

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU

---

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání – cestovní ruch

## **Bakalářská práce**

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

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Roman Švec

Autor:

Adéla Pojerová

---

2010

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: Adéla POJEROVÁ

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

Název tématu: Analýza ubytovacích a stravovacích služeb v oblasti  
Písecko

### Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

#### Cíl práce:

Analyzovat trh ubytovacích a stravovacích služeb v oblasti Písecko. 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**

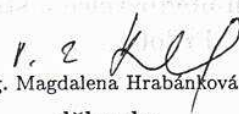
Seznam odborné literatury:

- BERÁNEK, J., KOTEK, P. *Řízení hotelového provozu*, 4. vyd. Praha: Grada, 2004.  
BERÁNEK, J. *Provozujeme pohostinství a ubytování*. Praha: MAG Consulting, 2004.  
ČERNÝ, J., KRUPIČKA, J. *Moderní hotel*. Úvaly: Ratio, 2007.  
KIRÁL'OVÁ, 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 (6)  
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 svoji bakalářskou práci na téma *Analýza ubytovacích a stravovacích služeb v oblasti Písecko* jsem vypracovala samostatně, na základě vlastních zjištění a s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

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

V Českých Budějovicích 12. 4. 2010

.....  
Adéla Pojerová

## **PODĚKOVÁNÍ**

Mé poděkování patří všem, kteří větší či menší měrou přispěli a podíleli se na zpracování mé bakalářské práce. Zvláště bych chtěla poděkovat vedoucímu bakalářské práce Ing. Romanu Švecovi za jeho odborné vedení a pomoc, dále Vendule Lorencové, Hedvice Příbylové a Martinu Volfovi za uskutečnění řízených rozhovorů a v neposlední řadě také mé rodině za podporu během studia.

*Adéla Pojerová*

# OBSAH

1 ÚVOD.....	7
2 CÍLE PRÁCE A METODIKA .....	8
2.1 Cíle práce .....	8
2.2 Metodika práce .....	8
2.3 Pracovní hypotézy.....	9
3 LITERÁRNÍ REŠERŠE .....	10
3.1 Vymezení základních pojmů .....	10
3.1.1 Obchod.....	10
3.1.2 Cestovní ruch .....	11
3.1.3 Služby .....	12
3.1.3.1 Klasifikace služeb .....	13
3.1.3.2 Vlastnosti služeb .....	14
3.2 Služby v cestovním ruchu.....	15
3.2.1 Klasifikace služeb v cestovním ruchu .....	17
3.2.2 Ubytovací služby .....	19
3.2.2.1 Kategorizace ubytovacích služeb dle Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel, hotel garni, penzion, motel a hotel.....	20
3.2.2.2 Klasifikace ubytovacích služeb dle Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel, hotel garni, penzion, motel a hotel.....	22
3.2.3 Stravovací služby.....	23
3.2.3.1 Kategorizace stravovacích služeb .....	24
3.2.3.2 Klasifikace stravovacích zařízení .....	27
3.3 Odvětví ubytování a stravování v rámci ekonomických činností.....	27
4 SITUAČNÍ ANALÝZA .....	30
4.1 Sekundární údaje.....	30
4.1.1 Geografické vymezení území .....	30
4.1.2 Stručná historie města .....	31

4.1.3	Dopravní dostupnost .....	31
4.1.4	Pozoruhodnosti města .....	32
4.1.5	Analýza ubytovacích a stravovacích zařízení .....	34
4.1.5.1	Analýza ubytovacích zařízení .....	35
4.1.5.2	Analýza stravovacích zařízení .....	39
4.2	Primární údaje .....	44
4.2.1	Vlastní dotazníkové šetření .....	44
4.2.2	Řízené rozhovory .....	61
4.3	Syntéza údajů .....	66
5	NÁVRHY A OPATŘENÍ .....	70
6	ZÁVĚR .....	79
7	SUMMARY .....	81
8	POUŽITÉ ZDROJE .....	82
8.1	Literární a tištěné zdroje .....	82
8.2	Internetové zdroje .....	83
8.3	Ostatní materiály .....	85
9	PŘEHLED POUŽITÝCH ZKRATEK .....	86
10	SEZNAM SCHÉMAT, TABULEK A GRAFŮ .....	87
10.1	Seznam schémat .....	87
10.2	Seznam tabulek .....	87
10.3	Seznam grafů .....	87
11	PŘÍLOHY .....	89

# 1 ÚVOD

Cestovní ruch představuje stále více se rozvíjející odvětví hospodářství, které se významně podílí na národní ekonomice státu. Ovlivňuje například tvorbu HDP a vytváří množství pracovních míst. Přestože je produktem zbytným, tedy můžeme se bez něho obejít, jeho rozvoj je stále dynamičtější, a to především z důvodu zrychlujícího se životního tempa, nárůstu stresu a stereotypního způsobu života, ze kterého chce člověk prostřednictvím cestovního ruchu alespoň na čas uniknout.

Pro rozvoj a fungování cestovního ruchu je nezbytné poskytování služeb v odpovídající kvalitě, a to jak základních, tak i doplňkových, které budou v práci představeny. Z toho důvodu je v cestovním ruchu tolik důležitý lidský faktor a živá práce, která ve většině případů nelze nahradit stroji, tak jak je tomu v jiných ekonomických odvětvích.

Práce se bude podrobně věnovat službám základním, konkrétně poskytování ubytovacích a stravovacích služeb ve vymezené oblasti Písecka. Problematika bude řešena jak ze strany nabídky, tak i poptávky po těchto službách, což umožní terénní šetření v podobě řízených rozhovorů a dotazníků. Po posouzení jejich výsledků a porovnání se sekundárními údaji a vlastním pozorováním budou formulovány návrhy a závěry práce.



## **2 CÍLE PRÁCE A METODIKA**

### **2.1 Cíle práce**

Hlavním cílem této bakalářské práce bude zanalyzovat trh a nabídku ubytovacích a stravovacích služeb ve vymezené oblasti.

Vedlejším cílem práce bude zjistit, zda trh ubytovacích a stravovacích služeb v destinaci odpovídá poptávce. Druhým vedlejším cílem bude zjištění toho, zda jsou zákazníci v místě spokojeni s úrovní poskytovaných služeb. Poslední cíl práce v rámci vedlejších cílů bude mít za úkol zjistit, zda by účastníci cestovního ruchu uvítali ve vymezené oblasti nějaké změny a zlepšení.

### **2.2 Metodika práce**

Pro sepsání této bakalářské práce bude použit následující metodický postup:

V počáteční fázi bude provedena rešerše údajů z literatury a internetových zdrojů z oblasti obchodu, cestovního ruchu, jeho služeb a také provozu a managementu ubytovacích a stravovacích služeb.

Pro následnou analýzu stávající struktury ubytovacích a stravovacích služeb budou využity statistické údaje Českého statistického úřadu a informačního centra, informační materiály o mikroregionu a internetové zdroje, které doplní vlastní terénní šetření.

Před realizací šetření musí být provedena příprava, která je velice důležitá pro jeho efektivní provedení. Cílem šetření bude získat informace o tom, co motivuje účastníky k příjezdu do vybrané oblasti, odkud přijíždějí a za jakým účelem, jak dlouho se zde zdrží, jestli již destinaci někdy v minulosti navštívili, jaká je jejich spokojenost s poskytovanými službami, či jaké jsou případné nedostatky v poskytování služeb v této oblasti. K získání těchto informací bude použito dotazníkové šetření, které poskytne pohled na danou problematiku ze strany poptávky.

Dále budou využity řízené rozhovory s pracovníky informačního centra a majiteli, případně pracovníky ubytovacích a stravovacích zařízení. Cílem dotazování bude zjistit aktuální situaci na straně nabídky stravovacích a ubytovacích služeb.

Výzkumné metody (pozorování, experiment a dotazování) budou flexibilně implementovány podle zjištěných konkrétních okolností. Zkoumáním ze strany nabídky i poptávky spolu s vlastním pozorováním bude získán ucelenější pohled na danou problematiku.

Po shromáždění všech dostupných informací bude provedena jejich analýza. Následující bod, syntéza údajů, bude podkladem pro sestavení návrhů a opatření. Výsledků bude užito při formulaci závěrů práce a potvrzení či vyvrácení pracovních hypotéz.

### **2.3 Pracovní hypotézy**

1. Počet ubytovacích a stravovacích zařízení ve zkoumané oblasti je dostačující vzhledem k poptávce.
2. Účastníci cestovního ruchu, navštěvující vymezenou oblast, jsou s poskytovanými službami spokojeni.
3. Většina návštěvníků přijíždí do oblasti opakovaně.
4. Účastníci cestovního ruchu danou oblast navštěvují především kvůli kultuře a historickým památkám.

## 3 LITERÁRNÍ REŠERŠE

### 3.1 Vymezení základních pojmů

#### 3.1.1 Obchod

Podle Pražské (2002) lze obchod chápat v několika základních polohách: jako činnost a jako instituci, tzn. v širším a užším pojetí.

Obchod v institucionálním pojetí představuje subjekty zabývající se převážně obchodem, přičemž za obchodní instituce v užším slova smyslu jsou považovány ty subjekty, které nakupují fyzické zboží za účelem dalšího prodeje bez jeho podstatnější úpravy.

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

V nejširším slova smyslu patří do obchodu i služby. Jde jednak o služby související s prodejem zboží (prodej fyzických, organizačních či informačních úkonů, např. rezervace zboží, úprava velikosti, montáž – uvedení do provozu, pronájem předmětů, doprava zboží do bytu apod.). Jednak jde o výhradní prodej služeb – prodej pobytů, dopravních úkonů, služby osobní, prodej bankovních produktů atd.

Parmová (2004) dodává, že odvětví služeb nabývá v současné době na velkém významu. Na rozdíl od sféry výroby zaznamenává sféra služeb dynamický rozvoj podnikatelské činnosti, na který se váže též příliv finančních prostředků a nárůst počtu pracovních míst. Nadto se snaží též firmy z odvětví výroby svou nabídku obohatit o služby zákazníkům, a tím získat konkurenční výhodu oproti ostatním firmám. Toto prolínání služeb do všech odvětví vede následně k vytváření celosvětového společenského trendu tzv. společnosti služeb. Jak výrobci, tak zákazníci si jsou vědomi, že služby představují integrující složku veškerých ekonomických aktivit. Na základě těchto úvah dostává tržní chování a jednání úplně jinou, novou kvalitu:

Místo pouhého předávání výrobku zákazníkům přichází na scénu komplexní servisní služba, která má jako systém za cíl uspokojit veškeré zákaznické potřeby a jejím hlavním měřítkem je užitek zákazníka.

### **3.1.2 Cestovní ruch**

Jako úvod poslouží slova Houšky a kol. (2007): Ve světě je CR považován za odvětví budoucnosti s ohledem na multiplikační efekt doprovázející jeho rozvoj. Často bývá označován za nejvýznamnější odvětví, ve kterém vzniká nejvíce pracovních příležitostí. Mimo zaměstnanosti ovlivňuje podstatným způsobem dalších zhruba pět oblastí: podílí se na tvorbě HDP, pozitivně ovlivňuje platební bilanci státu, tvoří příjmy státního rozpočtu, má vliv na příjmy místních rozpočtů a jeho rozvoj podporuje investiční aktivity.

CR je průřezovým odvětvím, které zahrnuje nejrůznější služby a je napojeno na mnoho dalších hospodářských činností. Má dopad na taková odvětví jako je doprava, stavebnictví, kultura, obchod, zdravotnictví a lázeňství a na mnohá další odvětví, která vytváří produkty související s poskytováním služeb týkajících se volného času. Přestože v tomto odvětví působí i několik velkých podniků, převládají v něm především malé a střední podniky. Jedná se o odvětví sektoru služeb, které v ekonomikách některých států představuje až dvoutřetinový podíl na tvorbě HDP. I v rámci služeb, které jako celek vykazují vysokou dynamiku, patří CR k rychle rostoucím.

Co se týče definice samotného pojmu cestovní ruch, jako první je vhodné citovat slova Petřů (1999) o tom, že podstata a tedy i definice CR není přesně stanovena; různí autoři v oblasti teoretického zkoumání vyjadřují v rámci svého vymezení vždy své vlastní chápání teorie o podstatě a funkci CR.

Galvasová a kol. (2008) uvádějí definici CR podle AIEST (Mezinárodní organizace sdružující vědecké pracovníky v CR), která zní:

CR je soubor vztahů a jevů, které vyplývají z cestování a pobytu osob, pokud s pobytem není spojeno trvalé usazení a vykonávání výdělečné činnosti.

Hesková a kol. (2006) definují CR o něco obširněji, a to jako významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáváním a naplněním vlastních snů z příjemné dovolené. Je součástí spotřeby a způsobu života obyvatel zejména ekonomicky vyspělých zemí. Ve světovém měřítku patří vedle obchodu s ropou a automobilovým průmyslem ke třem největším exportním odvětvím.

Předchozí tři definice vhodně doplňuje Oriška (1999), který především vyzdvihuje důležitost uspokojování potřeb. V tomto duchu tedy říká, že cestovním ruchem se rozumí soubor činností zaměřených na uspokojení potřeb souvisejících s cestou a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem zotavení, poznání, společenského kontaktu, kulturního a sportovního vyžití, lázeňského léčení a pracovních cest. Značnou část těchto potřeb lze uspokojit i mimo rámec CR, ale právě účast na CR představuje vyšší stupeň jejich uspokojení.

Potřeby účastníků CR jsou uspokojovány jednak volnými statky, jimiž rozumíme působení vlastností rekreačního prostoru (sluneční svit, čistý vzduch, vliv moře, klid atd.), jednak také hmotnými statky (zbožím) a užitnými efekty nehmotného charakteru (službami).

### **3.1.3 Služby**

Parmová (2004) uvádí, že jednoznačnou definici pro tak heterogenní skupinu činností nelze jen tak jednoduše nalézt, proto předkládá několik příkladů definic. Některé z nich se vztahují k oblasti ryzích služeb jako hlavní činnosti v podnikání, některé definují oblast služeb zákazníkům, která je úzce provázána s výrobou.

1. Poskytování nehmotných statků k uspokojování potřeb za úplatu. (rozdíl mezi výrobkem a službou)
2. Činnosti, výhody nebo uspokojení nabízené na prodej nebo poskytované v souvislosti s prodejem zboží.
3. Z hlediska výrobního podniku jsou služby doplňkem nabídky jeho výrobků a vytvářejí jeho konkurenční výhodu či jedinečnost jeho nabídky.

Kotler (2001) definuje službu jako jakoukoliv činnost nebo schopnost, kterou může jedna strana nabídnout straně druhé. Svou podstatou je nehmotná a nevytváří žádné hmotné vlastnictví. Poskytování služby může (ale nemusí) být spojeno s hmotným produktem.

### 3.1.3.1 Klasifikace služeb

Podle Kotlera (2001) rozlišujeme pět kategorií tržní nabídky:

1. *Čistě hmotné zboží.* Nabídka sestává pouze z hmotného produktu (například mýdlo, zubní pasta, sůl). S hmotným produktem nejsou poskytovány žádné služby.
2. *Hmotný produkt spolu se službou.* Hmotný produkt (zboží) je nabízen spolu se službami. Čím technologicky vyspělejší jsou produkty (automobily nebo počítače), tím více jejich prodej závisí na jakosti zboží a na poskytovaných službách (předváděcí místnosti, dodávka do domu, údržba a opravy, dodávaná výstroj a nářadí, zaškolení operátorů, rady pro instalaci a záruční podmínky).
3. *Hybrid.* Nabídka se skládá ze dvou stejných částí – ze zboží a služeb. Lidé si například oblíbí restauraci pro podávaná jídla i poskytované služby.
4. *Hlavní služba spolu s malým podílem zboží a dalších drobných služeb.* V nabídce převládá služba a spolu s ní je nabízen i malý doplněk ve formě zboží nebo další drobnější služba. Cestujeme-li letadlem, kupujeme si přepravní službu. Po vystoupení z letadla na místě určení nemáme za své peníze nic hmotného. Přesto to nelze tvrdit tak kategoricky, protože na palubě letounu jsme od letecké společnosti nějaké hmotné věci dostali, například nápoje, jídlo, noviny nebo časopis. Služby vyžadují ke své realizaci velké kapitálové investice – zakoupení letounu. Hlavní poskytovanou položkou je však nehmotná služba.
5. *Čistá služba.* Nabídka se skládá pouze ze služby (například hlídání dětí, psychoterapie, masáž).

### 3.1.3.2 Vlastnosti služeb

Služby se od zboží liší mnohými vlastnostmi, které jsou nejčastěji udávané těmito vlastnostmi (Kotler, 2001):

*Nehmotnost.* Služby jsou nehmotné, před jejich koupí je nemůžeme ohmatat, prohlédnout, ochutnat, poslechnout nebo očíchat. Výsledek lze velmi často pouze předvídat. Aby se snížila neurčitost výsledků poskytnutí služby, bude se zákazník snažit vyhledávat znaky, které by svědčily o jakosti služeb. Bude ji posuzovat na základě místa, personálu, vybavení, propagačních materiálů, symbolů a ceny.

*Nedělitelnost.* Pro služby je typické, že jsou vytvářeny a konzumovány současně. Jestliže nějaká osoba poskytuje službu, stává se tato osoba součástí služby. Je-li při poskytování služby přítomen i zákazník, vzniká interakce mezi poskytovatelem a zákazníkem, která je speciálním rysem marketingu služeb. Na výsledek poskytované služby má potom vliv jak poskytovatel, tak zákazník.

*Proměnlivost.* Služby jsou vysoce proměnlivé, protože závisejí na tom, kdo, kdy a kde je poskytuje. Zákazníci se vysoké proměnlivosti u poskytovaných služeb obávají a často se mezi sebou radí, než si zvolí poskytovatele služby.

*Pomíjivost.* Služby nelze skladovat. Pomíjivost služeb nevytváří zvláštní problém, pokud je poptávka stálá, protože je možné předem zajistit dostatek personálu. Jakmile začne poptávka kolísat, vznikají firmám vážné problémy. Například společnosti poskytující služby v hromadné přepravě musejí mít mnohem více dopravních prostředků s ohledem na dopravní špičky ve srovnání se stavem, kdy je poptávka po přepravě celý den stejná.

Stejně vlastnosti bychom našli i u Parmové (2004), s tím rozdílem, že proměnlivost služeb pojmenovává jako *neoddělitelnost od poskytovatele* a definuje vlastnosti těmito slovy:

Služba je vázána na schopnosti jejího poskytovatele, na jeho kapacity a hlavně na schopnosti spolupracovníků poskytovatele, kteří přicházejí do kontaktu se zákazníkem a službu přímo provádějí. Od těchto schopností poskytovatele se odvíjí kvalita provedené služby a též z dlouhodobějšího hlediska udržení úrovně poskytovaných služeb.

### 3.2 Služby v cestovním ruchu

Cestovní ruch je založen na všestranném poskytování služeb, od základních služeb typu stravování, ubytování, dopravy, přes zprostředkování služeb, služby doplňkové až po poskytování informací. Všechny druhy doplňkových služeb se ve větší nebo menší míře prolínají se službami pro domácí obyvatelstvo. Zvláštní skupinou služeb je zprostředkování služeb v CR, které provádějí především cestovní kanceláře a touroperátoři a také informační střediska. (Minář a kol., 1996)

Payne (1996) uvádí, že služba je činnost, která v sobě má určitý prvek nehmatatelnosti a vyžaduje určitou interakci se zákazníkem, nebo jeho majetkem. Výsledkem služby není převod vlastnictví. Služba může vést ke změně podmínek a její produkce může či nemusí být úzce spojena s fyzickým produktem.

Dle Oriěšky (1999) služby CR, podobně jako služby všeobecně, není možno produkovat do zásoby, na sklad. Proces poskytnutí služby je současně i procesem její spotřeby. Avšak služby, které se realizují na trhu CR, mají v porovnání s ostatními složkami trhu své zvláštnosti:

- a) poskytnutí služby a její spotřeba jsou prostorově i časově vázány na určitý rekreační prostor, jehož návštěva souvisí s dosažením cíle účasti na CR a který zároveň určuje charakter spotřeby služeb (například poskytování lázeňských služeb je vázáno na výskyt přírodního léčivého zdroje a určuje charakter spotřeby lázeňských služeb, například dietní stravování při léčbě chorob trávicího ústrojí);
- b) služby CR mají charakter převážně osobních služeb na rozdíl od věcných služeb, které jsou vždy spojeny se spotřebou zboží,
- c) služby CR jsou ve svém provedení mnohotvárné a vzhledem k různorodosti potřeb účastníků CR vystupují jako komplex různých, zpravidla podmíněných služeb, kdy uspokojení jedné potřeby určitou službou podmiňuje (vyvolává) uspokojení další potřeby jinou službou; například na uspokojení potřeby dopravit se do určitého rekreačního prostoru (dopravní služby) navazuje potřeba přenocování (ubytovací služby), potřeba výživy (stravovací služby) atd.

