: Libri s.r.o., 1996. 270 s. ISBN 80-85983-05-2

- STÁREK, V., VACULKA, J. *Ubytovací úsek v oblasti cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2008 (internetová publikace)

Informační materiály

- Turistické informace – Klatovy a okolí
- Ubytování v Klatovech a okolí

Internetové zdroje

- www.sumavanet.cz
- www.klatovy.cz
- www.klatovsko.cz
- www.mesta.atlasceska.cz/klatovy
- <http://www.atlasceska.cz/plzensky-kraj/>
- www.centrankt.cz
- www.ennius.sweb.cz
- www.rual.cz
- www.strelnice-kt.cz
- www.tep.byl.cz
- www.rooty.cz/tep
- www.sumavanet.cz/rozvoj
- www.sumavanet.cz/hotelsport
- www.sumavanet.cz/saloonbenovy
- www.sumavanet/uhrachu
- www.klatovynet.cz/kemp
- www.unwto.org
- www.czso.cz

- www.mmr.cz/Cestovni-ruch
- www.klatovy.cz/mukt/
- www.czechtourism.cz
- www.mapy.cz
- www.firmy.cz
- www.ahrcr.cz
- www.hotelstars.cz
- www.risy.cz
- www.gastropruvodce.cz
- www.travelguide.cz
- www.business.center.cz
- www.pilsner-urquell.cz
- www.kurzy.edumenu.cz
- www.wikipedia.cz
- www.radio.cz/cz/clanek/74895
- www.gastro-vzdelavani.cz
- www.in-travel.cz/
- www.czechspecials.cz
- www.recepty.centrum.cz
- www.netkucharka.cz
- www.labuznik.com
- www.obrazky.cz

9. SEZNAM SCHÉMAT, TABULEK A GRAFŮ

Schéma 1 (str. 13) - **Průmyslová odvětví cestovního ruchu, služeb pro využití volného času, ubytovacích a stravovacích služeb**

Schéma 2 (str. 20) – **Úkoly jednotlivých středisek v hotelu**

Tabulka 1 (str. 10) - **Devizové příjmy a výdaje z cestovního ruchu 2000 - 2008 (v mld. Kč)**

Tabulka 2 (str. 30) - **Kvantitativní vymezení ubytovacích a stravovacích zařízení v oblasti Klatov**

Tabulka 3 (příloha) - **5 nejnavštěvovanějších turistických cílů v Plzeňském kraji v roce 2008**

Tabulka 4 (příloha) - **Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení v obci Klatovy**

Tabulka 5 (příloha) - **Porovnání kapacit hromadných ubytovacích zařízení v bývalém okrese Klatovy a Klatovech**

Tabulka 6 (příloha) - **Počet turistů, kteří navštívili IC v Klatovech v jednotlivých měsících roku 2008 a 2009**

Tabulka 7 (příloha) - **Poměr českých a zahraničních turistů, kteří navštívili IC v Klatovech v roce 2008 a 2009**

Graf 1 (str. 37) - **Jakým dopravním prostředkem jste se do Klatov dopravil/a?**

Graf 2 (str. 37) - **S kým jste do regionu přijel/a?**

Graf 3 (str. 38) - **Jaký je účel Vaší cesty?**

Graf 4 (str. 38) - **Které aktivity jsou pro Vás nejlákavější?**

Graf 5 (str. 39) - **Po kolikáté jste navštívil/a tuto oblast?**

- Graf 6 (str. 39) - **Jak dlouhý je (bude) Váš pobyt?**
- Graf 7 (str. 40) - **Kde jste ubytován/a po dobu pobytu?**
- Graf 8 (str. 40) - **Ohodnoťte svoji spokojenost s jednotlivými službami ubytovacího/ubytovacích zařízení v Klatovech a okolí.**
- Graf 9 (str. 41) - **Označte prosím celkovou spokojenost s ubytovacími službami.**
- Graf 10 (str. 41) - **Kde se během svého pobytu převážně stravujete?**
- Graf 11 (str. 42) - **Jakou stravu preferujete?**
- Graf 12 (str. 42) - **Jak jste spokojen/a s úrovní stravovacího zařízení na Klatovsku?**
- Graf 13 (str. 43) - **Označte prosím celkovou spokojenost se stravovacími službami.**
- Graf 14 (str. 43) - **Myslíte si, že ceny za poskytované služby odpovídají jejich kvalitě?**
- Graf 15 (str. 44) - **Odkud jste se dozvěděl/a o této destinaci?**
- Graf 16 (str. 44) - **Osobní údaje - pohlaví**
- Graf 17 (str. 45) - **Osobní údaje – věk**
- Graf 18 (str. 45) - **Osobní údaje – národnost**

10. SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1 - **Mapy (poloha Klatov)**

Příloha 2 - **Fotografie klatovských památek**

Příloha 3 - **Tabulky**

- ✓ 5 nejnavštěvovanějších turistických cílů v Plzeňském kraji v roce 2008
- ✓ Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení v obci Klatovy
- ✓ Porovnání kapacit hromadných ubytovacích zařízení v bývalém okrese Klatovy a Klatovech
- ✓ Počet turistů, kteří navštívili IC v Klatovech v jednotlivých měsících roku 2008 a 2009
- ✓ Poměr českých a zahraničních turistů, kteří navštívili IC v Klatovech v roce 2008 a 2009

Příloha 4 - **Seznam ubytovacích a stravovacích zařízení v oblasti Klatovsko**

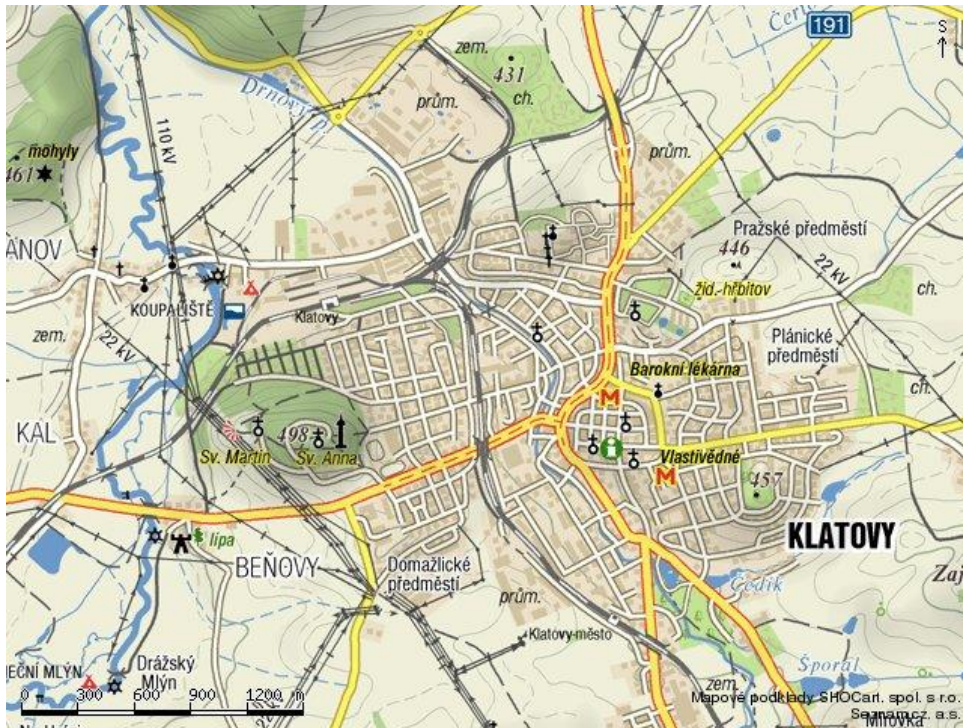
Příloha 5 - **Menu – regionální kuchyně**

Příloha 6 - **Dotazníky (česká a německá verze)**

Příloha 1: Mapy (poloha Klatov)



Zdroj: mapy.cz



Zdroj: mapy.cz

Příloha 2: Fotografie klatovských památek



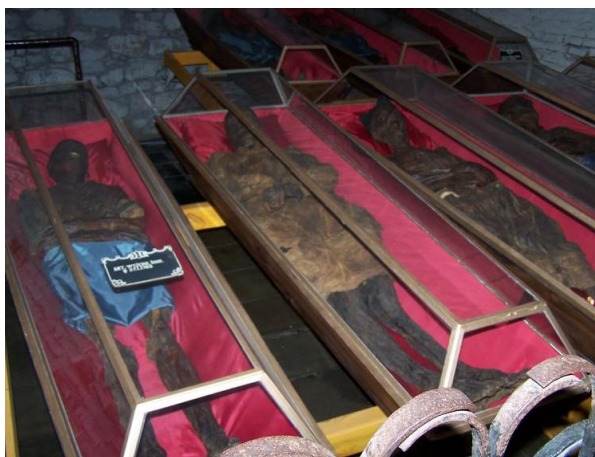
náměstí Míru



barokní lékárna U Bílého jednorožce



Černá věž



katakomy



Vlastivědné muzeum Dr. Hostaše



jezuitský kostel

Zdroj: www.klatovy.net, www.klatovsko.cz, www.travelguide.cz, www.obrazky.cz

Příloha 3: Tabulky

Tabulka 3:

Návštěvnost turistických cílů v roce 2008 v Plzeňském kraji

Pořadí	Turistický cíl	Počet návštěvníků v tisících
1.	Zoo a botanická zahrada Plzeň	405
2.	DinoPark Plzeň	186
3.	Plzeňský prazdroj	188
4.	Státní zámek Kozel	112
5.	Muzeum Dr. Hostaše v Klatovech	92

Zdroj: CzechTourism, dostupné na:

http://www.czechtourism.cz/files/TZ/cs/14_08_09_navstevnost_turistickych_cilu_2008.pdf

Tabulka 4:

Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení v obci Klatovy

Rok	Počet přenocování	Počet přenocování hostů z ČR
2000	45 700	35 453
2001	43 450	24 377
2002	62 699	41 906
2003	43 403	26 064
2004	59 378	33 881
2005	46 399	22 048
2006	45 308	20 904
2007	46 760	22 054
2008	30 736	20 241

Zdroj: Český statistický úřad, dostupné na:

http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabdetail.jsp?childsel0=7&cislotab=CRU9010CU&kapitola_id=39

Tabulka 5:

Porovnání kapacit hromadných ubyt. zařízení v bývalém okrese Klatovy a Klatovech (stav k 31. 12. 2008)

Místo	Počet zařízení	Pokoje	Lůžka	Místa pro stany a karavany
Býv. okres Klatovy	1 249	3 524	9 975	1 656
Město Klatovy	17	221	589	36

Zdroj: Český statistický úřad, dostupné na:

http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?cislotab=CRU9020PU_OB2.29&kapitola_id=39&voa=tabulka&go_zobraz=1&verze=2&druh_1928984=51&cas_521530=2008123

Tabulka 6:**Počet turistů, kteří navštívili IC v Klatovech jednotlivých měsících roku 2008 a 2009**

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
2008	775	919	1115	1008	2420	4624	11672	12202	4235	3282	2196	1783
2009	2051	2160	1844	2819	3139	2989	6222	6553	2718	1711	1375	1328

*Zdroj: Statistiky IC Klatovy***Tabulka 7:****Poměr českých a zahraničních turistů, kteří navštívili IC v Klatovech v roce 2008 a 2009**

	2008	2009
Češi	37533	30486
cizinci	8698	4423

*Zdroj: Statistiky IC Klatovy***Příloha 4: Seznam ubyt. a strav. zařízení v oblasti Klatovsko****UBYTOVACÍ ZAŘÍZENÍ**

HOTELY:	Adresy:
Wellness Hotel Centrál	Klatovy, Masarykova ul. 300
Hotel Ennius	Klatovy, Randova ul. 111
Hotel Rozvoj	Klatovy, Procházková ul. 110
Hotel Karafiát	Klatovy, ul 5. května 112
Hotel Sport – Hoop Camps	Klatovy, Domažlická ul. 609
Hotel Beránek	Klatovy, Rybníčky 506
APARTMÁNY:	
Apartmán Klatovy	Klatovy, B. Němcové 165
Apartmány Šibíkovi	Klatovy, Luby 52
PENZIONY:	
Penzion a restaurace Klatovský dvůr	Klatovy, Domažlická ul. 188
Penzion Na Vršku	Klatovy, Lesní 652
Penzion – hostinec Poprda	Klatovy, Plánická 35
Penzion – restaurace Country Saloon	Beňovy 8
Penzion a restaurace Princ	Klatovy, Tyršova ul. 132
Penzion Na Úhlavě	Klatovy, Dr. Sedláka 461