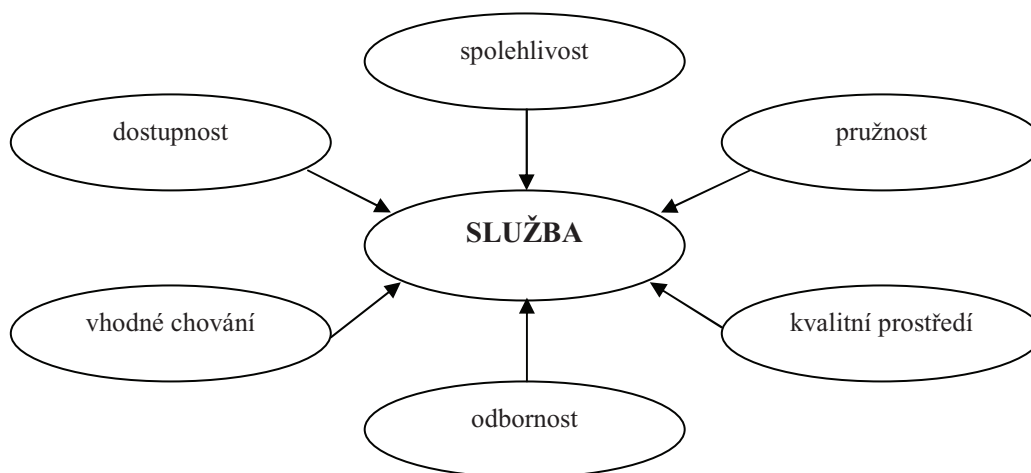
Uvedená komplexnost, respektive vzájemné doplňování se služeb, se nazývá komplementaritou služeb CR. Kromě toho existuje ve spotřebě těchto služeb



také jejich určitá zastupitelnost, tedy možnost nahrazení (substituce) jedné služby jinou službou.

- d) rozsah spotřeby služeb CR často podmiňuje jejich včasné zabezpečení, hlavně při hromadné a zároveň krátkodobé účasti na CR (například na folklórních slavnostech, sportovních utkáních, veletrzích, výstavách atd.), působení vnějších objektivních faktorů, jejichž vliv je možné částečně omezit, ale nelze ho úplně vyloučit (například počasí, reliéf území apod.), stejně jako působení faktorů souvisejících s jednotlivými účastníky CR (věk, sociální příslušnost atd.)
- e) účastník CR na rozdíl od spotřebitele na trhu spotřebního zboží vystupuje zpravidla jako neanonymní.

Od poskytované služby většina hostů dle Beránka (2004) požaduje její spolehlivost, příjemné a vhodné prostředí, dostupnost, pružnost, odbornou způsobilost personálu, vhodné chování reprezentované vlídným zacházením, vstřícností apod. Hlavní prioritou v poskytovaných ubytovacích a stravovacích službách je požadavek hosta na „slušné chování“ personálu. Požadavky na poskytované služby lze přehledně vyjádřit následujícím schématem:



**Schéma 1:** Požadavky na kvalitní službu (Beránek, 2004)

Kiráľová (2002) vztahuje svá slova konkrétně do prostředí hotelu, ale principy o kterých hovoří, lze aplikovat i na ostatní oblasti CR. Říká, že porozumění potřebám hostů a jejich následné uspokojení jsou klíčem k úspěšnosti. V praxi není snadné dosáhnout

dokonalosti a čas od času se stane, že je host nespokojen. Je potřebné vážit si hostů, kteří své negativní zkušenosti hotelu sdělí. Ten pak má možnost změnit negativní zkušenost na pozitivní a nedostatek odstranit. Těžko je možné očekávat zlepšení tam, kde se zdá, že je všechno v pořádku. Upozornění hostů na chyby jsou interním bohatstvím hotelu.

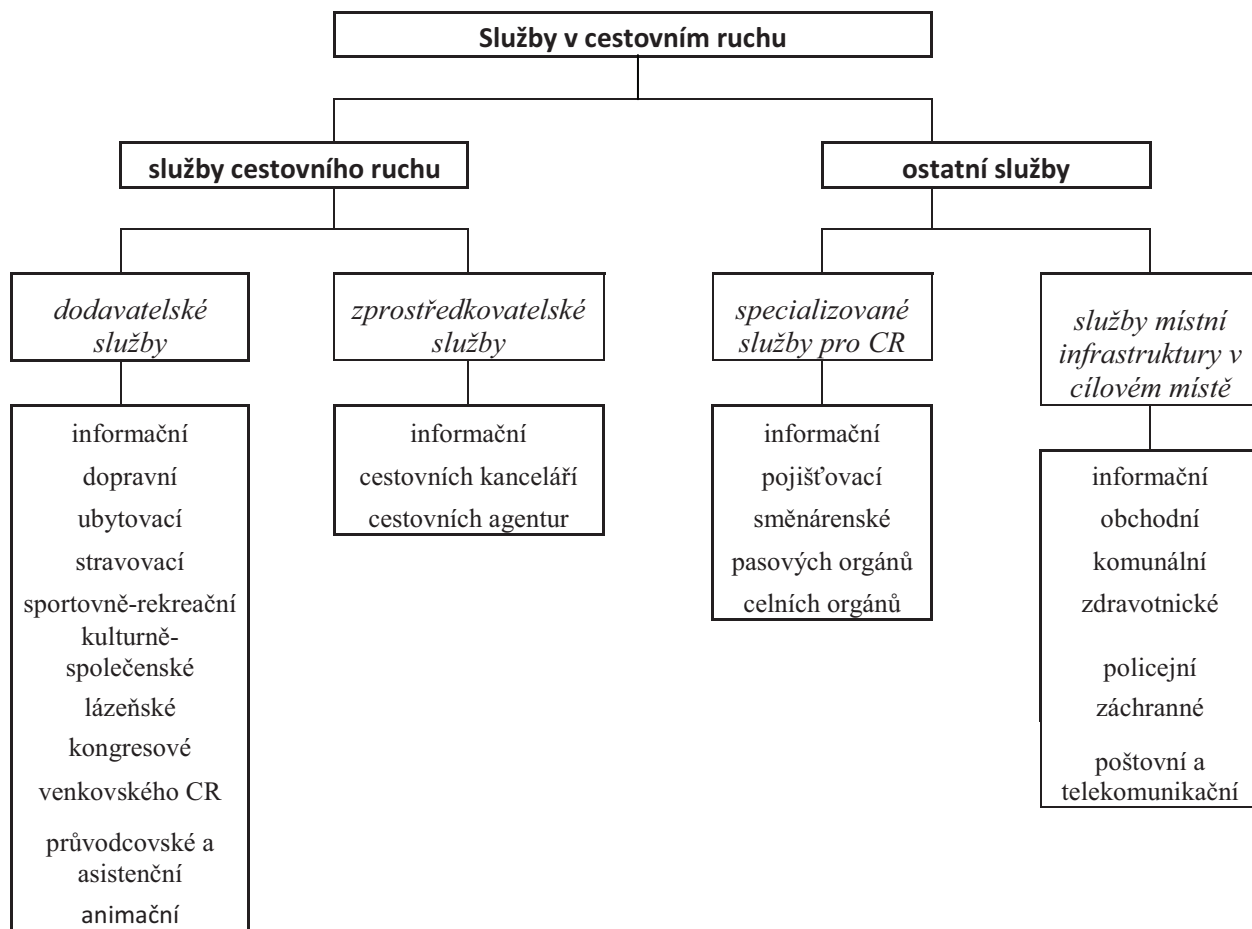
Pokud si však zaměstnanci myslí, že jejich šéf je ředitel hotelu, mýlí se! Jejich šéfem je zákazník – host!

Když hotelový personál dělá vše pro spokojenost manažerů, ale hostům se takový způsob poskytování služeb nelíbí, pak hotel nemá šanci na přežití. Proto pokud chtějí být zaměstnanci hotelu úspěšní, měli by myslet na své hosty.

### **3.2.1 Klasifikace služeb v cestovním ruchu**

Hesková a kol. (2006) uvádějí rozdělení služeb z různých hledisek. Jako základní rozdělení služeb vidí členění na:

1. služby CR, tj. takové, které výlučně nebo převážně uspokojují potřeby účastníků CR a produkují je podniky CR
2. ostatní služby, které produkují podniky s polyfunkčním charakterem, tj. část jejich produkce spotřebovávají účastníci CR, v rozhodující míře však uspokojují potřeby místního obyvatelstva.



**Schéma 2:** Struktura služeb v cestovním ruchu (Hesková a kol., 2006)

Dle většiny autorů, např. Hladká (1997) a Oriška (1999) se služby CR dělí na základní a doplňkové.

- a) základní – zabezpečují přemístění účastníků CR z místa trvalého bydliště do rekreačního prostoru a zpět a služby spojené s pobytem v rekreačním prostoru. Zahrnují služby ubytovací, stravovací a dopravní.
- b) doplňkové – jsou spojeny s využíváním atraktivit, vlastností charakteristických pro konkrétní rekreační prostor. Zahrnují služby obchodní, sportovně-rekreační, společensko-kulturní, lázeňsko-léčebné, směnářské, komunální, zprostředkovatelské a horskou službu.

### 3.2.2 Ubytovací služby

Z výše uvedeného rozdělení vyplývá, že ubytovací a stravovací služby patří mezi základní služby CR. Další důležitou částí pro pokračování práce bude vymezení základních pojmů v těchto službách.

Ubytovací služby podle Petřů (1999) spočívají v poskytování přechodného ubytování, a to zejména ve spojení s účastí na CR, ale i při výkonu povolání (služební cesty).

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

Ubytovací zařízení zaujímají klíčovou pozici v rámci turistické infrastruktury, která představuje soubor organizačně-technických předpokladů pro uspokojování předpokladů účastníků CR. (Galvasová a kol., 2008)

Provozovny, zajišťujícími ubytovací služby, jsou podle Beránka (2004) hromadná ubytovací zařízení, tj. hotely a jim podobná 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.

### 3.2.2.1 Kategorizace ubytovacích služeb dle Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel, hotel garni, penzion, motel a hotel <sup>(1)</sup>

Pro tuto a následující kapitolu bude nutné vymezení základních pojmů:

- Pro označení minimálních požadavků jednotlivých tříd ubytovacích zařízení je používáno označení „*klasifikace*“.
- Pojmy „*standard*“ a „*standardizace*“ jsou chápány jako pojmy obecné stanovující požadavky na poskytované služby a vybavení.
- „*Kategorizace*“ označuje proces, kdy dochází k dělení ubytovacích zařízení do jednotlivých kategorií (hotel, penzion apod.).
- „*Certifikace*“ označuje proces udělení Certifikátu a Klasifikačního znaku dle Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel, hotel garni, penzion, motel a hotel.

Termín „*kategorizace*“ tedy označuje proces, kdy dochází k dělení ubytovacích zařízení do jednotlivých kategorií. Toto dělení je uvedeno v Oficiální jednotné klasifikaci ubytovacích zařízení České republiky, která ve svém dokumentu odkazuje na vyhlášku Ministerstva pro místní rozvoj č. 501/2006 Sb., o obecných požadavcích na využití území. Ta je podkladem pro českou státní normu, závaznou pro všechna zařízení. Zmíněná vyhláška rozděluje ubytovací zařízení do čtyř kategorií na hotel, motel, penzion a ostatní ubytovací zařízení. Tyto kategorie jsou v rámci Oficiální jednotné klasifikace ještě podrobněji rozpracovány, a to následovně:

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

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

---

<sup>1</sup> Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel, hotel garni, penzion, motel a hotel dostupná na:  
[http://cms.netnews.cz/files/attachments/671805/9-metodika\\_oficialni\\_jednotne\\_klasifikace.pdf](http://cms.netnews.cz/files/attachments/671805/9-metodika_oficialni_jednotne_klasifikace.pdf)  
[cit.dne 16.12.2009]

a restaurace může být mimo ubytovací část. Ubytovací zařízení jinak splňuje veškeré požadavky pro kategorii Hotel 1\* – 4\*.

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.

Botel je ubytovací zařízení umístěné v trvale zakotvené osobní lodi. Zařazuje se nejvýše do čtyř hvězdiček.

#### Specifická hotelová zařízení:

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

Lázeňský hotel garni má stejnou charakteristiku jako Lázeňský / Spa hotel, s tím rozdílem, že splňuje veškeré požadavky pro kategorii hotel garni.

- *Wellness hotel* je ubytovací zařízení, které splňuje veškeré požadavky pro kategorii Hotel 3\*–5\* a zároveň poskytuje služby wellness, přičemž bude současně certifikováno podle výstupů z projektu MMR „Zavádění národních standardů kvality ve vybraných sektorech cestovního ruchu“.
- *Resort / Golf resort* je ubytovací zařízení, které splňuje požadavky pro kategorii Hotel 3\*–5\*, jedná se o uzavřený soubor objektů, kde může být restaurace a recepce mimo ubytovací část. Zařízení poskytuje společensko-kulturní a sportovní vyžití. Do třídy 4\* může mít recepce omezený provoz na minimálně 18 hodin. Golf Resort musí, kromě výše uvedeného, být vybaven minimálně devítijamkovým normovaným hřištěm dle parametrů České golfové federace.

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.

#### Ostatní ubytovací zařízení:

- kemp (tábořiště);
- chatová osada;
- turistická ubytovna.

### **3.2.2.2 Klasifikace ubytovacích služeb dle Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel, hotel garni, penzion, motel a hotel<sup>(2)</sup>**

Profesní svazy Asociace hotelů a restaurací České republiky a UNIHOST Sdružení podnikatelů v pohostinství, stravovacích a ubytovacích službách na základě Usnesení vlády ze dne 17.7.1999 č. 717 a za podpory Ministerstva pro místní rozvoj ČR a České centrály cestovního ruchu – CzechTourism sestavily „Oficiální jednotnou klasifikaci ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel, hotel garni, penzion, motel a hotel“ pro období let 2010–2012.

Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky se stala součástí mezinárodního „středoevropského“ systému Hotelstars Union, který v současné době sjednocuje klasifikační kritéria v rámci ČR, Německa, Rakouska, Maďarska, Švýcarska, Švédska a Nizozemí. Hotelstars Union zaručuje stejné parametry kvality ubytovacích služeb v tomto významném regionu.

Materiál klasifikace má doporučující charakter a slouží jako pomůcka pro zařazování ubytovacích zařízení kategorií hotel, hotel garni, penzion a motel do příslušných tříd dle minimálních stanovených požadavků s cílem zlepšení orientace spotřebitelů – hostů a zprostředkovatelů – cestovních kanceláří a agentur, zvýšení transparentnosti trhu ubytování a zkvalitnění služeb poskytovaných ubytovacími zařízeními. Požadavky jsou uváděny jako minimální, tedy nabízená služba či vybavení vyšší úrovně než je uvedeno, je vyhovující pro danou třídu. Klasifikace není obecně závazným právním předpisem a je na samotném provozovateli ubytovacího zařízení, zdali certifikaci podstoupí či nikoliv.

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

---

<sup>2</sup> Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel, hotel garni, penzion, motel a hotel dostupná na:  
[http://cms.netnews.cz/files/attachments/671805/9-metodika\\_oficialni\\_jednotne\\_klasifikace.pdf](http://cms.netnews.cz/files/attachments/671805/9-metodika_oficialni_jednotne_klasifikace.pdf)  
[cit.dne 16.12.2009]

Rozdělení do jednotlivých tříd v rámci Klasifikace ubytovacích zařízení je následující:

- \* Tourist,
- \*\* Economy,
- \*\*\* Standard,
- \*\*\*\* First Class,
- \*\*\*\*\* Luxury.

Ubytovacím zařízením kategorie typu hotel garni, penzion, motel, hotel a depandance 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**“.

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.

### **3.2.3 Stravovací služby**

Orieška (1999) uvádí, že stravovací služby zabezpečují uspokojování základních potřeb výživy účastníků CR. Jde o služby základního stravování, doplňkového stravování a občerstvení, jakož i o společensko-zábavní služby, spojené s hudební produkcí, kulturním programem, případně další služby.

Minář a kol. (1996) dodává, že na rozdíl od ubytovacích zařízení jsou stravovací zařízení využívána i místní klientelou. Subjekty, které zajišťují stravování v CR, jsou jednak subjekty obchodní, pro které je společné stravování jejich hlavním předmětem



podnikání, ale také organizace, které tuto funkci plní jako vedlejší činnost k funkci hlavní.

Beránek (2004) definuje stravovací službu jako výrobu, přípravu a rozvoz pokrmů za účelem jejich podávání v rámci provozování hostinské živnosti, ve školní jídelně, v 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 CR. 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.

Podle Petřů (1999) jsou stravovací služby v CR zajišťovány subjekty provozujícími společné stravování a chápeme jimi poskytování pokrmů a nápojů bezprostředně připravených ke spotřebě, tj. hostinskou činnost.

Dle Hladké (1997) plní restaurační zařízení v CR řadu funkcí, snímá z účastníků CR starost o zabezpečení pokrmů a nápojů, základního i doplňkového stravování. Síť stravovacích zařízení a struktura jejich nabídky se místně a časově přizpůsobuje potřebám CR.

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

### **3.2.3.1 Kategorizace stravovacích služeb**

Dle Hladké (1997) má kategorizace stravovacích zařízení velký význam při stanovování cen stravovacích služeb a využívá se v praxi ve spolupráci s cestovními kanceláři. Zařazení hostinského zařízení do určité kategorie poskytuje i určitou informaci o typu a rozsahu služeb, které může účastník v příslušném zařízení očekávat.

Jak píše Galvasová a kol. (2008), v současné době platí „Doporučení upravující základní ukazatele pro kategorizaci hostinských a ubytovacích zařízení“ z roku 1994, které dle metodiky EU vymezuje dvě základní kategorie stravovacích zařízení:

- restaurace (restaurace, samoobslužné jídelny, rychlé občerstvení, železniční jídelní vozy a jiná zařízení pro přepravu cestujících);
- bary (bary, noční kluby, pivnice, vinárny, kavárny-espressa).

Dle Doporučení upravující základní ukazatele pro kategorizaci hostinských a ubytovacích zařízení <sup>(3)</sup> jsou tyto kategorie definovány následovně:

#### 1. Restaurace

Pro tuto kategorii hostinských provozoven je dominantní prodej pokrmů s možností zakoupení nápojů a možnost různých forem společenské zábavy.

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

Pohostinství je modifikovaným typem restaurace zabezpečující základní i doplňkové stravování.

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

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

Samoobslužná restaurace (kafetérie) 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 např. mléčný bufet, rybí bufet.

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

Občerstvení, kiosky je hostinské zařízení zabezpečující poskytování občerstvení. Zřizuje se obvykle jako sezónní, příležitostné zařízení často bez vlastní odbytové plochy.

---

<sup>3</sup> Doporučení upravující základní ukazatele pro kategorizaci hostinských a ubytovacích zařízení dostupné na: <http://www.cestovni-ruch.cz/kategorizace/doporuceni.htm> [cit. dne 18.11.2009]

Občerstvení může být zřízeno jako doplňující část provozovny nebo střediska (prodejní okno), případně jako pochůzkový prodej (např. pomocí prodejních košů).

## 2. Bary

Pro tuto kategorii hostinských provozoven je dominantní prodej nápojů s možností různých forem společenské zábavy. Je možno též prodávat výrobky studené kuchyně, cukrářské výrobky, podle místních podmínek teplé pokrmy, zejména minutkového charakteru.

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

- Grill bar (grilované pokrmy)
- Pizzerie (pizza)
- Snack bar (výrobky studené kuchyně, minutková jídla)
- Aperitiv bar (výrobky studené kuchyně, různě připravované nápoje)
- Lobby bar (je součástí hotelu a nabízí především různě připravené teplé i studené nápoje)

Noční bar, noční klub, varieté, dancing jsou noční zábavná hostinská zařízení poskytující obslužným způsobem pokrmy a nápoje. Dominantní 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. Dále podává 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, je k dispozici tisk, společenské hry atd.). Kavárny mohou být podle svého poslání specializovány (taneční kavárna, koncertní kavárna, kino – kavárna) nebo kombinovány (kavárna – cukrárna).

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

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

*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.

### 3.2.3.2 Klasifikace stravovacích zařízení

Klasifikací a certifikací kvality služeb stravovacích zařízení se mohou zabývat některé regionální svazy a municipality nebo města, jimž záleží na úrovni služeb poskytovaných v cestovním ruchu (např. Pardubice, Olomouc...). Jedním z příkladů může být i nově vzniklý certifikát „Czech Specials“.

#### Certifikát „Czech Specials“<sup>(4)</sup>

Ve spolupráci agentury CzechTourism s Asociací hotelů a restaurací ČR a Asociací kuchařů a cukrářů ČR vznikl projekt *Ochutnejte Českou republiku*. Jeho cílem je zatraktivnit potencionální turistické destinace a představit regiony České republiky prostřednictvím kulinářských specialit, jak zahraničním, tak i domácím turistům. Spolu s projektem vznikla značka „Czech Specials“ jako signifikantní označení pro restaurace a hotelové provozy, které k tomuto projektu přistoupí a zaváží se tak, že budou ve svých zařízeních vařit minimálně jednu národní specialitu, kterou byla zvolena česká svíčková a jednu regionální specialitu.

## 3.3 Odvětví ubytování a stravování v rámci ekonomických činností

Český statistický úřad zavedl s účinností od 1. ledna 2008 Klasifikaci ekonomických činností (dále jen „CZ-NACE“). Klasifikace CZ-NACE byla vypracována podle mezinárodní statistické klasifikace ekonomických činností. Nahrazuje Odvětvovou

---

<sup>4</sup> Informace o projektu *Ochutnejte Českou republiku*, dostupné na: <http://www.czechspecials.cz> a <http://www.czechspecials.cz/predstaveni-projektu/> [cit.dne 9.2.2010]

klasifikaci ekonomických činností (OKEČ), vydanou Českým statistickým úřadem v prosinci 2003 a aktualizovanou roku 2005.