Restaurant Penzion Zlatý drak	Klatovy, Vídeňská 32
Penzion U Hejtmána	Klatovy, Kpt. Jaroše 145
Penzion a restaurace U Parku	Klatovy, Havlíčkova ul. 235
Penzion U Smrku	Klatovy, Koldinova ul. 245
Penzion - restaurant Luby	Klatovy, Luby 78
Penzion Nela	Klatovy, M. Gorkého 840
Penzion Milena	Klatovy, ul. 5. května 654
Penzion – Bufet U Kuličeků	Bezděkov
TURISTICKÉ UBYTOVNY:	
Ubytování Čeněk	Klatovy, Studentská 288
Ubytování Krinesová Hana	Klatovy, Lesní 652
Turistická ubytovna Zimní stadion	Klatovy, Nerudova 721
Ubytovna – penzion Holíková	Klatovy, Nádražní ul. 51
Ubytovna Klausová Eva	Klatovy, Plzeňská 664
KEMPY:	
Autokemping Technických služeb města Klatov	Klatovy, Dr. Sedláka 350
Autokemping Sluneční mlýn	Beňovy 5
Camping Rual	Poborovice 13

Zdroj: Vlastní šetření

STRAVOVACÍ ZAŘÍZENÍ

RESTAURACE:	Adresy:
Restaurace Beseda	Klatovy, nám. Míru 191
Restaurace – herna Český znak	Klatovy, Kpt. Jaroše 51
Restaurant Švejk	Klatovy, Denisova 90
Restaurace Grand	Klatovy, Nádražní 53
Restaurace Chiquita	Klatovy, Čs. legií 182
Restaurace Na Letišti	Klatovy, Chaloupky
Restaurace Kolonáda	Klatovy, Puškinova 108
Restaurace Mazda - Nonstop	Klatovy, Plzeňská 823
P. U. O. R. Střelnice	Klatovy, Pražská 22
Restaurace U Radů	Klatovy, Čs. legií 158
Restaurace Lev	Klatovy, Domažlická 885
Restaurace Stará Rychta	Klatovy, Denisova 102
Restaurace Van Gogh	Klatovy, Plánická 3
Restaurace TEP	Klatovy, nám. Míru 151
Restaurace Zlatá husa	Klatovy, Vídeňská 17

Restaurace Zastávka	Klatovy, Nádražní 53
Restaurace Družba	Klatovy, Domažlická 767
Restaurant Bar Princ	Klatovy, Tyršova 132
Restaurace a hotel Ennius	Klatovy, Randova 111
Restaurace a bufet Nádraží	Klatovy, Nádražní 149
Restaurace Na Rozhraní	Klatovy, K Letišti 671
Restaurace a hotel Centrál	Klatovy, Masarykova 300
Restaurace a hotel Rozvoj	Klatovy, Rozvoj 110
Restaurace a hotel Beránek	Klatovy, Rybníčky 506
Restaurant-country saloon Beňovy	Beňovy 8
Restaurace a penzion Klatovský dvůr	Klatovy, Domažlická 188
Restaurace a penzion U Parku	Klatovy, Havlíčkova 235
Restaurant – penzion Luby	Klatovy, Luby 78
Restaurant Penzion Zlatý drak	Klatovy, Vídeňská 32
Hostinec Poprda	Klatovy, Plánická 35
Mediat – Hostinec U Berty	Klatovy, Gorkého 40
Čínská restaurace Hua Li Du	Klatovy, Čs. Legií 155
Čínský restaurant Peking	Klatovy, Nádražní 172
PIZZERIE:	
Restaurant pizzerie Manhattan	Klatovy, Domažlická 870
Pizzeria Café Bar Segafredo	Klatovy, Pavlíkova 6
Pizzeria Da Fabio	Klatovy, Nádražní 223
Pizzeria - bar Piccolo	Klatovy, nám. Míru 170
Pizzeria U Strnada	Klatovy, Aretinova 68
Domino	Klatovy, Vídeňská 754
Restaurace Paleta	Klatovy, Čs. legií 36
Pizzeria San Martino	Klatovy, Jiráskova 132
JÍDELNY Y RYCHLÁ OBČERSTVENÍ:	
Hladové okno	Klatovy, Denisova 91
MC FERY – fast food	Klatovy, Křížová 162
Jídelna Slavie	Klatovy, nám. Míru 155
Čínské bistro Orient	Klatovy, Kpt. Jaroše 95
Bufet Tureček	Klatovy, Pražská 21
CUKRÁRNY A KAVÁRNY:	
Café Pasáž	Klatovy, Kpt. Jaroše 50
Café Pepino	Klatovy, nám. Míru 63
Kavárna U Bílé věže	Klatovy, Křížová 165

Cukrárna kavárna „Mléčná“	Klatovy, nám. Míru 65
Cukrárna U Andrlů	Klatovy, Pražská 160
Cukrárna U Parku	Klatovy, Šumavská 160
Internet Café	Klatovy, Václavská 19
Kavárna TEP	Klatovy, nám. Míru 151
ČAJOVNY:	
Čajovna U Naší milé paní	Klatovy, Pavlíkova 215
VINÁRNY:	
D – Klub	Klatovy, Denisova 148
Restaurace a vinárna Hošková Anna	Klatovy, Čsl. Legií 158
Vinárna Harmonie	Klatovy, Nádražní 185
Vinotéka Dionýsos	Klatovy, Denisova 103
Vinotéka U Draka	Klatovy, Nádražní 56
PIVNICE A BARY:	
Bar Malibu	Klatovy, Nádražní 55
City Pub	Klatovy, Václavská 18
U Válce	Klatovy, Randova 35
Bar Kelt	Klatovy, Zlatnická 192
Bowling – Bar	Klatovy, Plánická 626
El Rancho	Klatovy, Zlatnická 121
Sklípek	Klatovy, Kpt. Jaroše 118
Bar U Smrku	Klatovy, Koldinova 245
KELE	Klatovy, Plánická 171
Bar Canon	Klatovy, Pražská 123
Pivní studio Modrý Abbé	Klatovy, Dobrovského 150
Hospoda U Jaroše	Klatovy, Václavská 17
HUDEBNÍ KLUBY, ŽIVÁ HUDBA:	
Country saloon Beňovy	Beňovy 8
Kavárna Družba	Klatovy, Domažlická 767
Mediat – Hostinec U Berty	Klatovy, Gorkého 40
Music Club Střelnice	Klatovy, Pražská 22
Rock Club The Hell	Klatovy, Vančurova 75
Rock Pub & Café	Klatovy, Křížová 162
DISCO:	
Disco Lázně	Klatovy, Dr. Sedláka
Music Club & Disco Sparta	Klatovy, Pod Hůrkou 531

Zdroj: Vlastní šetření

Příloha 5: Menu – regionální kuchyně

1. menu:

Polévka: Šumavská bramboračka

Hlavní chod: Srnčí na divoko s chlupatými knedlíky

Dezert: Štrůdl s jablky



Zdroj: www.czechspecials.cz

2. menu:

Polévka: Polévka šumavského houbaře

Hlavní chod: Kachní prsa po šumavsku s bramborovou kaší

Dezert: Trhanec s borůvkami



Zdroj: www.czechspecials.cz

3 menu:

Polévka: Šumavská kulajda se zastřenými vejci

Hlavní chod: Pstruh plněný houbami se št'ouchanými brambory

Dezert: Šumavské rozinkové lívanečky



Zdroj: www.czechspecials.cz

Příloha 6: Dotazníky

Česká verze dotazníku:

Dobrý den, jmenuji se Zuzana Martínková a jsem studentkou Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Nyní pracuji na bakalářské práci, která se zabývá tématem **Analýza ubytovacích a stravovacích služeb v oblasti Klatovsko**. 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. Vyplněný dotazník, prosím, přeložte a vložte do odpovědní obálky. Předem děkuji za čas, který věnujete tomuto dotazníku!