55	<b>SEKCE I - UBYTOVÁNÍ, STRAVOVÁNÍ A POHOSTINSTVÍ</b>	
	<b>Ubytování</b>	
	<b>55.1</b>	<b>Ubytování v hotelích a podobných ubytovacích zařízeních</b>
	55.10	Ubytování v hotelích a podobných ubytovacích zařízeních
	55.10.1	Hotely
	55.10.2	Motely, botely
	55.10.9	Ostatní podobná ubytovací zařízení
	<b>55.2</b>	<b>Rekreační a ostatní krátkodobé ubytování</b>
	55.20	Rekreační a ostatní krátkodobé ubytování
	<b>55.3</b>	<b>Kempy a tábořiště</b>
55.30	Kempy a tábořiště	
<b>55.9</b>	<b>Ostatní ubytování</b>	
55.90	Ostatní ubytování	
55.90.1	Ubytování v zařízených pronájmech	
55.90.2	Ubytování ve vysokoškolských kolejích, domovech mládeže	
55.90.9	Ostatní ubytování j. n.	
56	<b>Stravování a pohostinství</b>	
	<b>56.1</b>	<b>Stravování v restauracích, u stánků a v mobilních zařízeních</b>
	56.10	Stravování v restauracích, u stánků a v mobilních zařízeních
	<b>56.2</b>	<b>Poskytování cateringových a ostatních stravovacích služeb</b>
	56.21	Poskytování cateringových služeb
	56.29	Poskytování ostatních stravovacích služeb
	56.29.1	Stravování v závodních kuchyních
	56.29.2	Stravování ve školních zařízeních, menzách
	56.29.9	Poskytování jiných stravovacích služeb j. n.
	<b>56.3</b>	<b>Pohostinství</b>
56.30	Pohostinství	

**Tabulka 1:** Klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE) <sup>(5)</sup>

<sup>5</sup> Klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE), dostupná na:  
[http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/klasifikace\\_ekonomickych\\_cinnosti\\_\(cz\\_nace\)](http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/klasifikace_ekonomickych_cinnosti_(cz_nace)) [cit.dne18.11.2009]

Beránek (2004) uvádí, že hlavním účelem klasifikace je poskytnutí hierarchického třídění ekonomických činností, které je možno využít pro rozčlenění informací podle těchto činností pro analytické práce ve statistice i jiných oblastech. Z hlediska podobnosti činností lze jednotlivé organizační jednotky seskupovat do příslušných agregací.

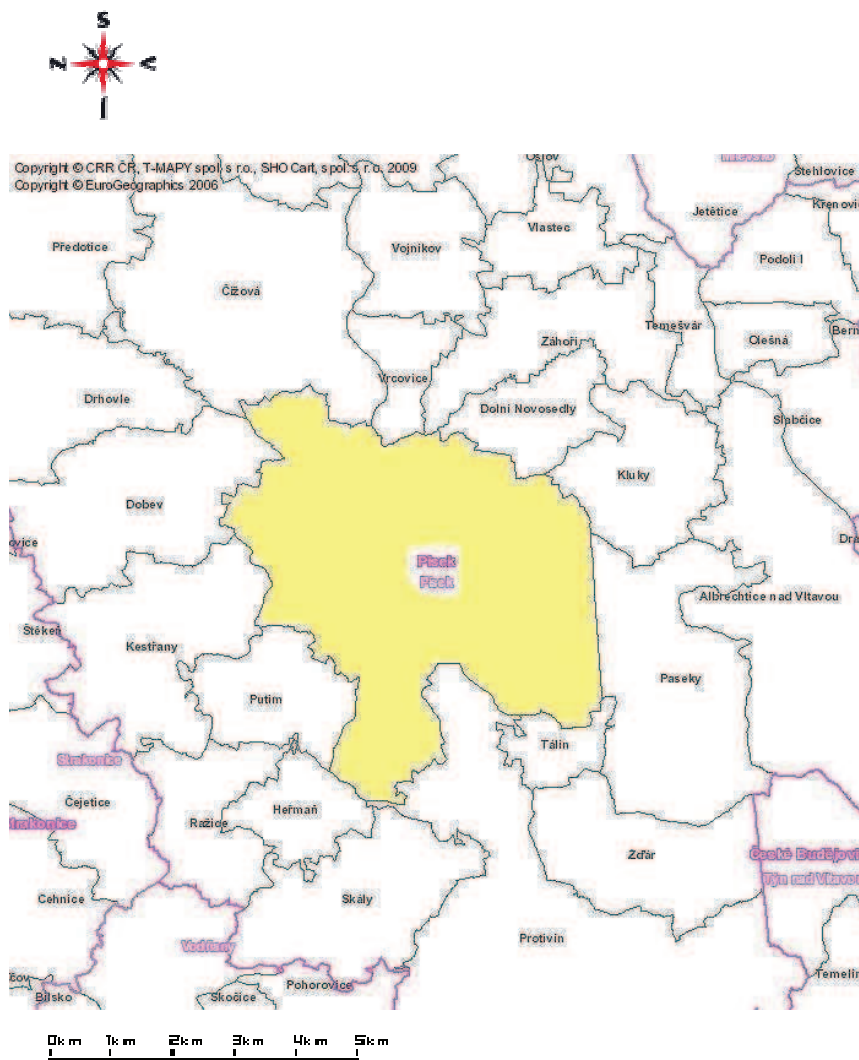
Třídění slouží pro členění ekonomických subjektů (nikoliv pro členění výrobků a služeb, které ekonomické subjekty poskytují). Při sestavování se dbalo na to, aby do jednoho seskupení bylo možno zařadit produkci výrobků a služeb, které se zpravidla vyskytují společně u jednoho ekonomického subjektu. Výrobní jednotky jsou na prvním místě klasifikovány podle hlavního druhu ekonomické činnosti, kterou se zabývají, bez ohledu na druh vlastnictví a na úroveň používané technologie, tj. zda je jejich činnost vykonávána ručně nebo za pomoci strojů, v továrně, dílně nebo domácnosti. Teprve dalšími kritérii jsou použití vyráběného zboží a poskytovaných služeb, využívané suroviny a postupy apod.

Klasifikace ekonomických činností se užívá ve státní statistice, zejména v analytických pracích a při sestavování národních účtů.

## 4 SITUAČNÍ ANALÝZA

### 4.1 Sekundární údaje

#### 4.1.1 Geografické vymezení území



(Mapový server Centra pro regionální rozvoj České republiky, dostupný na:

[http://mapy.crr.cz/tms/crr\\_a/admin/index.php?lg=cz#c=3440375%252C5462335&z=4&l=ajax\\_admin&p=&](http://mapy.crr.cz/tms/crr_a/admin/index.php?lg=cz#c=3440375%252C5462335&z=4&l=ajax_admin&p=&) [cit.dne 04.03.2010])

V rámci územního členění podle Evropské unie spadá zkoumaná oblast do statistické územní jednotky *NUTS 2 – Jihozápad*, podrobnějším členěním poté do *NUTS 3 – Jihočeský kraj* a *NUTS 4 – okres Písek*. Do okresu spadají dvě města s rozšířenou působností (Milevsko, Písek), tři obce s pověřeným obecním úřadem (Mírotice, Mirovice, Protivín) a 70 obcí.

**Pro účely této práce zahrnuje zkoumaná oblast Písecko samotné město Písek a jeho bezprostřední okolí, maximálně do 5 kilometrů.**

Město Písek se nachází při silnici spojující Prahu s Českými Budějovicemi, přibližně sto kilometrů jižně od hlavního města a padesát kilometrů severně od jihočeské metropole. Rozděluje se na devět obecních částí – Budějovické Předměstí, Hradiště, Nový Dvůr, Pražské Předměstí, Purkratice, Semice, Smrkovice, Václavské Předměstí a Vnitřní Město.

Dříve bylo městem krajským v rámci Prácheňského kraje, poté okresním a po zrušení okresů získalo statut města s rozšířenou působností.

#### **4.1.2 Stručná historie města**

Na břehu řeky Otavy založili čeští králové v polovině 13. století hrad a město Písek. Díky těžbě zlata i čilému obchodnímu a výrobnímu ruchu město rychle vyrostlo a těšilo se přízni panovníků Přemysla Otakara II. a Václava IV., kteří zde bývali častými hosty. Od 14. století bylo centrem rozsáhlého kraje, který se nazýval Prácheňský. V první polovině 15. století hrálo důležitou úlohu mezi obránci kalicha. Počátek třicetileté války znamenal pro Písek katastrofu. Město bylo třikrát dobýváno a pokaždé dobyto, naposledy 30. září 1620, kdy ho císařští vojáci zcela zničili, a obyvatelstvo z velké části zahynulo. Od 19. století město zcela mění svou tvář - vystupuje z hradeb, na předměstích vyrůstají celé ulice nájemních domů, na radnici vítězí čeština, vznikají kulturní instituce a spolky a Písek je nazýván městem škol a studentů i Mekkou houslistů. Stává se též - jako město v moři lesů - vyhledávaným letoviskem a oblíbeným cílem turistů. Historické centrum Písku je nyní vyhlášeno městskou památkovou zónou. (Dějiny města Písek, dostupné na: <http://www.mesto-pisek.cz/mesto-a-okoli/dejiny-mesta/dejiny-mesta.html> [cit.dne 04.03.2010])

#### **4.1.3 Dopravní dostupnost**

Město Písek má poměrně výhodnou dopravní polohu. Co se týče silniční dopravy, je přímo napojeno na města Plzeň a České Budějovice, která jsou propojena komunikací mezinárodního významu E49 (hraničního přechod s Německem Vojtanov – Cheb – Jenišov – Plzeň – Písek - České Budějovice – hraniční přechod s Rakouskem Halámky). V rámci tuzemského značení se jedná o silnici I. třídy č. 20, začínající v Jenišově a dále



vedoucí po stejné trase až do Českých Budějovic. Další přímé napojení má Písek na Tábor, a to po silnici I. třídy č. 29, v Oltyni se napojující na I/19 do Tábora. Dopravní spojení Praha – Písek je zajištěno silnicí I. třídy č. 4 z Prahy, která na úseku Jíloviště – Skalka přechází v rychlostní komunikaci R4 a dále pokračuje opět jako I/4 přes Strakonice až na hraniční přechod Strážný. Abychom se dostali do Písku, je třeba na křižovatce na Nové Hospodě, vzdálené necelých 11 km od Písku, tuto silnici opustit a využít již zmiňovanou I/20 od Plzně, která se zde s tahem na Prahu kříží. Silniční autobusovou dopravu zajišťuje například firma ČSAD AUTOBUSY České Budějovice a.s., ČSAD JIHOTRANS a.s., Záruba M&K s.r.o nebo COMETT PLUS, spol. s.r.o. Další firmou je STUDENT AGENCY s.r.o., jejíž autobusy jezdí přímou trasu z Českého Krumlova do Prahy a zpět se zastávkou v Písku. To je zajímavou možností pro cestovní ruch v oblasti, neboť Český Krumlov a Praha jsou jedněmi z nejnavštěvovanějších měst v Čechách, a pokud účastník cestovního ruchu využije služeb STUDENT AGENCY k přepravě po této trase, může zatoužit ještě po zastávce v Písku a podívat se zde, případně i přespat.

V rámci železniční dopravy je Písek napojen na trať č. 200 ve směru Zdice (napojeny na Beroun a Prahu) - Písek - Protivín (dále napojen na trať Číčenice – Zliv - České Budějovice). Trať č. 201 vede z Tábora do Písku a Ražic, odkud vyjíždějí vlaky směr Plzeň a České Budějovice.

Převahu osob po městě samotném zajišťuje městská autobusová doprava prostřednictvím firmy ČSAD AUTOBUSY České Budějovice a.s. V provozu je 209 spojů na jedenácti linkách, z nichž tři jezdí pouze o víkendu. Ve městě je umístěno celkem 45 zastávek a celková délka všech spojů činí 1477 km.

#### **4.1.4 Pozoruhodnosti města**

V oblasti je nesčetně krásných a zajímavých míst, historických domů a objektů, váže se k ní mnoho pověstí a koná se zde mnoho významných akcí, zkrátka každý si zde vybere to své. Účelem této práce nicméně není popisovat vše, co by mohl účastník cestovního ruchu navštívit a vidět. Proto zde bude uveden výčet těch nejvýznamnějších atraktivit, které se mohou stát účelem cesty či zastavení v historickém Písku. Ostatní pozoruhodnosti jsou pouze doprovodným programem ve chvíli, kdy už člověk ve městě je.

Nejcennější památkou a atraktivitou města je **Kamenný most** přes Otavu, který je nejstarším dochovaným mostem v Čechách a má statut národní kulturní památky. Byl vystavěn patrně ještě před koncem 13. stol., dosahuje délky 111 metrů a na obou březích byl zakončen obrannými věžemi, které se ovšem nedochovaly. Most je vyzdoben barokními plastikami svatých. Přežil i povodeň v r. 2002, která jej poškodila, ale již po několika měsících byl opraven, aby mohl opět upoutávat pozornost a vyvolávat nadšení návštěvníků města.

**Hrad** v Písku byl zbudován v polovině 13. stol. pro českého krále Přemysla Otakara II. Původně měl čtyři křídla, tři věže a byl součástí městského opevnění. Během staletí přišel o všechny tyto věže a z původních křídel se zachovala pouze část západního nad řekou Otavou, v níž je přístupný gotický Rytířský sál s kopiiemi fresek z r. 1479. V areálu hradu sídlí dnes **Prácheňské muzeum** s expozicemi věnovanými dějinám a přírodě regionu včetně historie těžby zlata v Otavě.

Trojlodní **Děkanský kostel Narození Panny Marie** vznikl spolu se založením města v polovině 13. stol. Původně měl dvojici stejných věží, z nichž jedna byla po r. 1489 zvětšena a nyní dosahuje výšky 71 metrů. V současnosti je věž po rozsáhlé rekonstrukci zpřístupněna veřejnosti a slouží jako vyhlídka s výkladem.

Písek patří k prvním městům v Čechách, kde ing. František Křížík instaloval veřejné elektrické osvětlení. Došlo k tomu 23. června 1887 a o rok později byla pro potřeby rozšířeného osvětlení zbudována **městská elektrárna**. Od r. 1997 je v elektrárně zřízeno muzeum, které je častým cílem turistů.

**Obydlí Adolfa Heyduka** bylo vystavěno v r. 1900 v novorenesančním slohu. V části Heydukova bytu je zřízen památník s původním vybavením. Tři místnosti zůstaly zařízené tak, jak je opustil. Jihočeský kraj investoval do rekonstrukce domu prostřednictvím Prácheňského muzea více než 6 milionů korun. Veřejnosti je sídlo přístupné od června 2007.

**Sladovna** byla postavena v 19. stol., k přípravě sladu sloužila pouze s malými přestávkami 100 let a na tehdejší dobu byla vybavena velmi moderní technologií. Její provoz byl ukončen r. 1973. Po rozsáhlé rekonstrukci trvající sedm let je dnes Sladovna kulturním a společenským prostorem. Jsou zde otevřeny dvě stálé expozice, Expozice Radka Pilaře (píseckého rodáka a autora výtvarné podoby Čtvrťkova Cipíska) a expozice k historii ilustrace dětské knihy. Kulturní nabídku zpestřují také workshopy, semináře, koncerty atd.

**Zemský hřebčinec** byl vystaven v r. 1992 z důvodu nedostačujících prostor hřebčince bývalého. Vždy produkoval kvalitní koně, z jeho chovu pocházel i legendární kůň Ardo, který stál modelem J. V. Myslbekovi při modelování pomníku Sv. Václava. Jedna z Myslbekových studií dnes stojí na nádvoří hřebčince, v němž se pravidelně konají aukce koní a několikrát do roka akce zpřístupněné veřejnosti. Rovněž je zde možno zajistit prohlídku, výuku jízdy na koni či vyjížďky kočárem. Hřebčinec byl 8. února 2010 vyhlášen národní kulturní památkou.

Západně od města se zdvíhají **Písecké hory**, jejichž větší část je chráněna jako přírodní park. Jsou členité a hustě zalesněné, nejvyšším bodem je vrchol Jarník s rozhlednou. Územím vede **naučná stezka**, věnovaná lesnictví, botanice, geologii a ekologii krajiny. Částí Píseckých hor prochází i **Lesní naučná stezka** zaměřená na lesnictví.

V oblasti se také koná velké množství nejrůznějších akcí, které lákají návštěvníky do města. Z těch nejvýznamnějších jsou to například **Celostátní přehlídka výtvarných prací dětí a mládeže**, která má dlouholetou tradici a je ojedinělou akcí ve svém oboru. **Cipískoviště** je zaměřeno především na děti a jejich doprovod, jeho hlavním symbolem jsou obří pískové sochy na náplavce u Kamenného mostu a pestrý doprovodný program pro děti i dospělé. **Tourpropag** je vrcholnou celostátní soutěží propagačních materiálů měst a regionů. **Šrámkův Písek** je celostátní přehlídkou experimentujícího divadla Šrámkův Písek. **Jihočeský hudební festival** je tradičním festivalem klasické hudby, v posledních letech je navíc spojen s celostátním festivalem Americké jaro. **Městská slavnost „Dotkni se Písku“** se koná pravidelně první víkend po 8. červnu a nabízí široký program od historie, přes hudební vystoupení, výstavy, autogramiády, soutěže, až po závěrečný velkolepý ohňostroj. Z dalších festivalů je to například filmový **Festival nad řekou**, **Mezinárodní folklórní festival**, **Mezinárodní festival studentských filmů**, z tanečních workshopů **International Dance Workshop**, **Písecké dupání** nebo **Taneční pohár Let's Dance**.

#### **4.1.5 Analýza ubytovacích a stravovacích zařízení**

Ve zkoumané oblasti Písecka bylo postupem času vybudováno velké množství ubytovacích a stravovacích zařízení různých kategorií s cílem co nejlépe uspokojit potřeby a přání účastníků cestovního ruchu přijíždějících do města a uspokojit rovněž potřeby místního obyvatelstva, které v místě svého bydliště využívá spíše zařízení

stravovací, nežli ubytovací. První část této kapitoly se bude věnovat analýze ubytovacích zařízení, druhá poté analýze stravovacích zařízení.

#### 4.1.5.1 Analýza ubytovacích zařízení

Jak bylo již uvedeno v teoretické části této práce, pro oblast ubytovacích zařízení a služeb je významných několik dokumentů. Závazná pro všechna zařízení je česká státní norma a jí tvořící vyhlášky, z nichž pro následující část bude podstatná definovaná kategorizace ubytovacích zařízení. Dalším dokumentem, závazným pro ty, kteří zažádají o certifikaci svého zařízení je *Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel, hotel garni, penzion, motel a hotel* v jejím aktuálním znění pro roky 2010 – 2012, která je vhodným systémem pro rozvoj a průhlednost služeb v cestovním ruchu. Seznam certifikovaných zařízení po celé České republice je k nahlédnutí na stránkách [www.hotelstars.cz](http://www.hotelstars.cz). Posledním dokumentem je *Doporučení upravující základní ukazatele pro poskytování ubytovacích služeb v rámci ubytování v soukromí, v kempech a chatových osadách a turistických ubytovnách*. Právě z těchto dokumentů bude vycházet analytická část zaměřená na ubytovací zařízení. V této části budou popsány pouze všechny hotely, jelikož je to nejdůležitější kategorie, která je nejčastěji sledována a reprezentuje zpravidla celou oblast ubytovacích zařízení. Bude zde popsána i kategorie motelů, jelikož takové zařízení se v oblasti nachází pouze jedno. Všechny ostatní budou uvedeny jen ve stručnosti a jejich kompletní výčet bude k dispozici v Příloze 1. Malé nesrovnalosti či již neaktuální informace v tomto výčtu budou opraveny v textu vždy u příslušné kategorie či konkrétního ubytovacího zařízení.

Pro přehlednost následující analýzy uvádím Tabulku 2 s počty ubytovacích zařízení v jednotlivých kategoriích.

Typ zařízení	Počet
hotel	11
motel	1
penzion	8
ubytovna	11
privátní ubytování	14
chatová osada	1
<b>Celkem</b>	<b>46</b>

Zdroj: Vlastní

## **Hotel**

V oblasti je provozováno celkem jedenáct hotelů, z nichž šest bychom našli v centru města Písek a zbylých pět mimo centrum. Pouze jeden hotel z celkového počtu je certifikován podle Oficiální jednotné klasifikace 2010 - 2012, a to jako čtyřhvězdičkový. Zbylá zařízení hvězdičky používají, ale certifikována zatím nebyla, jelikož certifikace v České republice je pouze dobrovolná, nikoliv ze zákona povinná. Některá zařízení byla certifikována podle staršího dokumentu pro roky 2006 – 2009, ale po vytvoření nové klasifikace o certifikaci znovu nezažádala, či nespĺňují nové podmínky pro její opětovné získání.

- Centrum města:

Hotel Biograf \*\*\*\* je jedním ze dvou čtyřhvězdičkových hotelů v oblasti, zároveň je však jediným certifikovaným zařízením. Podle Oficiální jednotné klasifikace pro roky 2006 – 2009 byl certifikován jako tříhvězdičkový, v rámci nové klasifikace 2010 – 2012 splňuje již podmínky čtyřhvězdičkového hotelu. Jeho budova byla navržena tak, aby byl dokonale propojen moderní design s historií tohoto objektu. Stavba dokonce v roce 2006 získala prestižní ocenění. Hotel je rozdělen na dvě části, obě třípatrové a bezbariérové. Nachází se v centru města v blízkosti Děkanského kostela. Hostům je k dispozici celkem 48 pokojů, z toho 44 dvoulůžkových, jeden jednolůžkový a tři suity pro nejnáročnější klienty. Dva pokoje ze zmíněných dvoulůžkových jsou uzpůsobeny pro handicapované hosty. Celková kapacita je 95 lůžek. Dále je pro návštěvníky připraven lobby bar, nekuřácká restaurace, salonek, relaxační místnost a dvě konferenční. Hotel také disponuje zajištěným garážovým stáním. Recepce má čtyřadvacetihodinový provoz.

Hotel Art \*\*\* je nejnovějším hotelem v Písku, v bezprostřední blízkosti Velkého náměstí. Jeho kompletní rekonstrukce byla dokončena roku 2009. Objekt sestává ze čtyř pater. Nabízí ubytování v 15 dvoulůžkových pokojích a třech apartmánech. Celková lůžková kapacita je 38 lůžek. Celá budova je bezbariérová. Návštěvníci mohou navštívit zdejší restauraci, podzemní vinárnu nebo využít masáže nabízených přímo v hotelu.

Hotel Bílá růže \*\*\* nabízí ubytování v nově zrekonstruovaných pokojích se standardním i nadstandardním vybavením, rovněž v bezprostřední blízkosti Velkého náměstí (naproti hotelu Art). K dispozici je 16 dvoulůžkových, pět třílůžkových, jeden čtyřlůžkový pokoj a pět čtyřhvězdičkových apartmá. Celková

lůžková kapacita je 80 lůžek. Z dalších služeb zde najdeme restauraci, hotelovou pizzerii, lobby bar, wellness centrum, saunu, kongresový sál či vyhlídkovou terasu s grilovacím altánem. Jako jediné zařízení v Písku má hotel k dispozici podzemní garáže. Hotel byl certifikován v rámci Oficiální jednotné klasifikace 2006 – 2009 jako tříhvězdičkový, novou zatím nezískal.

Hotel Buly je umístěn v objektu zimního stadionu. K dispozici je až 147 lůžek v třílůžkových pokojích, které je možno využít rovněž jako jednolůžkové či dvoulůžkové, případně s jednou přistýlkou jako čtyřlůžkové pokoje. Hotel nenabízí žádné speciální služby, stravování je možno sjednat v přílehlé restauraci. V bezprostřední blízkosti je možno využít různých sportovních zařízení.

Hotel Pod skalou \*\* je situován na pravém břehu řeky Otavy v blízkosti centra města. Pro hotelové návštěvníky je v provozu pouze v měsících červenec a srpen, od září do června se pronajímá domovu mládeže. Letos z důvodu plánované rekonstrukce bude jeho letní provoz ještě zkrácen, a to do 15.8.2010. K dispozici jsou dva jednolůžkové pokoje, šest dvoulůžkových, pět třílůžkových a čtyři čtyřlůžkové, celková kapacita je tedy 45 lůžek. Dále návštěvník může využít klubovnu s barevnou televizí, kuchyňku, restauraci, vinárnu a letní terasu nad řekou.

Hotel U Kapličky \*\*\* se nachází v klidné části města. Areál hotelu je doplněn o zrekonstruovanou secesní vilu, která v listopadu 2004 začala sloužit jako dependance hotelu. Hostům je k dispozici šest jednolůžkových pokojů, 25 dvoulůžkových, z toho jeden uzpůsobený pro handicapované klienty, jeden třílůžkový, jeden čtyřlůžkový a tři apartmány. Celková kapacita je 71 lůžek. Dále zařízení disponuje restaurací, kavárnou, vinárnou, lobby salónkem a letní terasou v uzavřeném hotelovém areálu. Součástí jsou dvě uzamykatelná parkoviště pro osobní automobily a autobusy. Host může využít i nadstandardní nabídky v podobě vlastních kulturních pořadů v divadelním klubu „Za kapličkou“ a galerie uměleckých děl F. R. Dragouna a jiných píseckých umělců. Hotel byl certifikován v rámci Oficiální jednotné klasifikace 2006 – 2009 jako tříhvězdičkový, novou zatím nezískal.

- Mimo centrum:

Hotel Amerika \*\*\*\*\* je druhým čtyřhvězdičkovým hotelem v Písku, avšak ne certifikovaným. Je situován v klidové zóně přímo na úpatí Píseckých hor. Hotelový komplex svou architekturou připomíná řadu prvků převzatých z velkých parníků. Nabízí ubytování ve 36 dvoulůžkových pokojích a pro nejnáročnější klienty jsou připraveny

i tři suity. Celková kapacita je 78 lůžek. Hotel dále disponuje restaurací, fitness, krytým bazénem s protiproudem, saunou, soláriem, tenisovým kurtem, pronájmem horských kol a na objednávku nabízí možnost masáže a jógy. Celý areál hotelu je bezbariérový a jeho součástí je i parkoviště a garážové stání.

Hotel Cadillac \*\* se nachází přibližně 300 metrů od Kamenného mostu, ve směru na Strakonice. Nabízí ubytování v jednolůžkových až čtyřlůžkových pokojích a jednom apartmánu. Celková kapacita představuje 40 lůžek. V hotelu je dále k dispozici denní music-bar, navíc každý pátek s diskotékou. Parkoviště se nachází před hotelem, ale za poplatek je možno parkovat i uvnitř komplexu.

Hotel OtavaArena \*\*\* se nachází rovněž několik stovek metrů od centra, ve směru na Strakonice, v klidném prostředí městského sportovního areálu. Jedná se o třípatrovou budovu s bezbariérovým přístupem. Disponuje celkovou kapacitou 50 lůžek, která jsou umístěna v 18 převážně dvoulůžkových pokojích s možností přistýlky a dvou třílůžkových apartmánech. Z dalších služeb nabízí hotel restauraci, která je v letních měsících rozšířena o venkovní terasu a dvě konferenční místnosti. Hosté mohou využít široké nabídky sportovních aktivit v přilehlém sportovním areálu. Hotel byl certifikován v rámci Oficiální jednotné klasifikace 2006 – 2009 jako tříhvězdičkový, novou zatím nezískal.

Hotel U Smetáka \*\* se nachází v klidné části na okraji města, při pravém břehu řeky Otavy, naproti městské plovárně. Jedná se o jednopatrovou budovu s restaurací a venkovní terasou. Nachází se zde pět dvoulůžkových pokojů s možností přistýlky, celková kapacita je 12 lůžek.

Hotel Villa Conti \*\*\* je umístěn v klidové zóně píseckých lesů. K dispozici je devět dvoulůžkových pokojů, celková kapacita je tedy 18 lůžek. Hotel poskytuje ubytování a služby typu Garni se snídaněmi formou švédských stolů. Také je zde k dispozici terasa s grilem, prádelna, kryté a uzamykatelné garáže a možnost zapůjčení horských kol.

### **Motel**

V kategorii motel bychom ve zkoumané oblasti našli pouze jedno zařízení, které není certifikováno.

Motel Na Ptáčkovně \*\* (jeho kategorie je však podle oficiálních stránek zařízení i stránek Informačního systému cestovního ruchu Písecka mírně sporná, je zde uváděn jak název motel, tak i penzion a hotel). Zařízení se nachází na klidném okraji města

směrem na Tábor. K dispozici jsou tři jednolůžkové pokoje, šest dvoulůžkových a dva apartmány pro 4 – 5 osob, celkem tedy až 25 lůžek. V areálu je parkoviště s kapacitou cca 30 míst. Součástí zařízení je i nově zrekonstruovaná stodola, kde se konají různé koncerty, soutěže, divadla či cestopisná promítání. Stravování je zajištěno v místní restauraci, ke které v letních měsících přibývá i venkovní terasa.

### **Penzion**

Ve zkoumané oblasti nalezneme celkem osm zařízení kategorizovaných jako penzion. Ani jedno z nich není certifikováno. Tři z těchto penzionů se nacházejí v centru města a pět mimo centrum. Jejich počet ale pravděpodobně zanedlouho klesne na sedm, jelikož *Penzion U Zlatého býka* momentálně upravuje své portfolio služeb a chystá se k transformaci na \*\*\* hotel.

### **Ubytovna**

Všechna ubytovací zařízení kategorie ubytovna jsou situována mimo centrum města. Jejich celkový počet je jedenáct.

### **Privátní ubytování**

Privátní ubytování v oblasti nabízí čtrnáct zařízení, z nichž pět se nachází v centru města a devět mimo centrum, většinou v okrajových částech, v klidném prostředí a malebné přírodě. V kompletním seznamu v Příloze 1 není uvedeno čtrnácté zařízení, a to *Privát Bartošovi*, který bychom našli právě na okraji města, v klidném prostředí u řeky Otavy.

### **Chatová osada**

Zařízení typu chatové osady najdeme v oblasti pouze jedno. Je jím *Areál Svazu technických sportů Prácheňsko*, opět umístěný mimo centrum města, v jedné z jeho městských částí Hradiště.

#### **4.1.5.2 Analýza stravovacích zařízení**

Stravovací zařízení ve zkoumané oblasti tvoří jednak samostatné provozovny, ale také provozovny, které jsou součástí ubytovacích zařízení a stravovací služby jsou tedy



poskytovány jako vedlejší činnost. Kromě uvedeného rozdělení bude pro analýzu stravovacích zařízení použit ještě dokument zmiňovaný v teoretické části práce, a to *Doporučení upravující základní ukazatele pro kategorizaci hostinských a ubytovacích zařízení* z roku 1994, které vymezuje dvě základní kategorie stravovacích zařízení – restaurace a bary. Mimo tohoto dokumentu byla ještě zmíněna novinka v podobě certifikátu „Czech Specials“ v rámci projektu Ochutnejte Českou republiku, která bude v analýze rovněž rozebrána.

**Stravovací zařízení v rámci ubytovacích** pro větší přehlednost na úvod představuji v Tabulce 3:

Typ zařízení	Počet
<i>Restaurace</i>	
restaurace	18
<i>Bary</i>	
denní bar	6
denní bar - lobby bar	2
denní bar - pizzerie	1
noční music bar	1
kavárna	1
vinárna	5
<b>Celkem</b>	<b>34</b>

Zdroj: Vlastní

Stravovací zařízení, která jsou součástí ubytovacích, již byla částečně vyřešena v předchozí části práce, vždy u příslušných ubytovacích zařízení. Z místních hotelů všechny kromě dvou (Hotel Buly a Hotel Cadillac) disponují restaurací, stejně jako jediný motel. Hotel Bílá růže má navíc i svou pizzerii La Scala. Z penzionů bychom restauraci našli u šesti z nich (Chata Živec, Penzion a restaurace U Malířských, Penzion Nevada, Sport, U Kloudů a U Zlatého býka), dále ještě u jedné ubytovny (Restaurace a ubytování U Hrušků) a chatové osady (Areál Svazu technických sportů Prácheňsko). Některá ubytovací zařízení nabízejí také kavárny, vinárny, lobby bary či blíže nespécifikované denní bary, hotel Cadillac music bar s pátečními diskotékami. Specifickým pohostinským zařízením je restaurace hotelu Biograf, a to z toho důvodu, že získala certifikát s logem Czech Specials v rámci projektu Ochutnejte Českou republiku, který ji zavazuje zahrnout do svého jídelníčku národní specialitu Svíčkovou na smetaně, minimálně jednu regionální specialitu, kde ze třinácti nabízených restaurace

zvolila Kapří hranolky, a jako specialitu šéfkuchaře nabízí Jehněčí kolínko na česneku se šťouchanými brambory a listovým špenátem.

**Samostatná stravovací zařízení** pro větší přehlednost opět nejdříve představuji v následující Tabulce 4:

<b>Typ zařízení</b>	<b>Počet</b>
<i>Restaurace</i>	
restaurace	34
samoobslužná restaurace	4
bufet	4
bistro	7
<i>Bary</i>	
denní bar - pizzerie	4
noční bar, noční klub, vareté, dancing	24
vinárna	3
kavárna, cukrárna	18
hostinec	3
<b>Celkem</b>	<b>101</b>

Zdroj: Vlastní

Ostatní stravovací zařízení, která nejsou součástí ubytovacích a fungují jako samostatné provozovny, není tak jednoduché jednoznačně vymezit, jelikož se jejich počet a kategorie hodně často mění, jak mi bylo potvrzeno i ze strany pracovnice informačního centra. Vycházela jsem tedy z materiálu *Písek - turistické informace 2009*, který mi toto pracoviště poskytlo. Ten jsem kombinovala s vlastním povědomím o místních stravovacích zařízeních, dále s firmami na [www.firmy.cz](http://www.firmy.cz), kde ne všechny jsou již aktuální a především s „kompletním“ katalogem stravovacích zařízení, který je k dispozici na stránkách Informačního systému cestovního ruchu Písecka, avšak kompletní bohužel zdaleka není, a to z důvodu, že jsou zde uváděna pouze zařízení, která si to přejí a spolupracují s infocentrem. Přestože by takováto spolupráce měla být pro zařízení jednoznačně výhodná, mnoho z nich ji nevyužívá a ani pracovníci informačního centra to podle svých slov příliš nechápou. V následujícím textu budou stravovací zařízení rozdělena do jednotlivých kategorií dle již zmíněného dokumentu z roku 1994 a ke každé kategorii budou přiřazeny stručné informace. Tam, kde bude provozován málo, mohou být i vyjmenovány. Významnější zařízení budou blíže popsána. Kompletní seznam samostatných stravovacích zařízení bude k dispozici v Příloze 2.

## 1. Restaurace

### **Restaurace**

Zařízení typu restaurace jsou v oblasti zastoupena v největší míře, jejich standard služeb a kvalita se liší, některé slouží spíše k posezení místních dělníků a podobně, další zapadají do střední vrstvy a najdeme zde i restaurace opravdu kvalitní. Celkem je zde provozováno 34 pohostinských zařízení kategorie restaurace. Mnoho z nich zřizuje v letních měsících předzahrádky a navyšuje tak svoji kapacitu. Podrobněji bych v této části měla jistě zmínit restauraci U Reinerů, která je nejznámější a nejslavnější píseckou restaurací. Je velmi vyhledávána jak návštěvníky města, tak i místními obyvateli, pivo se zde čepuje již od roku 1844 a lidé oceňují její dobrou českou kuchyni. Na důkaz její oblíbenosti získala v poslední době dvě důležitá ocenění. Prvním byla koncem loňského roku Cena spokojeného zákazníka a v únoru tohoto roku získala certifikát a trofej za druhou českou nejoblíbenější hospodu, kdy ji zákazníci v Pilsner Urquell Pub Guide ocenili jako druhou nejlepší v celé republice. Za Jihočeský kraj ji však náleží první příčka.

Druhou zajímavou restaurace, s velkým potenciálem pro cestovní ruch, je Středověká krčma. Jedná se o specifické zařízení spojené s určitým zážitkem, nabízející středověké speciality z otevřeného ohně, které se konzumují rukama. Host musí být připraven na šokující středověké prostředí a drsnou staročeskou mluvu. O víkendu může navštívit speciální středověký program, kde se setká například s tanečnicemi na stole, žebráky, šermíři, fakíry a personál ho obslouží v dobových kostýmech. Za tímto zajímavým zážitkem se lidé sjíždějí do Písku z bližšího i širšího okolí.

### **Samoobslužná restaurace**

Do této kategorie pohostinských zařízení, kde je základní a doplňkové stravování zajišťováno samoobslužným způsobem, spadají pouze čtyři zařízení, konkrétně jimi jsou Jidelna U Jirmana, Jidelna Pohoda J+J, Jidelna „U Toušků“ a Natural - racionální jídelna-prodejna.

### **Bufet**

Do kategorie bufetu, který zajišťuje občerstvení samoobslužným způsobem, jsou zařazeny provozovny Bufet U Žižky, Řeznictví a uzenářství U Hlavínů, Svačínový bar U Huberta a Mléčný bar De Leche, tedy celkem čtyři zařízení tohoto typu.

## **Bistro**

Na kategorii bistro či hostinská zařízení typu **fast food outlets**, která podávají pokrmy a nápoje převážně v nevratných obalech, připadá celkem sedm provozoven. Jsou to konkrétně Asie Bistro, Asie Bistro Guty, které má jednu provozovnu v centru města a druhou v okrajové části v objektu hypermarketu Tesco a dále Bistro Pražská, Bistro U Škochů, Bistro Robin Oil a provozovna Jan Mičkal, Semice.

### 2. Bary

#### **Denní bar – pizzerie**

Pohostinské zařízení kategorie denní bar – pizzerie najdeme ve zkoumané oblasti na čtyřech místech. Všechny se nacházejí v centru města a jsou to Pizzeria Maestro Appetito, Pizzeria San Marco, Pizza grill Adria a Pizzeria Ve Dvoře. V letních měsících navyšují svou kapacitu prostřednictvím předzahrádek.

#### **Noční bar, noční klub, varieté, dancing**

Do této kategorie již spadá více zařízení, jsou to z převážné části bary, kterých bychom zde našli 22. Jako dancing bychom mohli označit Dance Club Canal la Manche a Discokomplex Jih, který je největší diskotékou na jihu Čech. Celkem tedy do této kategorie spadá 24 zařízení.

#### **Vinárna**

Samostatná zařízení specializovaná na podávání vína najdeme ve zkoumané oblasti celkem tři. Jsou to vinárny Logry, U Pavouka a U Vorla.

#### **Kavárna, cukrárna**

Pohostinská zařízení kategorie kavárna, případně kombinace kavárny a cukrárny, jsou v oblasti poměrně hojně zastoupena. Mnoho z nich nabízí v letních měsících předzahrádky k posezení na čerstvém vzduchu. Celkem zde najdeme 18 takovýchto zařízení.

## **Hostinec**

Hostinec s dominantním prvkem ve formě podávání piva a jídel k němu vhodných najdeme na třech místech. Jsou jimi *Hostinec Na Marjánce*, *Hostinec U Kuliče* a *Smrkovská krčma*.

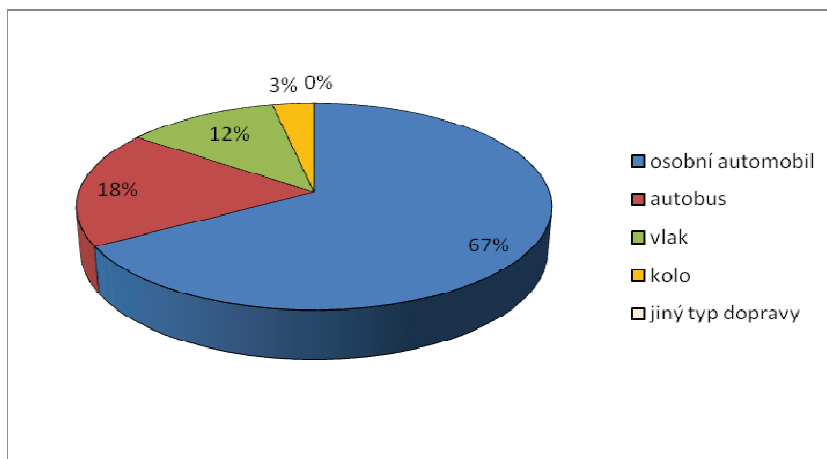
## **4.2 Primární údaje**

### **4.2.1 Vlastní dotazníkové šetření**

Důležitou součástí mé bakalářské práce jsou primární údaje získané pomocí vlastního šetření formou dotazníků. Dotazník byl zpracován tak, aby nezabral respondentovi příliš času, byl pro něj srozumitelný a zároveň poskytl co nejvíce informací vhodných pro účely analýzy ubytovacích a stravovacích služeb ve zkoumané oblasti Písecka. Obsahoval celkem 15 otázek zjišťujících názory účastníků cestovního ruchu přijíždějících do regionu a 16. otázku s identifikačními údaji. Většina otázek měla uzavřený charakter s možností jedné odpovědi, která by nejlépe vystihla názor respondenta. Dvě otázky dotazující se na spokojenost s jednotlivými službami ubytovacího a stravovacího zařízení byly vytvořeny formou stupnice od 1 do 5 s hodnocením jako ve škole (tzn. 1 = výborné, 2 = chvalitebné, 3 = dobré, 4 = dostatečné, 5 = nedostatečné). Poslední otázka v rámci identifikačních údajů byla otevřená a dotazovala se na místo, odkud respondent do regionu přijel. Otázky byly zpočátku zaměřeny všeobecněji na účel cesty, dopravní prostředek, jakým se dotazovaný do oblasti dostal, s kým přijel, na jak dlouho a podobně. Další otázky se poté již zaměřovaly především na konkrétní názory a hodnocení ubytovacích a stravovacích služeb v regionu.

Šetření bylo prováděno v období od počátku července do konce října roku 2009, kdy byl předpokládán největší příliv účastníků cestovního ruchu v rámci letní turistické sezóny. Ke konečnému výzkumu bylo použito celkem 93 vyplněných dotazníků. Kompletní podoba dotazníku je přiložena v Příloze 3 této práce.