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

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

4. Které aktivity jsou pro Vás nejlákavější?

- a) cykloturistika
 - b) pěší turistika
 - c) poznání (památky, příroda)
 - d) zábava
 - e) jiné
(napište které)
-

2. S kým jste do regionu přijel/a?

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

5. 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

3. Jaký je účel Vaší cesty?

- a) rekreace
 - b) poznání
 - c) zábava
 - d) zdravotní účel, lázeňství
 - e) práce
 - f) kongres, obchod
 - g) nakupování
 - h) návštěva přátel
 - i) jiný účel
(napište jaký)
-

6. 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

7. Kde jste ubytován/a po dobu pobytu?
 - pokud v regionu nepřespáváte, přejděte prosím k otázce č. 10

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

8. Ohodnořte svoji spokojenost s jednotlivými službami ubytovacího/ubytovacích zařízení v regionu.

(označte křížkem u každé položky příslušnou známku – jako ve škole)
 - pokud přespáváte u přátel či rodiny, přejděte prosím k otázce č. 10

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

9. Označte prosím celkovou spokojenost s ubytovacími službami v regionu.

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

10. Kde se během svého pobytu převážně stravujete?

- a) restaurace
- b) rychlé občerstvení
- c) vlastní strava
- d) využívám prodejny potravin
- e) budova ubytovacího zařízení
 (hotel, pension,...)
- f) jinde
(napište kde)

11. Jakou stravu preferujete?

- a) vegetariánská strava
- b) biopotraviny
- c) česká kuchyně
- d) italská kuchyně
- e) čínská kuchyně
- f) je Vám to jedno, jíte všechno
- f) jiná kuchyně
(napište jaká)

12. Jak jste spokojen/a s úrovní stravovacího/stravovacích zařízení v regionu?

*(označte křížkem u každé položky příslušnou známku – jako ve škole)
- pokud tato zařízení nevyužíváte, přejděte prosím k otázce č. 14*

	1	2	3	4	5
kvalita pokrmu					
pestrost nabídky					
obsluha					
prostředí					
hygiena a čistota					

13. Označte prosím celkovou spokojenost se stravovacími službami.

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

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

- a) ano
- b) ne

15. Co hodnotíte pozitivně na ubytovacích a stravovacích službách v této oblasti?

16. Co se Vám naopak na těchto službách nelíbí a co byste změnil/a?

17. Odkud 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)

18. Osobní údaje

Pohlaví: a) muž
b) žena

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

Jaká je Vaše národnost?

Německá verze dotazníku:

Guten Tag, ich heiße Zuzana Martínková und ich studiere die Ökonomische Fakultät der Südböhmische Universität in České Budějovice (Budweis). Jetzt arbeite ich an meiner Abschlussarbeit mit dem Thema **Das Analysieren der Unterkunftseinrichtungen und der gastronomischen Einrichtungen in der Region Klattau**. Hiermit möchte ich Ihnen über die Beantwortung des nächsten Fragebogens bitten. Der Fragebogen ist ganz anonym und die eingebrachten Daten in der Abschlussarbeit ausschließlich benutzt werden. Kreisen Sie bitte die Antworten ein, die Ihrer Meinung am besten treffen werden. Vielen Dank im voraus für die Zeit, die Sie diesem Fragebogen widmen!

1. Welche Verkehrsmittel haben Sie bei Ihren Reisen in die Region benutzen?

- a) der Personenkraftwagen
 - b) der Bus
 - c) der Zug
 - d) das Rad
 - e) andere Verkehrsmittel
(schreiben Sie welcher)
-

2. Womit sind Sie in diese Region gekommen?

- a) die Familie
- b) der Freund, die Freundin
- c) selbst
- d) die Gruppe
- e) der Geschäftspartner

3. Zu welchem Zweck haben Sie diese Region besucht?

- a) die Erholung
- b) die Erkenntnis
- c) die Unterhaltung
- d) die Gesundheitspflege, die Badekur
- e) die Arbeit