### Otázka 1: Graf 1: Jakým dopravním prostředkem jste se na místo dostal/a?



Zdroj: Vlastní šetření

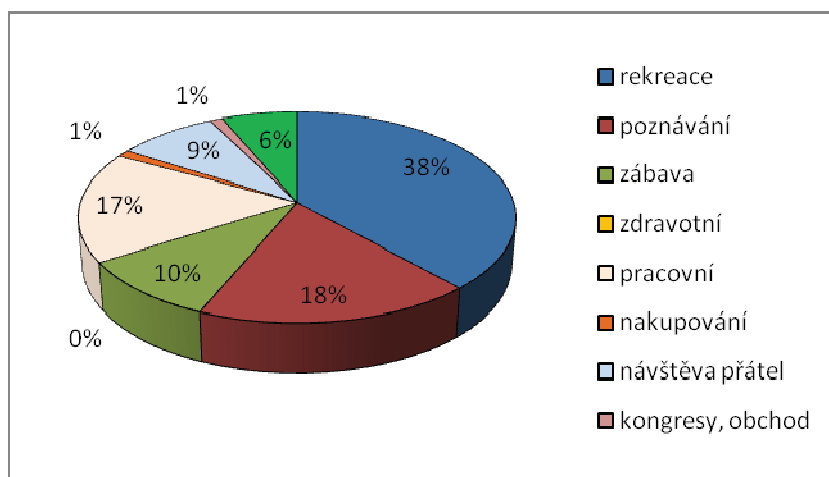
Většina respondentů volila odpověď osobní automobil, konkrétně 67%, což svědčí o dobré dopravní dostupnosti regionu z hlediska osobní silniční dopravy a určitě také o životním stylu, kdy je doprava osobním automobilem oblíbená díky své pohodlnosti, rychlosti a možnosti dostat se na více míst než například s využitím železniční přepravy. Společně s autobusovou dopravou (18%) představuje silniční doprava celkem 85%, což je naprostá většina. V rámci analýzy ze sekundárních zdrojů již byla zmiňována výhodná dopravní napojení na velká města, jako Praha, Plzeň, České Budějovice a Tábor. I z dotazníků je tedy patrné, že lidé nejčastěji volí tento způsob dopravy. Ze zbývajících 15% připadá většina (12%) na vlakovou přepravu. Nicméně je to pouze malé číslo, zřejmě svědčící o nevelké pohodlnosti a oblíbenosti využívání služeb železnic pro účely cestovního ruchu. Napojení na větší města je sice také dobré, nicméně pokud se cestující chce podívat i jinam, do menších sídel a vesniček v okolí, už to může být problém. Buďto tam trať nevede vůbec, nebo zde vlak nestaví. Navíc pokud cestuje například rodina či skupinka lidí do 5 osob, tak aby se vešla do osobního automobilu, pravděpodobně raději zvolí tento způsob. Kromě většího komfortu je jedním z hlavních důvodů také cena a v našich podmínkách rovněž nelze pominout časovou jistotu dosažení cíle, kdy díky zpoždění může cestující přepravou vlakem strávit mnohem více času, než by chtěl.

(Pro ilustraci vezměme v úvahu čtyři osoby ve věku 26 – 69 let, které využijí služeb Českých drah a za skupinovou jednosměrnou jízdenku z Prahy do Písku zaplatí celkem 454 Kč, přičemž na cestě stráví při dodržení času odjezdu a bez případných komplikací během přepravy 2 hod 23 min. Za tuto dobu urazí 142 km. V případě, že by využili vlastní osobní automobil, předpokládejme,

že k 15.3.2010 byla průměrná cena Naturalu 95 za litr 31,13 Kč. Cesta z Prahy trvá za normálních podmínek 1 hod 36 min a je 106 km dlouhá. Při průměrné spotřebě automobilu 6,5 l/100 km zaplatí tedy čtyřčlenná skupina za tuto dopravu 215 Kč, což je o více jak polovinu méně. Konkrétně pro cestu do Prahy je však ještě otázkou, jestli cestující mají zakoupenou dálniční známku, v případě že ne, náklady by samozřejmě vzrostly, nejlevnější dálniční známka je na 10 dní za 250 Kč. V případě autobusové dopravy je cena závislá na dopravci, průměrně se jízdenka pro jednu osobu pohybuje okolo 105 Kč, tedy pro čtyři osoby okolo 420 Kč.)

Mezi odpověďmi mohl respondent ještě zvolit možnost, že do regionu přijel na kole, tu představovala pouhá 3%, nebo využil jiný typ dopravy. Všech 93 dotazovaných si však vybralo z předešlých možností, tedy jiný typ dopravy neuvedl nikdo.

### Otázka 2: Graf 2: Jaký je účel Vaší cesty?



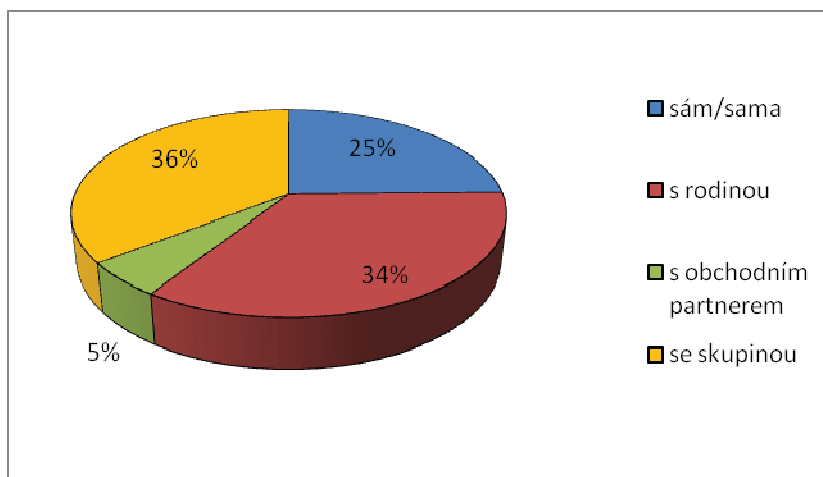
Zdroj: Vlastní šetření

Jako účel své cesty nejvíce lidí uvedlo rekreaci (38%), což je dáno tím, že většina účastníků CR využívá letní turistickou sezónu k dovolené a odpočinku. Navíc pod pojem rekreace se dá zahrnout mnoho činností, které dotazovaní poté specifikovali v otázce číslo 4, kde byli dotazováni, které z nabízených aktivit jsou pro ně nejlákavější. Přibližně o polovinu méně respondentů přijelo za účelem poznávání (18%), které se potom ve větší míře objevovalo v již zmiňované otázce č. 4. Poznávání je ve zkoumané oblasti logické a pochopitelné, neboť Písek je historické královské město s celou řadou pozoruhodností a památek, s nejstarším dochovaným mostem v Čechách a mnoha dalšími lákadly. Za pracovním účelem přijelo do regionu 17% z dotazovaných, kvůli řešení nejrůznějších pracovních záležitostí. Tento segment klientů se v oblasti v posledních letech rozmohl především díky velkým firmám v průmyslové zóně

na okraji města. Další nabízenou možností byla zábava (10%), tou mohl mít dotazovaný na mysli buďto klasickou zábavu s přáteli a známými, ať už v domácím prostředí či s využitím některého z místních podniků, ale také nejrůznější zde pořádané akce. Z těch nejvýznamnějších, které proběhly v době provádění výzkumu, jsou to například Jihočeský hudební festival – Americké jaro 2009, Festival nad řekou, XV. Mezinárodní folklorní festival, X Box 360 Slopestyle, Mezinárodní bienále kresleného humoru či Mezinárodní festival studentských filmů. Kromě těchto akcí proběhla samozřejmě spousta dalších, proto údaj 10% není příliš uspokojivý. Možnou příčinou by mohl být fakt, že výzkum byl prováděn především v ubytovacích zařízeních a návštěvníci takových akcí mohou přijíždět čistě na ně a po skončení opět odjet, aniž by se zdrželi déle a přesпали zde. Za zábavou těsně následovala návštěva přátel (9%), což je běžný účel, typický nejen pro zkoumanou oblast. Číslo by bylo jistě vyšší, ale tito lidé většinou využívají ubytování právě u svých příbuzných a známých a tak se k nim dotazník dostal jen v několika případech. Za jiným účelem přijelo 6% dotazovaných a pro pouhé 1% bylo účelem návštěvy nakupování a kongres a obchod. K nákupním možnostem lidé určitě využívají raději nedaleké České Budějovice, či Prahu nebo Plzeň. I rezidenti jezdí za většími nákupy spíše pryč z města, čili písecké možnosti nakupování rozhodně nejsou hlavním účelem příjezdu do oblasti. Co se týče kongresu a obchodu, není Písek typickým městem využívaným k takovýmto aktivitám, přesto se zde nacházejí kongresové místnosti, většinou v rámci hotelů a další zařízení, která jsou využívána. Poslední možností byl zdravotní účel, za kterým nepřišel nikdo z dotazovaných. Za tímto účelem se jezdí převážně do lázeňských zařízení, žádné takové však ve zkoumané oblasti nenajdeme. Nejbližší jsou Lázně Vráž, vzdálené od města Písek asi 11 kilometrů.



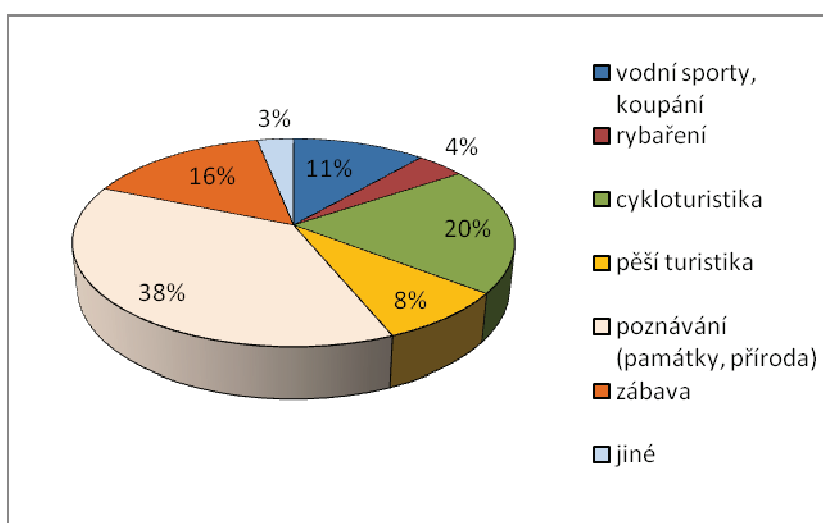
### Otázka 3: Graf 3: S kým jste na místo přijel/a?



Zdroj: Vlastní šetření

Z dotazníků vyplynulo, že nejvíce lidí zavítalo do regionu se skupinou (36%) a rodinou (34%), to znamená v určitém větším počtu lidí. To souvisí i se zvolenou dopravou, jak již bylo vysvětleno u otázky číslo 1, kdy pro skupinu lidí je nejvýhodnější a nejpohodlnější přeprava osobním automobilem, která byla i nejčastější odpovědí. Naproti tomu sám/sama přijelo 25% respondentů. Specifickou skupinou byla možnost příjezdu s obchodním partnerem (5%), která souvisí s pracovními cestami, či kongresovými a obchodními účely a byla logicky málo volena, v návaznosti na předchozí otázku.

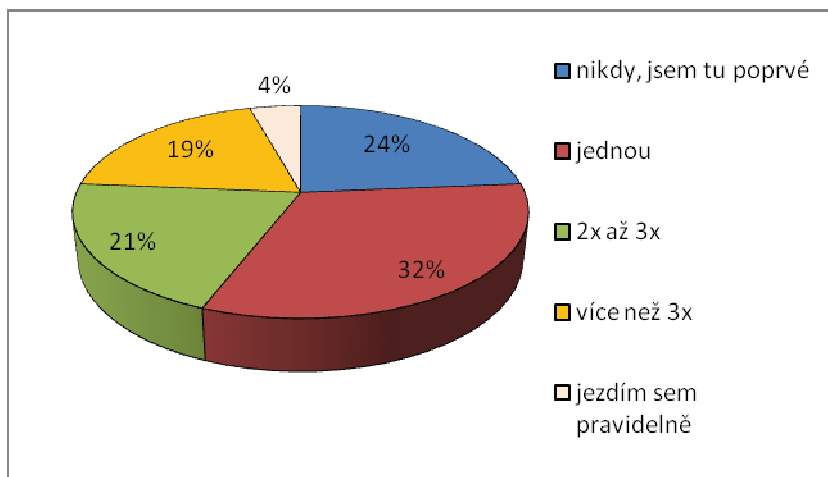
### Otázka 4: Graf 4: Které aktivity jsou pro Vás nejlákavější?



Zdroj: Vlastní šetření

Nejvíce dotazovaných zvolilo jako nejlákavější aktivitu poznávání památek a přírody (38%). Tento výsledek jen potvrzuje fakt, který byl již naznačen, a to že Písek je historické město s řadou pozoruhodných památek, které stejně jako okolní příroda stojí za zhlédnutí. Další lákavou aktivitou je cykloturistika (20%), pro kterou jsou v regionu také vytvořeny vhodné podmínky. Nejedná se ale o typickou cykloturistickou destinaci, v Jižních Čechách člověk raději zvolí Třeboňsko, Jindřichohradecko, zdatnější pak Šumavu. U otázky číslo jedna z odpovědí vyplynulo, že na kole do oblasti nepříjel téměř nikdo. Písecko je vhodnější k tomu, že návštěvník využije jiný typ dopravy a kolo si přiveze s sebou nebo si ho v místě vypůjčí. Poté už je zde v nabídce množství cyklotras pro poznávání okolí. Jako další lákavá aktivita následuje zábava (16%), která souvisí s již zmíněnými akcemi v regionu a zvolilo ji zde o 6% dotazovaných více než u otázky číslo 2. Dále vodní sporty a koupání s 11%, což není mnoho, ale v oblasti pro ně nejsou vytvořeny nejideálnější podmínky. Účastník cestovního ruchu může využít řeku Otavu, která ne vždy nabízí vhodnou čistotu, případně několik rybníků, kde je otázka čistoty většinou ještě horší. Dále je možno navštívit plavecký stadion, v letních měsících ve venkovních prostorách se dvěma bazény, brouzdalištěm a beach volejbalovými hřišti, po zbytek roku poté v krytých prostorách se dvěma bazény, z nichž jeden je dětský. Pracovníci informačního centra ale ze strany návštěvníků města zaznamenali podněty, v rámci kterých by uvítali jeho modernější vybavení či nový aquapark. Po dlouhých rozporech mezi zastupiteli a občany města bylo v loňském roce rozhodnuto o zbourání stávajícího třicet let starého plaveckého stadionu a vybudování modernějšího zábavního a wellness zařízení. Město zažádalo o dotaci z Evropské unie, kterou ale v prvním kole nedostalo. Momentálně má zažádáno o dotaci ve výši 71,5 miliónu znovu. Pokud ji dostane, mělo by se v dohledné době začít s bouráním stávajícího objektu a stavbou nového. Z dalších odpovědí byla nabízena pěší turistika (8%), pro kterou nabízejí nejideálnější podmínky Písecké hory. Rybaření zvolili 4% respondentů, nejčastěji provozované na řece Otavě nebo například v Šarlatském rybníku. 3% dotazovaných zvolili jiné aktivity, kde uvedli golf, nákupní možnosti a sport. Co se týče golfu, přímo ve zkoumané oblasti žádnou možnost nenajdeme, ale v nedalekých Kestřanech je provozován Prácheňský golfový klub, který mohou návštěvníci využít a zároveň se ubytovat v Písku.

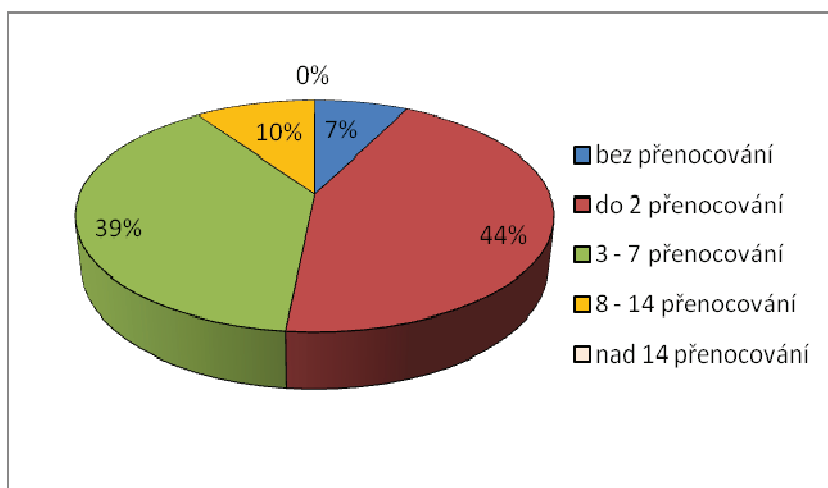
### Otázka 5: Graf 5: Navštívil/a jste tento region již někdy v minulosti?



Zdroj: Vlastní šetření

Většina dotazovaných, konkrétně 68%, již někdy tento region navštívila a přijela sem tedy opakovaně. Z toho 32% zde v minulosti bylo pouze jednou, 21% dvakrát až třikrát, 19% více než třikrát a pouhá 4% jezdí do regionu pravidelně. Zbýlých 24% připadá na ty, kteří v regionu nikdy předtím nebyli, tedy zavítali do něho poprvé. V tomto ohledu by bylo zapotřebí zpracovat na určitých lákadlech a podnětech, které by účastníka cestovního ruchu přiměli k tomu, aby se do oblasti vracel, jelikož z pohledu rozvoje cestovního ruchu nestačí, aby sem zavítal pouze jednou.

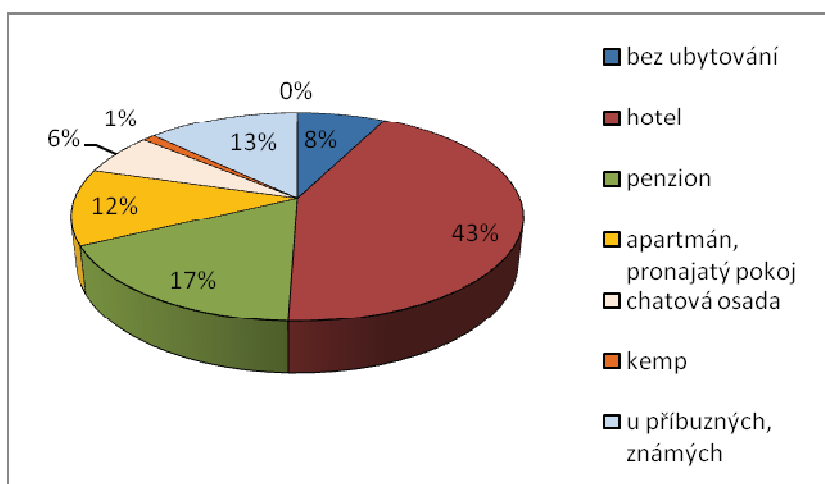
### Otázka 6: Graf 6: Jaká je délka Vašeho pobytu?



Zdroj: Vlastní šetření

Výzkum byl zaměřen především na účastníky cestovního ruchu, kteří využívají služeb ubytovacích zařízení, proto pouhých 7% respondentů uvedlo, že do regionu přijeli, aniž by zde přenocovali, tedy pouze jako výletníci. V případě, že by dotazování nebylo zaměřeno na ubytované, respondentů bez přenocování by bylo určitě více. Spoustu lidí se totiž přijede podívat na jeden den či odpoledne, nebo tudy jen projíždí a udělá si krátkou zastávku. Z dotazovaných, kteří zde přenocovali, převažuje pobyt do dvou přenocování (44%), které většinou stačí k prohlídce města, okolní přírody, zábavě nebo vyřízení pracovních záležitostí. Cílem by mělo být prodlužování pobytu hostů, například nabízením výhodných balíčků, zajištěním programu na více dní a podobně. 3 až 7 nocí zde strávilo 39% dotazovaných a 8 až 14 přenocování využilo 10%. Nad 14 přenocování se z dotazovaných nezdržel nikdo.

#### Otázka 7: Graf 7: Kde jste ubytováni po dobu pobytu v regionu?

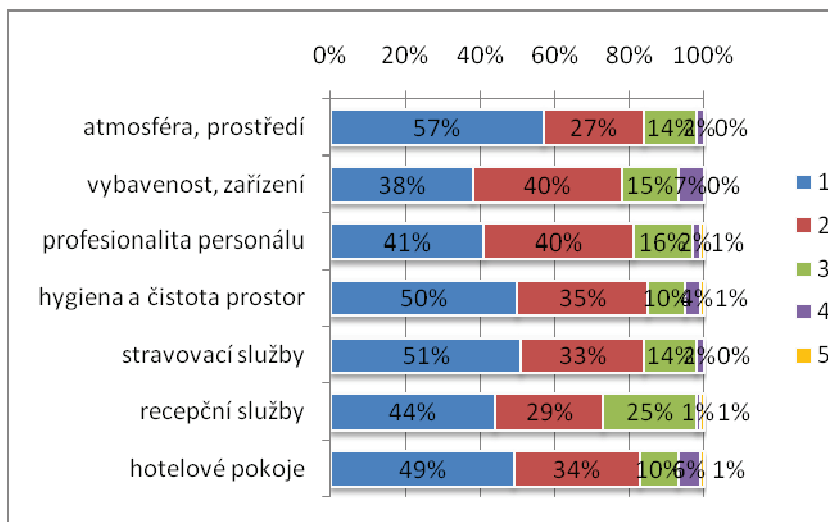


Zdroj: Vlastní šetření

8% dotazovaných navštívilo region bez přenocování, zbylých 92% zde přenocovalo. Jak již bylo řečeno, výzkum byl zaměřen převážně na ubytované klienty, proto je podíl neubytovaných tak nízký. Nejvíce respondentů zvolilo ubytování v hotelu (43%). Ve městě je jich vzhledem k jeho velikosti poměrně dost, nabízejí kvalitní služby, polohu v centru města nebo v klidné okrajové části podle výběru hosta. Dále následovalo ubytování v penzionu (17%), u příbuzných a známých (13%), v apartmánu či pronajatém pokoji (12%) a v chatové osadě (6%). Ubytování v kempu se objevilo jen u 1%, jelikož přímo ve zkoumané oblasti se žádný kemp nenachází. V okolí jich několik najdeme, ale jejich kvalita není příliš vysoká. Odpověď ubytování jinde nezvolil nikdo,

všichni byli schopni vybrat si jednu z kategorií ubytovacích zařízení, které byly nabízeny.

**Otázka 8: Graf 8: Ohodnoťte spokojenost s jednotlivými službami ubytovacího zařízení číslicemi 1 – 5 (jako ve škole: 1=výborné, 2=chvalitebné, 3=dobré, 4=dostatečné, 5=nedostatečné)**



Zdroj: Vlastní šetření

*Atmosféru a prostředí* ubytovacího zařízení hodnotí nejvíce dotazovaných na výbornou (57%). Chvalitebně jsou tyto faktory hodnoceny od 27% respondentů, dále 14% je hodnotilo jako dobré a 2% jako dostatečné. Hodnocení nedostatečné nevedl nikdo z dotazovaných.

*Vybavenost a zařízení* hodnotí nejvíce dotazovaných chvalitebně (40%), o pouhé 2% méně hodnotí tyto faktory na výbornou (38%). Následuje hodnocení jako dobré (15%) a dostatečné (7%). Hodnocení nedostatečné také nikdo nevedl.

*Profesionalita personálu* je hodnocena převážně výborně (41%) a chvalitebně (40%). Pouhých 19% ji hodnotí hůře, a sice 16% jako dobrou, 2% jako dostatečnou a 1% jako nedostatečnou.

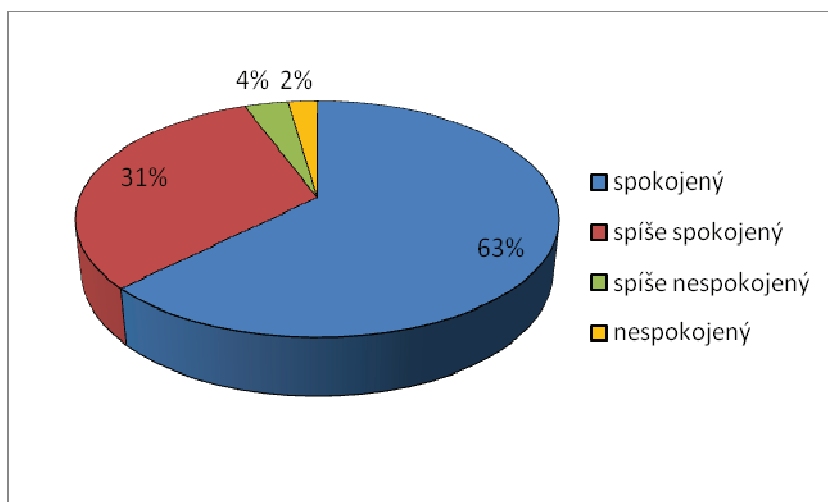
*Hygienu a čistotu prostor* ubytovacích zařízení hodnotí přesně polovina dotazovaných jako výbornou (50%), dále 35% jako chvalitebnou, 10% jako dobrou, 4% jako dostatečnou a 1% jako nedostatečnou.

*Stravovací služby* hodnotí 51% dotazovaných na výbornou. 33% jako chvalitebné, 14% jako dobré a 2% jako dostatečné. Jako nedostatečné je nehodnotil žádný z respondentů.

*Recepční služby* ubytovacího zařízení hodnotí 44% dotazovaných na výbornou, dále potom přibližně stejný počet jako chvalitebné (29%) a dobré (25%). Po 1% připadá na hodnocení služeb jako dostatečných a nedostatečných.

*Hotelové pokoje* (případně pokoje jiných ubytovacích zařízení) jsou hodnoceny téměř z poloviny na výbornou (49%), 34% dotazovaných je hodnotí jako chvalitebné, 10% jako dobré, 6% jako dostatečné a 1% jako nedostatečné.

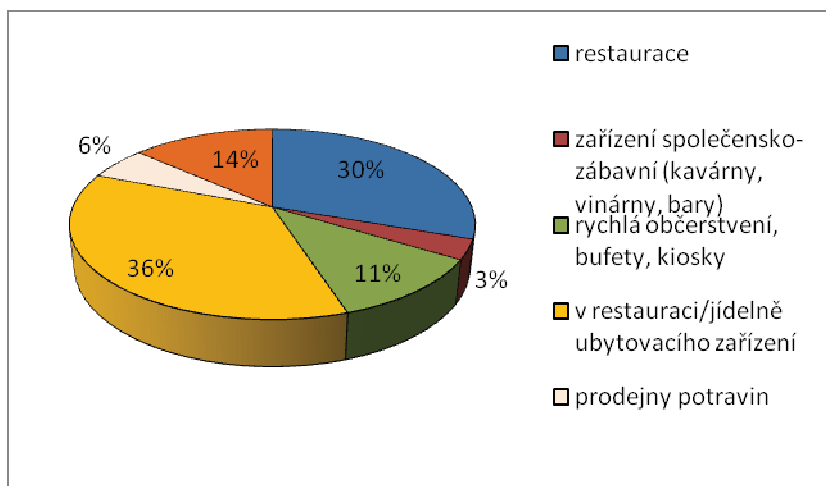
**Otázka 9: Graf 9: Označte prosím celkovou spokojenost s ubytovacími službami:**



Zdroj: Vlastní šetření

Na základě převážně velmi kladného hodnocení jednotlivých služeb ubytovacích zařízení se dotazovaní vyjadřovali k celkové spokojenosti v drtivé většině rovněž kladně (94%). Z toho 63% respondentů bylo spokojených a 31% spíše spokojených. Záporné hodnocení uvedlo 6% dotazovaných, z toho 4% byla spíše nespokojena a 2% nespokojena.

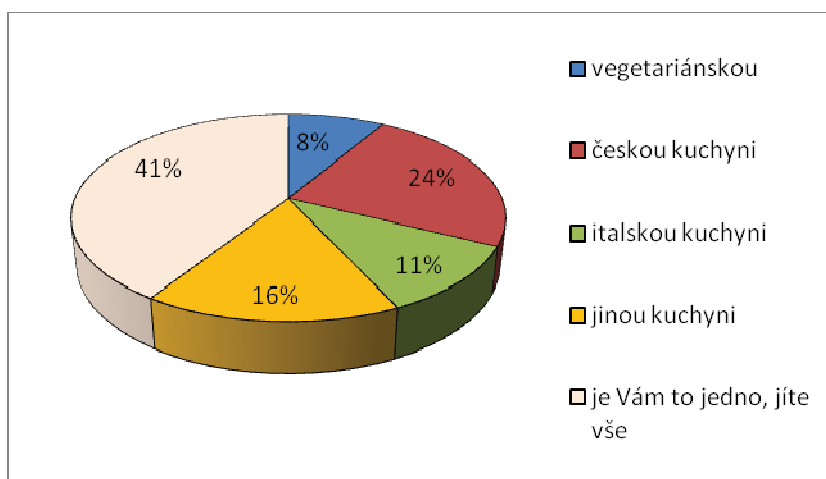
### Otázka 10: Graf 10: Kde se po dobu Vašeho pobytu převážně stravujete?



Zdroj: Vlastní šetření

Nejvíce dotazovaných se po dobu svého pobytu stravuje v restauraci/jídelně ubytovacího zařízení (36%). Vzhledem k tomu, že se hosté nejčastěji ubytovávají v hotelech, je pravděpodobné, že zde využívají i nabízených stravovacích služeb. Pokud nevyužívají nebo jsou ubytováni jinde, kde stravování není nabízeno, navštěvují nejčastěji místní restaurace (30%). 14% dotazovaných si zde samo vaří, 11% volí stravování v rychlých občerstveních, bufetech a kioscích. 6% respondentů využívá ke svému stravování prodejny potravin a 3% zařízení společensko-zábavního charakteru, jako jsou kavárny, vinárny či bary.

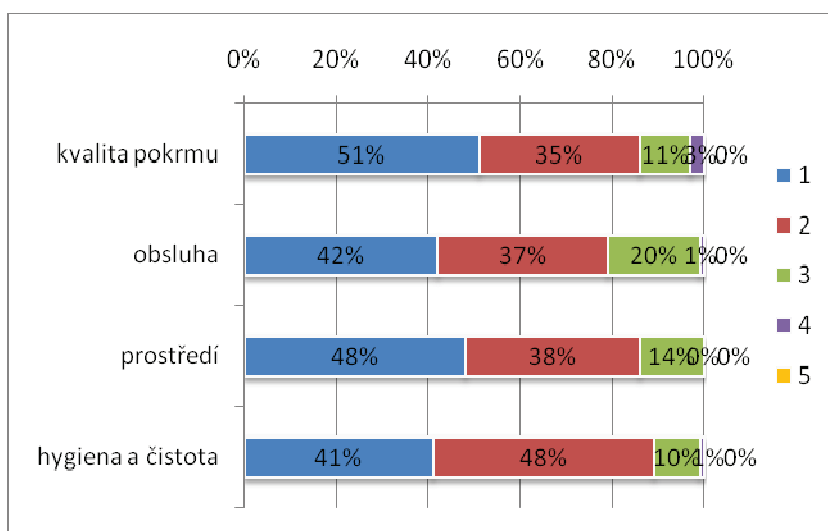
### Otázka 11: Graf 11: Jakou stravu preferujete?



Zdroj: Vlastní šetření

41% dotazovaných jsou nenáročnými strávníky, uvedli, že jí vše a nepreferují žádnou specifickou kuchyni. Z ostatních preferujících nejvíce lidí uvedlo českou kuchyni (24%), poté jinou kuchyni (16%), italskou kuchyni (11%) a vegetariánskou kuchyni (8%). Pro všechny uvedené možnosti se v oblasti nacházejí vhodná stravovací zařízení.

**Otázka 12: Graf 12: Ohodnot'te spokojenost s jednotlivými službami stravovacího zařízení číslicemi 1 – 5 (jako ve škole: 1=výborné, 2=chvalitebné, 3=dobré, 4=dostatečné, 5=nedostatečné)**



Zdroj: Vlastní šetření

Celá polovina dotazovaných hodnotí *kvalitu pokrmu* ve stravovacích zařízeních na výbornou (51%), dalších 35% jako chvalitebnou, 11% jakou dobrou a 3% jako dostatečnou. Hodnocení kvality jako nedostatečné nevedl nikdo z dotazovaných.

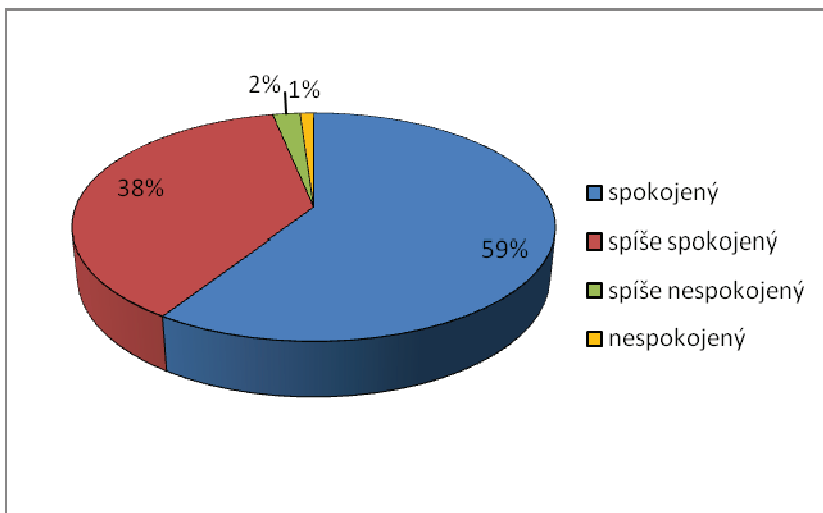
*Obsluha* ve stravovacích zařízeních je 42% z dotazovaných hodnocena jako výborná, 37% jako chvalitebná, 20% jako dobrá a 1% jako dostatečná. Jako nedostatečná nepřipadala žádnému z respondentů.

*Prostředí* stravovacího zařízení hodnotí 48% respondentů jako výborné, 38% jako chvalitebné a 14% jako dobré. Nikdo z dotazovaných nehodnotil prostředí jako dostatečné ani jako nedostatečné.

*Hygienu a čistotu* ve stravovacích zařízeních hodnotí nejvíce z dotazovaných jako chvalitebnou (48%). Jako výborná je hodnocena 41% respondentů, 10% pak jako dobrá a 1% jako dostatečná. Jako nedostatečnou ji nehodnotil nikdo.



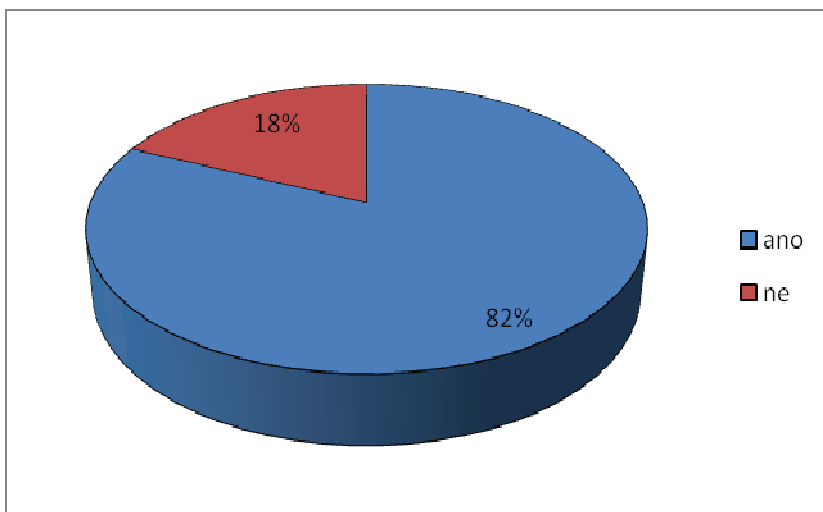
**Otázka 13: Graf 13: Označte prosím celkovou spokojenost se stravovacími službami daného regionu:**



Zdroj: Vlastní šetření

Drtivá většina respondentů hodnotí celkovou spokojenost se stravovacími službami kladně (97%), což bylo již patrné z grafu u předchozí otázky. Z toho 59% uvádí, že je s nimi spokojeno a 38% je spíše spokojeno. 3% uvedla negativní hodnocení, a sice 2% jsou spíše nespokojena a 1% je nespokojeno.

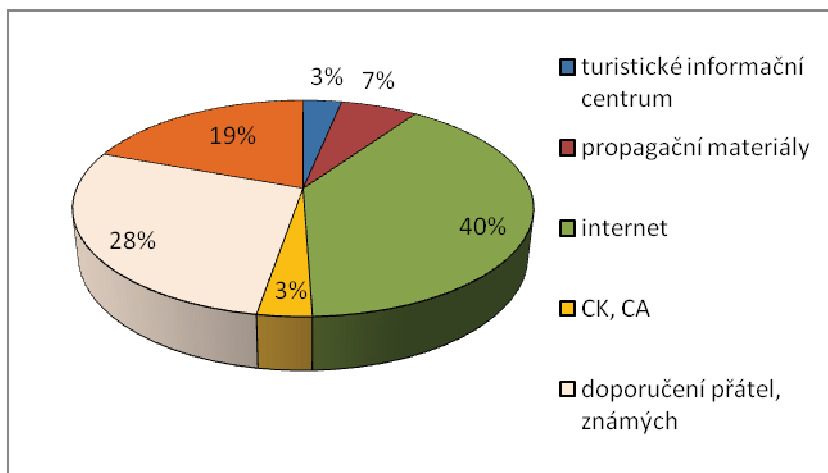
**Otázka 14: Graf 14: Myslíte, že ceny za služby poskytované v regionu (ubytovací i stravovací) odpovídají jejich kvalitě?**



Zdroj: Vlastní šetření

Většina odpovídajících je přesvědčená o tom, že cena poskytovaných služeb je v rovnováze s jejich kvalitou (82%). Zbýlých 18% zastává opačný názor.

**Otázka 15: Graf 15: Jak jste se dozvěděli o této destinaci? Odkud?**

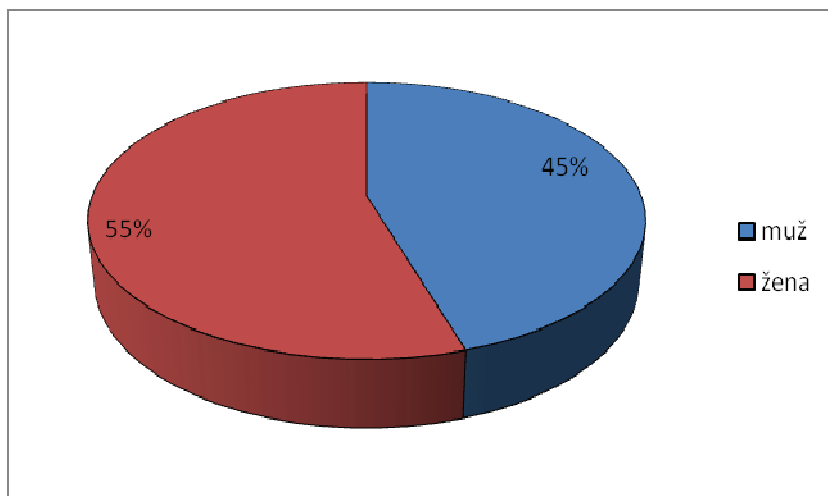


Zdroj: Vlastní šetření

Nejvíce lidí využilo jako informační zdroj před cestou internet (40%), což je v dnešní době pochopitelné, vzhledem k jeho masovému rozšíření a používání. Z pohodlí domova si mohou vybrat místo „ušité na míru“. Nemalé množství respondentů využilo doporučení svých přátel a blízkých k navštívení tohoto regionu (28%), což bývá považováno za nejlepší reklamu. Proto je tak důležité, aby do sebe vše zapadalo a ladilo, jednotlivé služby se doplňovaly a personál byl vždy milý, vstřícný a ochotný pomoci. 19% dotazovaných uvedlo, že využili jiný zdroj, 7% propagační materiály a po 3% služby turistického informačního centra a cestovních kanceláří či agentur.

## Otázka 16: Identifikační údaje:

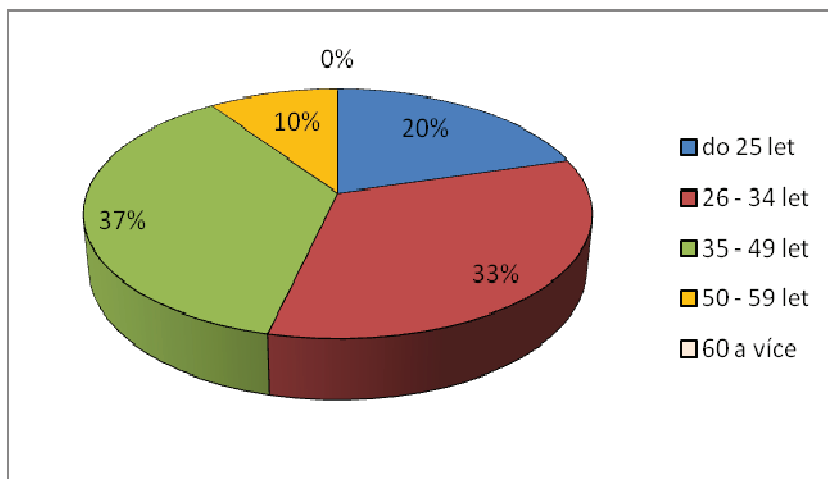
### 1. Graf 16: Pohlaví



Zdroj: Vlastní šetření

Mezi dotazovanými převažovaly o 10% ženy (55%) nad muži (45%). Tento mírný převis podle mého názoru není způsoben tím, že by do regionu jezdilo znatelně více žen a bylo tu pro ně více příležitostí k trávení volného času než pro muže. Bude způsoben spíše tím, že většina dotazníků, kdy do regionu přicestovala rodina, byla vyplňována právě ženami, zřejmě jako zástupkyněmi celé rodiny.