- f) der Kongress, der Handel
 - g) die Einkäufe
 - h) der Besuch die Freunde
 - i) andere Zweck
(schreiben Sie welcher)
-

4. Welche von nächsten Tätigkeiten sind für Sie die attraktivsten?

- a) die Cyklotouristik
 - b) das Bergwandern
 - c) die Erkenntnis (die Denkmäler, die Natur)
 - d) die Unterhaltung
 - e) andere
(schreiben Sie welche)
-

5. Wie viel Male haben Sie schon diese Region besucht?

- a) Ich bin hier zum erstenmal
- b) Ich bin schon hier ein- bis dreimal gewesen
- c) Ich bin schon hier mehr als dreimal

6. Wie lange wird Ihre Aufenthalt in der Region dauern?

- a) ohne Übernachtung
- b) 1 bis 2 Nächte
- c) 3 bis 7 Nächte
- d) mehr als 7 Nächte
- e) mehr als 14 Nächte

7. Welche Unterkunftseinrichtungen benutzen Sie bei Ihren Aufenthalt?

- a) das Hotel
 - b) die Pension
 - c) das Appartement
 - d) der Camp
 - e) die Feriensiedlung
 - f) die Unterkunft bei den Freunden oder bei der Familie
 - g) andere
(schreiben Sie welche)
-

8. Bewerten Sie bitte einzelne Dienstleistungen der Unterkunftseinrichtung auf Grund Ihre Zufriedenheit.

(bezeichnen Sie mit dem Kreuzchen von jedem Punkt gehörige Zensur – wie in der Schule)

	1	2	3	4	5
Atmosphäre/ Umgebung					
Innenausstattung					
Personal					
Reinheit					
Verpflegung					
Rezeption					
Zimmer					
Toilettenräume, Badezimmer					

9. Wie ist Ihre gesamt Zufriedenheit mit der Unterkunftseinrichtung?

- a) zufrieden
- b) vielmehr zufrieden
- c) vielmehr unzufrieden
- d) unzufrieden

10. Wo und wie essen Sie am häufigsten?

- a) das Restaurant
 - b) das Fast Food
 - c) die Selbstverpflegung
 - d) in die Unterkunftseinrichtung (Hotel, Pension)
 - e) Ich benutze die Lebensmittelgeschäfte
 - f) woanders
(schreiben Sie wo)
-

11. Welche Ernährung bevorzugen Sie?

- a) vegetarische Kost
 - b) Ökolebensmittel
 - c) tschechische Küche
 - d) italienische Küche
 - e) China Küche
 - f) Es ist mir egal, ich esse alles
 - g) andere Küche
(schreiben Sie welche)
-

12. Bewerten Sie bitte einzelne Dienstleistungen der Unterkunftseinsrichtung auf Grund Ihrer Zufriedenheit.

(bezeichnen Sie mit dem Kreuzchen von jedem Punkt gehörige Zensur – wie in der Schule)

	1	2	3	4	5
Speisenqualität					
Vielfalt des Angebotes					
Bedienung					
Umgebung					
Hygiene und Reinheit					

13. Wie ist Ihre gesamt Zufriedenheit mit der gastronomischen Einrichtungen?

- a) zufrieden
- b) vielmehr zufrieden
- c) vielmehr unzufrieden
- d) unzufrieden

14. Entsprechen die Preisen der Dienstleistungsqualität, Ihre Meinung nach?

- a) ja
- b) nein

15. Was bewerten Sie positiv bei der Unterkunftseinrichtungen und der gastronomischen Einrichtungen in der Eisensteinerregion?

16. Was bewerten Sie negativ auf diese Dienstleistungen und was möchten Sie ändern?

17. Wo haben Sie die Informationen über diese Region eingeholt?

- a) die Touristen Informationszentrum
- b) die Werbemateriale
- c) das Internet
- d) das Reisebüro
- e) die Einweisen von den Freunde oder der Familie
- f) anderswoher
(schreiben Sie woher)

18. Die Personaldaten

Das Geschlecht:

- a) Mann
- b) Frau

Alter:

- a) bis 25
- b) 26 - 34
- c) 35 – 49
- d) 50 – 59
- e) 60 und mehr

Die Nationalität?