### 2. Graf 17: Věk

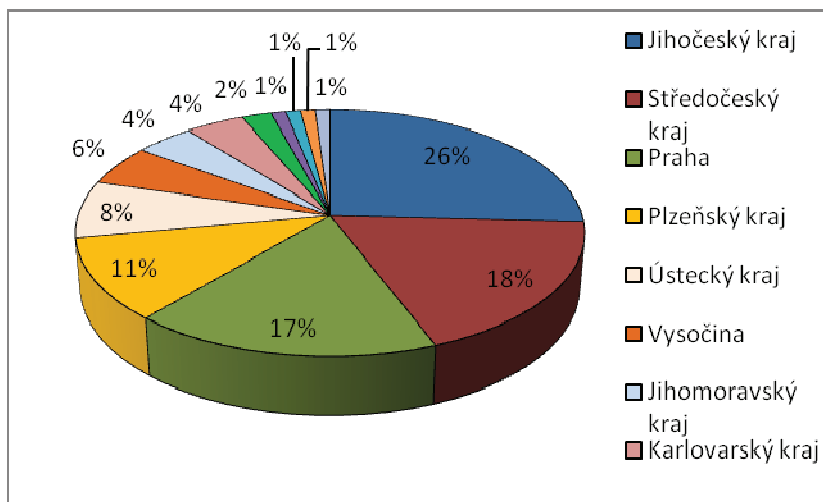


Zdroj: Vlastní šetření

Mezi účastníky cestovního ruchu ochotnými vyplnit dotazník se objevily všechny věkové kategorie, kromě poslední 60 a více let. Nejvíce odpovídajících bylo z kategorie

26 – 34 let (33%) a 35 – 49 let (37%). V kategorii do 25 let vyplnilo dotazník 20% lidí a 10% lidí bylo ve věku od 50 do 59 let.

### 3. Graf 18: Místo Vašeho bydliště či město, kde nejčastěji přebýváte



Zdroj: Vlastní šetření

Poslední otázka měla otevřenou formu a respondenti měli napsat konkrétní město či obec odkud pocházejí. Pro účely vyhodnocení jsem však jednotlivé obce zařadila do krajů pro lepší orientaci a přehlednost. Nejvíce dotazovaných přijelo do regionu z Jihočeského kraje (26%), následuje Středočeský (18%), Praha (17%) a Plzeňský kraj (11%). Další kraje byly zastoupeny již v menší míře. Jeden z odpovídajících přijel ze Slovenska a jeden dokonce z Kanady.

#### Syntéza dotazníkového šetření

Na tomto místě bych uvedla jakousi malou syntézu a shrnutí výsledků dotazníkového šetření, které budou poté zapracovány do celkové syntézy údajů. Je třeba si uvědomit, kdo je vůbec účastníkem cestovního ruchu přijíždějícím do oblasti, proč sem přijíždí, co zde chce dělat nebo vidět, jak je spokojen s poskytovanými službami atd. Nejčastějšími návštěvníky Písecka byly vyhodnoceny skupiny osob a rodiny, věkové rozpětí většiny odpovídajících bylo 26 – 49 let. Čili se jedná o jakýsi větší počet osob, kteří využívají místní služby, zařízení, navštěvují památky, nakupují suvenýry a podobně. To je pro cestovní ruch a jeho rozvoj velmi příznivé, jelikož tyto návštěvníci přivážejí do města více peněžních prostředků, zaplňují ubytovací kapacity, každý z nich musí něco jíst, každý si chce něco koupit, něco vidět. Vzhledem k jejich počtu volí jako

dopravní prostředek osobní automobil, který je pro ně výhodnější jak cenově, tak i z jiných důvodů, které již byly popsány výše. Navíc nejčastěji přijíždějí z Jihočeského, Středočeského kraje a Prahy, odkud je vhodné dopravní spojení. Do města míří především za rekreací a poznáváním a z aktivit, které v místě mohou provozovat, jsou pro ně nejlákavější návštěvy místních pozoruhodností a přírody, cykloturistika a zábava. Všechny tyto aktivity se mohou dobře prolínat, ke shlédnutí co největšího počtu míst vhodně poslouží právě kolo, které člověku umožní dostat se i do přilehlého okolí, užívat si čerstvého vzduchu, přírody a udělat něco pro své zdraví. Po takovémto poznávacím dni mnoho lidí zatouží po nějakém zábavném doprovodném programu, ať již ve večerních hodinách nebo další den v některém z podniků či ve formě nějaké pořádané akce. Nejvíce respondentů navštívilo oblast v minulosti pouze jednou a ke svému ubytování nejčastěji využívají hotely s délkou pobytu do dvou přenocování. Zde by bylo zapotřebí nějakým způsobem přimět hosty, aby se ve městě zdrželi déle a využili ubytování na více nocí. Je třeba jim poradit, co by určitě neměli během své návštěvy vynechat, připravovat pro ně produktové balíčky, které jim zajistí pestrý program na více dní, nabízet například zvýhodněné ubytování při delším pobytu, poskytovat slevy pro děti atd. Služby v ubytovacích zařízeních (například atmosféru prostředí, vybavenost zařízení, profesionalitu personálu, hygienu a čistotu a další) hodnotí hosté až překvapivě výborně, ve většině případů jsou se vším spokojeni. Rovněž služby související se stravováním (například kvalita pokrmu či obsluha) jsou hodnoceny velmi kladně a hosté jsou s nimi spokojeni. Je to dáno i kvalitou většiny píseckých hotelů, kde se návštěvníci nejčastěji ubytovávají. Stravují se rovněž v jejich stravovacích zařízeních, případně také v ostatních restauracích působících samostatně. Hosté navíc ve většině případů zastávají názor, že ceny za ubytovací a stravovací služby v regionu odpovídají jejich kvalitě. Tyto skutečnosti jsou velmi vhodným potenciálem pro to, aby se sem lidé jednak vraceli, ale také předávali své dobré zkušenosti dál svým příbuzným, známým, přátelům. I u otázky, jak se o destinaci dozvěděli, se objevil nemalý podíl těch, kteří přijeli právě na takovéto doporučení. U nejvíce respondentů byl ale jako informační zdroj použit internet.

## 4.2.2 Řízené rozhovory

Další součástí analýzy primárních zdrojů jsou řízené rozhovory. Byly zpracovány v návaznosti na dotazníkové šetření, aby byl získán ucelenější pohled na celou problematiku, to znamená získat názory jak ze strany poptávky, tak i nabídky. Proto byly použity podobné otázky jako v dotaznících, případně podle výsledků vzešlých z dotazníků, které měly zjistit názory hoteliérů a pracovníků informačního centra. Všechny měly otevřenou formu. Nakonec byly získány dva rozhovory z prostředí hotelu a jeden z Infocentra Písek. Předem připravené otázky pro hoteliéry jsou přiloženy v Příloze 4, otázky pro informační centrum byly mírně upraveny, jedna byla vypuštěna úplně a jsou k dispozici v Příloze 5.

### **Rozhovor s Vendulou Lorencovou z Infocentra Písek**

Rozhovor proběhl přímo v prostorách Infocentra, za běžného provozu, tedy nebylo příliš času na rozvádění otázek. Navíc pracovnice, spolu s další kolegyní, která v průběhu dorazila, mě upozornily na to, že o mnoha věcech nemají informace a nevedou takové statistiky. Na otázku první mi bylo odpovězeno, že nejčastějšími návštěvníky jsou určitě rodiny s dětmi a co se týče geografické příslušnosti, nemá pracoviště možnost takové informace nijak zjistit. Vedou se pouze statistiky návštěvníků infocentra, a to zda se jedná o české turisty či zahraniční, kteří jsou potom dále rozděleni na anglicky hovořící, německy hovořící a ostatní. Z tohoto hlediska po celý rok převažují čeští turisté, mimo sezónu přibližně 2 – 4x, v době sezóny 4x a vícekrát, v červenci a srpnu až 8x. Výsledek dotazníku o nejčastější volbě osobního automobilu jako dopravního prostředku mi nebyl ani potvrzen, ani vyvrácen, takovéto informace rovněž infocentrum nezjišťuje. Co se týče parkovacích míst, návštěvníci mají možnost parkovat přímo v centru, stání je zde zpoplatněno, místa jsou ale často obsazená a je tedy problém najít nějaké volné. Návštěvníky do města jednoznačně nejvíce láká Kamenný most, často se přicházejí do infocentra ptát, jak se k němu dostanou, dále také Prácheňské muzeum a hodně lidí se dotazuje i na cyklotrasy v okolí. Z věcí, které zde návštěvníkům chybí je často uváděna směnárna či možnost výměny peněz o víkendu, nakupování v neděli, drahé ubytování v centru města a nepřítomnost kempu. Na otázku č. 4 mi bylo odpovězeno v podstatě stejně jako na první, a to že nejčastějšími návštěvníky jsou rodiny s dětmi. Účastníci cestovního ruchu přijíždějí do města podle slečny Lorencové určitě opakovaně, a to především z důvodu

každoročně pořádaných akcí jako je například Městská slavnost, Cipískoviště nebo Filmový festival. Na jak dlouhou dobu účastník přijíždí se z pohledu infocentra nedá říci, někteří tudy jen projíždějí, například z Českého Krumlova či Prahy, někteří jsou například z okolí Zvíkova, nemají to tedy daleko a zase odjíždí domů a někteří se ubytují. Co se týče nejčastější formy ubytování, bylo zde opět zmíněno, že ubytování v centru je pro obvyčejného člověka poměrně dost drahé, chybí zde hotel či penzion střední třídy. Cena za noc nejde pod 1000 Kč s výjimkou penzionu U Kloudů, přičemž za drahý není považován hotel Biograf, jelikož dosahuje mezinárodní kvality. Z tohoto důvodu je názor pracovnice takový, že lidé raději zvolí spíše penzion, privát či ubytovnu vzhledem k jejich nižší ceně. Ubytovací a stravovací zařízení v centru v hlavní sezóně mají možná trochu složitější situaci s pokrytím poptávky, ale nabídka je podle pracovnice přesto dostačující. Sezónnost se v Písku rozhodně projevuje, sezóna trvá od začátku května do poloviny září a mimo ní je návštěvníků ve městě málo. Na otázku, jestli jsou nějaké snahy o její eliminaci, například přesunutí některých akcí do předsezóny nebo posezóny, mi bylo odpovězeno, že by to bylo zbytečné a neúčelné, neboť návštěvníci už jsou zvyklí na stanovené termíny a mimo sezónu by jich přijelo znatelně méně. Co se týče spokojenosti s ubytovacími a s nimi spojenými službami, pracovníkům infocentra v tomto ohledu chybí zpětná vazba, návštěvníkům sice doporučí, kde se mohou ubytovat, ale již se nedozví, zda se jim tam líbilo či ne. Přesto si slečna Lorencová myslí, že jsou hosté vesměs spokojeni. Nejvyhledávanější kuchyní je prý rozhodně česká v restauraci U Reinerů, pomalu každý druhý návštěvník se ptá, jak se k tomuto podniku dostane. Návštěvníci jsou se stravovacími službami spokojeni, přesto že zpětná vazba ani zde není ideální. Na otázku poslední, pokud ceny ve zmiňovaných zařízeních odpovídají jejich kvalitě, byla znovu zmíněna nadsazenost cen ubytovacích zařízení v centru, kromě hotelu Biograf. Co se týče stravovacích zařízení, zde podle dotazované cena kvalitě odpovídá.

#### **Rozhovor s Martinem Volfem, provozním hotelu Biograf \*\*\*\*\***

Rozhovor proběhl přímo v hotelovém lobby baru v dopoledních hodinách, ještě před začátkem jeho otevírací doby, čili jsme nebyli nikým rušeni a mohli se věnovat pouze otázkám. Hned u první z nich jsem byla seznámena s tím, že hotel Biograf navštěvují z 80 – 90% business klienti přijíždějící za pracovním účelem. Je tomu tak především díky velké průmyslové zóně na okraji města, dále přijíždějí lidé z různých

fírem v okolí, například z Blatné a Strakonice. Častými návštěvníky jsou tu cizinci. I z toho důvodu je nejčastějším dopravním prostředkem osobní automobil, business klienti využívají hodně taxi služby a přepravy z letiště. Pokud přijedou vlastním či firemním automobilem, s následným parkováním je trochu problém. Podle názoru pana Volfa by centrum mělo být uzavřené a mělo by fungovat jako klidová zóna, to znamená že by zde neměla být možnost parkování. Vhodným řešením by podle něj bylo zřídit externí parkoviště (například u bývalého supermarketu Billa) a odtud zajistit pravidelné odjezdy MHD alespoň po čtvrt hodinách. Takto to ale zatím ve městě nefunguje a centrum je plné parkovacích míst, která jsou ale často plně obsazená. Hotelový host může jednak využít pronajatá parkovací místa v Budějovické ulici, vzdálené asi 300 m od hotelu, většina hostů ale využívá parkoviště města před hotelem, pokud je zde volno, případně na Bakalářích u kostela. Třetí otázka byla vztažena k hotelu, ne obecně k celému městu, čili nejvíce lidí přijíždí za pracovním účelem, ale také z důvodu akcí zde pořádaných. Otázka čtvrtá tedy pro hotel Biograf neplatí, je zaměřen především na business segment, ale samozřejmě chce nalákat i turisty a to především tím, že pro ně připravuje speciální programové balíčky. Pan Volf si dále myslí, že účastník cestovního ruchu přijíždí opakovaně, hotel má své stálé hosty, kteří přijíždějí za zmíněným pracovním účelem, ale také na Internacional Hockey Camp Písek (letní hokejový kemp jak pro chlapce, tak i děvčata ve věku od 8 do 17 let), dále za golfem (hotel Biograf je partnerem Prácheňského golfového klubu Kestřany) a také za pravidelnými akcemi. Zde byl zmíněn názor pana Volfa na to, že by město mělo mít pod svou taktovkou více aktivit, které bohužel většinou dělají soukromé firmy. Jako jeden příklad za všechny to, že letos bylo pořádání Městské slavnosti „Dotni se Písku“ zadáno externí firmě, čili většina peněz z této akce půjde jinam. Co se týče délky pobytu účastníka cestovního ruchu, často přijíždí pouze na výlet bez přenocování, pokud zde ubytování využije, je to potom nejběžněji na 2 – 3 dny. Nejčastěji voleným ubytovacím zařízením je podle dotazovaného hotel a to z důvodu, že jich Písek na svou velikost nabízí dost. Po rozšíření hotelu v loňském roce na téměř dvojnásobnou kapacitu je Biograf schopen pokrýt poptávku. Samozřejmě nastávají i dny, kdy mají obsazeno a snaží se klientům alespoň sehnat náhradní ubytování v dalších píseckých hotelech, se kterými spolupracují. Sezónnost se zde neprojevuje v takové míře, vzhledem k business klientele, která sem jezdí v průběhu celého roku, se nejedná o výrazné výkyvy. Eliminace sezónnosti není úplně dost dobře možná, ale hotel se snaží vytvářet



zajímavé produktové balíčky a kolísající poptávku eliminovat právě spoluprací s jinými hoteli (nejvíce s hotelem OtavaArena, U Kapličky a rozvíjející se spolupráce s hotelem Art). Na tuto problematiku jsme navázali volnou konverzací o důležitosti spolupráce jednotlivých subjektů cestovního ruchu v oblasti. Pan Volf konstatoval, že ne všechny provozovny jsou schopny spolupracovat a nejeví ani zájem, což je určitě chybou. S ubytováním a službami s ním spojenými jsou hosté všeobecně spokojeni, někteří mají samozřejmě vyšší nároky, kterým se personál vždy snaží vyhovět. To, že hotel nedávno získal čtyři hvězdičky svědčí o kvalitě poskytovaných služeb, proto se nesetkávají se stížnostmi hostů, ale nebrání se jakýmkoliv připomínkám a návrhům a jsou k nim vstřícní. Místní restaurace je hotelovými hosty podle slov pana Volfa využívána tak 50 na 50 (někdy o něco více), pokud ovšem nemají zaplacenou polopenzi či plnou penzi. Především u kratších pobytů hosté raději volí jeden den v restauraci, druhý den chtějí vyzkoušet zase něco jiného, tak navštíví některé z ostatních stravovacích zařízení, neboť se chtějí podívat po městě a v letních měsících například posedět na zahradce. Ze strany obyvatel města je restaurace celkem vysoce využita, nejvíce v době obědů, a to někdy částečně až na úkor kvality ze snahy vyhovět všem, kdy na obsloužení takového množství hostů nedostačuje čas. Hotel nabízí polední menu, která prezentuje jak na internetu, tak v Infocentru Písek. Dále nabízí rozvážku do firem či jídla s sebou. Mimo obědů obyvatelé navštěvují restauraci v rámci různých večírků (například vánoční, na konci roku) či firemních akcí. Kromě toho jsou využívány i zdejší konferenční prostory k různým seminářům a školením, po kterých následuje občerstvení v hotelu (coffee break, oběd, večeře, ...). Co se týče kuchyně, hotel nabízí jak českou, tak mezinárodní. V rámci projektu Czech Specials, zmíněného v předchozích částech práce, se specializuje na kuchyni českou, ale oblíbená je jak naše, tak i mezinárodní. Vysoká návštěvnost zařízení logicky potvrzuje dobrou kuchyni, proto jsou zde hosté spokojeni. Restaurace vzhledem ke zmíněným certifikacím zajišťuje určitý standard služeb, navíc dalším oceněním se nedávno stalo zařazení na seznam nejlepších a nejzajímavějších restaurací - Maurerův výběr, Grand restaurant 2010. To je pro hotel určitě další konkurenční výhodou, nicméně pan Volf zmínil fakt, že obyčejnému zákazníkovi Czech Specials či Grand restaurant bohužel zatím moc neřekne. Co se týče cen odpovídajících kvalitě, zde bylo zmíněno, že Biograf po svém otevření nasadil určité ceny, kterým se poté přizpůsobily i ostatní hotely, přestože ne všechny k tomu mají odpovídající kvalitu (většina z nich ano, ale některé ne). Biograf tuto rovnováhu

splňuje, po získání čtyř hvězdiček jen mírně zdražili ceny pokojů právě z důvodu odlišení se od ostatních.

### **Rozhovor s Hedvikou Příbylovou, manažerkou hotelu Art \*\*\***

Rozhovor proběhl v hotelové restauraci, která byla sice již otevřena, ale kolem desáté hodiny zde ještě nebyli žádní hosté. Na první otázku, kdo je nejčastějším návštěvníkem města mi bylo odpovězeno, že jsou to z převážné míry Češi ve věkovém rozmezí přibližně 25 – 45 let. Nejčastějším dopravním prostředkem je určitě osobní automobil, hosté využívají parkovací místa především na Velkém náměstí, Malém náměstí a na Bakalářích, a to z toho důvodu, že hotel má sice svá, nicméně jsou od něho daleko. Nejčastější účel příjezdu do města je konkrétně v hotelu Art pracovní, méně často potom rekreace či zábava. Slečna Příbylová si myslí, že návštěvníkům zde přes léto nechybí v podstatě nic, lákají je především významné akce a památky. Přes zimu jim zde naopak chybí téměř všechno, neboť se zde nic významného neděje a výběr za čím přijet je velmi omezený. Výsledek dotazníků, že nejčastějšími příjíždějícími jsou skupiny a rodiny, slečna Příbylová konkrétně pro hotel Art vyvrátila, jelikož se zaměřují spíše na firemní klientelu, než na rodiny s dětmi. Myslí si, že tento segment sem přijíždí více na jednodenní výlety, a to především za památkami, konkrétně nejvíce do Sladovny, kde se pořádají různé akce pro děti, dále za Kamenným mostem a Městskou elektrárnou. Co se týče četnosti příjezdů hostů, hotel má již po roce svého fungování několik opravdu stálých klientů (a to nejen firemních), kteří sem jezdí pravidelně a za něž jsou samozřejmě rádi. Doba, na kterou host přijíždí se pohybuje nejčastěji od 2 do 3 dnů, týdenní pobyty nejsou až tak časté. Hodně lidí také zavítá pouze na jeden den, aniž by využili nějaké ubytování. Dotazovaná si podle svých slov myslí, že nejčastějším ubytováním je určitě hotel nebo penzion, priváty návštěvníci využívají méně často. Hotel Art je schopen pokrýt poptávku, sezónnost se zde projevuje, je výrazně znát rozdíl zima – léto. O její eliminaci se hotel snaží tvorbou různých balíčků pro své hosty. Co se týče spokojenosti s ubytováním a s ním souvisejícími službami, klienti jsou v tomto zařízení spokojeni, občas přijde host například oznámit, že je mu zima, tak se zapne topení. Jedná se tedy jen o malé připomínky, které se dají ihned řešit. Jediným problémem jsou někdy zmíněná parkovací místa. Hosté využívají hotelovou restauraci, nicméně často chtějí vyzkoušet i jiná zařízení, tak zde nejedí každý den. Obyvatelé města chodí nejčastěji na polední

menu, které je prezentováno na stránkách hotelu a rovněž ve spolupráci s Infocentrem Písek. Restaurace se nezaměřuje na žádnou konkrétní kuchyni, vaří jak česká, tak mezinárodní jídla, často jsou zařazeny také ryby. Oblíbenost jednotlivých kuchyní je podle dotazované vyrovnaná, vše záleží na momentální chuti a žádná výrazně nepřevažuje. Co se týče stravovacích služeb a dalších s nimi spojených, hosté většinou chodí pouze s takovými návrhy, že by například chtěli zařadit do poledního menu pangasia a podobně, čemuž se restaurace snaží vyhovět. Žádné vyložené záporné připomínky nebyly zaznamenány a hosté jsou zde spokojeni. Ceny za ubytovací a stravovací služby v oblasti odpovídají jejich kvalitě, není tomu tak úplně u všech zařízení, ale všeobecně ano. Hotel Art zatím funguje pouze rok, všechno je zde tedy nové a moderní, čili cena kvalitě odpovídá.

Moje poslední otázka se již netýkala těch předem připravených, ptala jsem se slečny Příbylové, jak je to s jejich hotelem a Oficiální jednotnou klasifikací. Bylo mi tedy odpovězeno, že momentálně ji řeší a usilují o ni, nicméně je zapotřebí doladit některé detaily, které pro její splnění musí hotel mít.

### **4.3 Syntéza údajů**

Celková syntéza údajů je výsledkem 4 dílčích částí, které jí nutně musely předcházet. Nejprve to byla analýza ze sekundárních, tedy již známých a vytvořených zdrojů. Ta sama o sobě by ovšem nebyla dostačujícím materiálem, proto musela být doplněna o analýzu primárních údajů, která spočívala jednak v dotazníkovém šetření prováděném mezi účastníky cestovního ruchu přijíždějícími do zkoumané oblasti a také v řízených rozhovorech získaných z informačního centra a podniků působících v ubytovacích a stravovacích službách. Poslední částí bylo vlastní pozorování. To vše dohromady umožnilo vznik celkové syntézy, která bude podkladem pro sestavení návrhů a opatření pro zkoumanou oblast.

Ze zjištěných údajů vyplývá, že ve zkoumané oblasti se nachází celkem 46 ubytovacích zařízení. Z toho byla zjištěna lůžková kapacita dvanácti zařízení kategorie hotel a motel, která tvoří dohromady 699 lůžek. Další lůžka připadají na penziony, ubytovny, privátní ubytování a chatovou osadu, které tuto kapacitu ještě značně navyšují. Mezi ubytovacími zařízeními, co se jejich počtu týče, převládá ubytování v soukromí

a následuje kategorie hotelů a ubytoven. Zde je nutno upozornit na to, že ve městě je vzhledem k jeho velikosti ubytovacích zařízení typu hotel poměrně dostatek, což potvrdily i názory v řízených rozhovorech a také výsledky dotazníků, kde právě hotel byl nejčastěji uváděným ubytovacím zařízením. Nenašli bychom zde ale žádný kemp, přesto že tato kategorie bývá v jiných turistických oblastech většinou běžná. To, že se tato skutečnost návštěvníkům města příliš nelíbí potvrzují i zaznamenané stížnosti v informačním centru. Ze všech 46 ubytovacích zařízení je pouze jedno certifikováno dle Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel, hotel garni, penzion, motel a hotel 2010 – 2012, konkrétně je to hotel Biograf \*\*\*\*. Další tři hotely byly certifikovány podle starší klasifikace pro roky 2006 – 2009.

Stravovací služby poskytuje v oblasti celkem 135 zařízení. 34 z nich funguje jako součást zařízení ubytovacího, tedy jako vedlejší činnost, zbylých 101 zařízení připadá na samostatné provozovny. V obou skupinách jsou v největší míře zastoupeny restaurace, které jsou podle dotazníků i nejvíce využívány. U samostatných zařízení potom následuje kategorie noční bary, noční kluby, varieté a dancing.

Služby těchto zařízení jsou na základě výsledků dotazníků velmi dobře hodnoceny. U všech dílčích služeb, na které se výzkum dotazoval, volilo kolem 80% respondentů známku 1 nebo 2, čili byly hodnoceny nadprůměrně. V řízených rozhovorech mi bylo rovněž potvrzeno, že účastníci cestovního ruchu jsou s poskytovanými službami většinou spokojeni. To svědčí o dobré kvalitě služeb poskytovaných v této oblasti. Jak strana poptávky (dotazovaní hosté), tak i nabídky (poskytovatelé služeb) se také domnívá, že ceny za zmíněné služby jsou v rovnováze s jejich kvalitou. Názor respondentů, kteří vyplnili dotazník se ovšem neshoduje s názorem návštěvníků informačního centra, kteří si často stěžují na předražené ubytování v centru města. V řízeném rozhovoru se slečnou Lorencovou bylo řečeno, že v centru chybí hotel či penzion střední třídy s cenou pod 1000 Kč za noc a výjimkou je pouze penzion U Kloudů. Sekundární údaje ovšem ukazují, že levnější ubytování nabízí v centru ještě hotel Pod Skalou, hotel Buly a penzion Nevada. V porovnání s těmi dražšími ale tvoří tato zařízení menšinu, navíc hotel Pod Skalou je pouze sezónním zařízením. Ostatní hotely a penziony nabízí opravdu cenu za noc nad 1000 Kč, ale podle většiny jejich hostů tomu odpovídá i jejich kvalita, i když to samozřejmě neplatí obecně úplně pro všechna ubytovací zařízení těchto kategorií.

Co se týče využívání ubytovacích a stravovacích služeb, k ubytování, jak již bylo řečeno, je volen nejčastěji hotel, z důvodu nižší ceny poté také penzion či privat. Účastníci cestovního ruchu také přijíždějí za svými příbuznými a známými a přespávají u nich doma. Ke stravování nejčastěji využívají restauraci/jídelnu ubytovacího zařízení a samostatné restaurace, jejichž počet byl v rámci sekundárních údajů nejvyšší a jak se zde ukazuje, široké nabídce odpovídá i vysoká poptávka po službách těchto podniků. Stravovací zařízení jsou samozřejmě navštěvována i místními obyvateli. Pokud se v oblasti návštěvník ubytuje, bývá to nejčastěji na 2- 3 noci, ale je tu i vysoký počet výletníků, kteří zde nepřenocují. Jak ubytovací, tak stravovací zařízení jsou schopna pokrýt poptávku i v hlavní sezóně, některá mezi sebou spolupracují, aby v případě své obsazenosti mohla zákazníkovi zařídit pokoj či stůl v jiném podniku podobné kvality. Spolupráce je ale zatím stále nedostatečná, účastní se jí jen některá zařízení. Především ve stravovacích službách provozovny příliš nespolečně nepracují nejen mezi sebou, ale často ani s informačním centrem či destinačním managementem Písecka, přestože by pro ně tato spolupráce byla jednoznačně výhodná. Zajišťovala by jim jak prezentaci jejich zařízení v nejrůznějších propagačních materiálech města, tak například i možnost bezplatné prezentace své denní nabídky jídel na stránkách informačního systému cestovního ruchu Písecka. Přesto tyto možnosti využívají jen některá zařízení.

Účastník cestovního ruchu přijíždějící do oblasti je z převážné části české národnosti v široké věkové hranici 25 až 50 let. Nejčastěji přijíždí s rodinou či se skupinou, přestože hotely, kde byl prováděn řízený rozhovor jsou specializovány spíše na business klientelu. Skutečnosti s kým přijíždí odpovídá i účel cesty, nejvyhledávanější aktivity a rovněž zvolená doprava. Účelem příjezdu je nejčastěji rekreace a poznávání, v případě zmiňované business klientely následuje pracovní účel. Nejvyužívanějším dopravním prostředkem je osobní automobil, po příjezdu do města ovšem nastává problém, kde zaparkovat, jelikož místa v centru jsou většinou obsazena. Návštěvníky nejvíce láká poznávání, v první řadě je to především Kamenný most, dále Prácheňské muzeum, Městská elektrárna a s dětmi Sladovna. Spolu s poznáváním je to také cyklistika a zábava, především v podobě nejvýznamnějších akcí, které se zde pořádají. Naopak nejčastěji jim ve městě chybí směnárna a nákupy o víkendu, kemp, mimo sezónu možnosti, jak zde trávit volný čas. Z dotazníků vyplynulo, že dvě třetiny dotazovaných zde v minulosti již někdy byly, nejčastěji to bylo však jednou. Podle řízených rozhovorů sem ale hodně lidí jezdí pravidelně, a to především z důvodu sportovních, kulturních

a společenských akcí. Tato dvě šetření si tedy značně odporují, nicméně je možné, že v dotazníku respondenti zvolili odpověď více než 3x a navštěvují město každý rok již po dobu několika let. Případně u lidí, kteří zde byli poprvé či podruhé je šance, že se jim tu zalíbilo a přijedou znovu a postupně se tedy stanou pravidelnými návštěvníky.

Problémem sužujícím celou oblast cestovního ruchu je sezónnost a ani Písek není výjimkou. Rozdíly jsou znatelné při pouhé procházce centrem města v sezóně a mimo ni. Ta zde začíná pravidelně v květnu a končí v září a mimo ni tu davy návštěvníků rozhodně nepotkáme. Výjimku tvoří business klientela, která za pracovním účelem přijíždí víceméně v průběhu celého roku a tedy tuto sezónnost mírně eliminuje. Hotely v boji proti ní nabízejí svým hostům různé zajímavé balíčky služeb.

## 5 NÁVRHY A OPATŘENÍ

Cestovní ruch je důležitým ekonomickým faktorem ve zkoumané oblasti a samozřejmě nejen v ní. Proto je nutné jej neustále podporovat a pracovat na jeho rozvoji, tak aby byl pro město co nejvíce přínosný. Z předchozí syntézy vplynuly některé skutečnosti a nedostatky, které by právě v rámci této podpory a snahy o rozvoj neměly být opomíjeny.

### **Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky**

V literární rešerši byla tato problematika vysvětlena z teoretického hlediska, aby na ni mohla poté navázat část analýzy ze sekundárních zdrojů, kde bylo uvedeno, že podle tohoto systému je certifikováno pouze jedno zařízení v celé zkoumané oblasti. To se z mého pohledu do budoucna jeví jako dosti nedostatečné. Klasifikace je v našich podmínkách sice nepovinná, nicméně vrhá lepší a jasné světlo na poskytované služby a standard ubytovacího zařízení a zlepšuje orientaci zákazníků. Navíc nyní po sjednocení systému hotelových hvězdiček i s dalšími státy je tento standard stejný a srovnatelný v zemích, které k němu přistoupily. To především pro zahraničního návštěvníka představuje průhlednost a jistotu poskytnutí stanovených služeb, na které je u určité třídy ubytovacího zařízení zvyklý i v domácích podmínkách. Je tedy pravděpodobné, že ve většině se takovýto zákazník při výběru přikloní k certifikovanému zařízení, kde bude přesně vědět, co může očekávat. Certifikací navíc ubytovací zařízení získává značnou marketingovou podporu ze strany agentury Czechtourism. Určitě bych tedy doporučovala, aby se k oficiální klasifikaci přihlásila i další zařízení a zajistila si tak sobě i celé oblasti ještě lepší kvalitu v očích svých stávajících i potenciálních zákazníků. Zájemce o certifikaci musí nejprve vyplnit žádost o udělení klasifikačního znaku a zaplatit stanovený poplatek (viz Příloha 6). Před udělením certifikace musí projít nezávislou kontrolou, která probíhá za jeho přítomnosti, je předem ohlášená a provedená dvěma proškolenými kontrolory. Ti potom vypracují protokol o kontrole, na základě kterého klasifikační komise certifikaci schválí či nikoliv. Zmíněný poplatek je minimální investicí vzhledem k výhodám, které z certifikace pro zařízení plynou. Určitě minimálně pro hotely, které byly certifikovány podle klasifikace 2006 – 2009, by nebylo velkým problémem doladit některé detaily ke splnění požadavků a získat certifikát znovu.

### **Sezónnost, aquapark**

Na základě řízených rozhovorů bylo v předešlé syntéze uvedeno, že ani oblast Písecka není ušetřena před vlivy sezónnosti. Přestože ji částečně eliminuje business klientela, která přijíždí více méně v průběhu celého roku, i tak jsou rozdíly velmi znatelné. Hotely ve snaze zmírnit její dopady vymýšlejí pro hosty nejrůznější produktové balíčky a lákají je k příjezdu i mimo sezónu.

Další vhodnou pomocí by mohla být plánovaná výstavba aquaparku, který by fungoval nejen jako zábavní, ale i wellness zařízení. Měl by jednak zkvalitnit možnosti koupání v oblasti a také pomoci právě v boji proti sezónnosti. Celý areál by měl být vnitřní s možností návštěvy po celý rok, v letních měsících by měl být navíc k dispozici prostor k venkovnímu slunění. Otázkou však je, kolik lidí do takového zařízení bude jezdit. Písečtí ho rozhodně neužijí, mnoho lidí s výstavbou vůbec nesouhlasí, jelikož se obávají, že přijdou o možnost v klidu si zaplavat za rozumnou cenu. Aquapark jistě nebude tak velký a nebude moci nabídnout tolik vyžití jako například Aquapalace Praha či liberecký Babylon. Z Českých Budějovic a okolí lidé jezdí do Aquaworldu Lipno, Plzeňští buďto do vlastního Plzeň Slovany, nebo potom například do Horažďovic či Příbrami. Táborští mají možnost navštívit Prahu nebo Jihlavu. Tyto aquaparky samozřejmě již nejsou tak rozsáhlé, s takovým množstvím atrakcí jako první dva zmiňované v Praze a Liberci. Jak tedy přimět zákazníky, aby využili ten písecký? První návštěva může být především ze zvědavosti a touze po poznání a vyzkoušení nového areálu. Ale to samozřejmě nestačí a bude zapotřebí, aby sem návštěvníci jezdili opakovaně. V článku Píseckého deníku ze dne 25.9.2009 <sup>(6)</sup> L. Kolářová píše: „Pokud areál bude navštěvovat kolem 500 lidí denně, provoz by neměl být ztrátový.“ Není ale pět set lidí denně na Písek až příliš? Aby tomu tak nebylo, bude zapotřebí především nabídnout něco lepšího, či výhodnějšího oproti konkurenčním zařízením. Praze a Liberci bude moci jistě konkurovat nižší cenou, samozřejmě ale ve spojení s podstatně omezenější nabídkou. Bude zapotřebí nabídnout velmi kvalitní služby a také něco navíc, co v menších centrech jako Horažďovice, Plzeň Slovany, Příbram nebo Jihlava nenajdeme.

---

<sup>6</sup> KOLÁŘOVÁ, L. Nový bazén bude. Písek teď čeká na dotaci z Unie. *Písecký deník*. 25.9.2009. Dostupné na: [http://pisecky.denik.cz/zpravy\\_region/pi\\_20090925plavecak.html](http://pisecky.denik.cz/zpravy_region/pi_20090925plavecak.html) [cit.dne 02.04.2010]



Pro dosažení co nejvyšší návštěvnosti bych navrhovala kromě propracované propagační kampaně, zvýhodněných vstupů, různých akcí a podobně také spolupráci s ubytovacími zařízeními v Písku. Hotelový host by například při pobytu nad 3 noci získal zvýhodněnou vstupenku do aquaparku. Jednalo by se o procentní slevu, která by byla odstupňována podle počtu přenocování převyšujících stanovené tři noci. Host by získal na recepci příslušného ubytovacího zařízení potvrzení o délce pobytu a nárokované slevě, kterou by poté uplatnil při návštěvě aquaparku. Tím by se nejen zvýšil počet návštěvníků, ale rovněž by se zapracovalo na prodloužení pobytu hosta, což byl také jeden z problémů, jelikož návštěvníci do města přijíždí v průměru na 2 až 3 dny a často také bez ubytování. Spolupráce by mohla být uplatněna i ve vztahu ke stravovacím zařízením, kde by ale slevy byly pochopitelně výrazně nižší. Například při útratě nad 300 Kč na osobu v některém ze spolupracujících stravovacích zařízení by zákazník obdržel poukázku na slevu 5% z jedné vstupenky.

Kromě ubytovacích a stravovacích zařízení by bylo také vhodné nastartovat spolupráci s cestovními kancelářemi, které by nabízeli zájezdy, v jejichž programu by byl zahrnut i aquapark. Mohlo by se jednat například o třídní zájezd s ubytováním v jednom z hotelů, kdy první den by byla zajištěna prohlídka města Písku s průvodcem, druhý den odpoledne strávené v aquaparku a třetí den výlet na hrad Zvíkov a zámek Orlík. Možností je zde samozřejmě ale mnohem více.

### **Parkování**

Dalším objeveným problémem je nespokojenost návštěvníků města s parkováním. Řízené rozhovory potvrdily, že hosté ubytovaní v centru často mívají problémy s nalezením vhodného parkovacího místa. Ubytovací zařízení, která nemají možnost vybudovat vlastní garáže či parkoviště (především z důvodu omezených prostorových možností či povinnosti zachování historického charakteru objektu) jsou nuceny pronajímat si parkovací místa pro své hosty jinde. Často však jsou od místa ubytování více či méně vzdálena a hosté raději využívají parkování na Velkém či Malém náměstí a na Bakalářích, aby to měli od svého automobilu co nejbliže. Tyto parkovací kapacity se však jeví jako nedostatečné, jelikož bývají většinou zaplněné. Pokud by se mělo ve městě vybudovat nějaké externí parkoviště, nevyřešilo by to problém hostů ubytovacích zařízení z hlediska blízkosti těchto parkovacích míst. Bylo by tedy zapotřebí zajistit parkovací místa v co nejkratší docházkové vzdálenosti. Hotel Bílá růže

jako jediný disponuje podzemními garážemi, tedy tento problém se ho netýká. Tím získává oproti ostatním velkou konkurenční výhodu. Zde by se naskýkala možnost pronájmu některých parkovacích míst i pro ostatní ubytovací zařízení v jeho blízkosti, samozřejmě pouze v případě nevytíženosti garáží vlastními hosty. Ideální by tato spolupráce byla především pro hotel Art, který je umístěn hned naproti a dále také pro hotel Pod Skalou, případně penzion U Zlatého býka. Bylo by zapotřebí dohodnout se na určité zvýhodněné spolupráci, jelikož Bílá růže za normálních okolností nabízí pro všechny ostatní, kteří nejsou hotelovými hosty, stání za 500Kč/noc, což by se zmiňovaným ubytovacím zařízením ani jejich hostům rozhodně nevyplatilo. Otázkou je, jestli by hotel Bílá růže na spolupráci takového charakteru vůbec přistoupil. Samozřejmě si je vědom své konkurenční výhody a v případě této spolupráce by byl „na koni“ a mohl si diktovat podmínky, které by následně nemusely být výhodné pro ostatní ubytovací zařízení. Vše by zde tedy záleželo na dohodě mezi jednotlivými stranami. Pro hotel Biograf by byla ideální dohoda s městem o pronájmu sedmnácti parkovacích míst (případně menšího počtu), která jsou přímo naproti němu. Penzion U Kloudů by mohl problém vyřešit podobně, a sice pronájmem několika parkovacích míst v Komenského ulici. Tato místa v současnosti nabízí placené stání, tedy představují určitý příjem do městského rozpočtu. Pronájem by tedy musel být opět sjednán tak, aby se městu vyplatil. Pokud by se to podařilo, bylo by zapotřebí zajistit, aby na těchto místech parkovali opravdu jen hosté ubytovacích zařízení. Zde by řešením mohlo být umístění pracovníka, který by parkoviště hlídal. V případě, že by se skutečně jednalo o hotelového hosta, doprovodil by ho ke vchodu, recepci, pomohl se zavazadly, za deště nabídl deštník apod. V případě že by se o hotelového hosta nejednalo, musel by řidič vyhledat jiné místo.

Hosté ostatních ubytovacích zařízení již nemají takové problémy s parkováním, buďto disponují vlastními plochami, nebo v případě těch, která jsou umístěna mimo centrum a vlastní stání nemají, je možné zaparkovat v jejich okolí, kde není s přeplněností takový problém.

### **Historická restaurace**

V rámci stravovacích zařízení by mým návrhem bylo otevření historické restaurace na podpoření zážitkové gastronomie v Písku. Restaurace tohoto typu jsou mezi návštěvníky velmi oblíbené a zážitková gastronomie se mezi lidmi stává jakýmsi

fenomémem. Jedna taková restaurace již ve městě funguje, je jí Středověká krčma, do které se sjíždí lidé z bližšího i širšího okolí. Jedná se o zařízení z doby středověku s poněkud drsnějším prostředím, které se ale stalo velice oblíbeným. Lidé tedy na historii a určitý zážitek spojený se stravováním velmi slyší. Proto si myslím, že by byla škoda nevyužít bohaté minulosti královského města k vytvoření dobové restaurace. Ta by vznikla z již existující jejím přestylováním do historického ducha a symbolizovala by dobu největšího rozmachu města za vlády Přemysla Otakara II. Podle něj by získala i svůj název, a sice restaurace *Král železný a zlatý*, podle toho, jak se mu skutečně přezdívalo. (Zařízení pojící se k této osobnosti s názvem U Přemysla Otakara II. již ve městě dříve fungovalo. Bylo to sice v historických prostorách nádvoří bývalého hradu, ale tento koncept nepoužívalo a dnes ho již nahradila restaurace π Local club.)

Pro tuto transformaci bych navrhovala jako ideální restauraci U Kamenného mostu, neboť se nachází v centru města, hned vedle historického hradu, který nechal Přemysl Otakar II. postavit a kde pobýval a rovněž nabízí výhled na nejstarší kamenný most v Čechách, čímž by byla celá historická atmosféra ještě zpečetěna. Tato restaurace by byla ideální i z toho důvodu, že se nachází ve starém historickém domě s původním vstupním schodištěm a dochovanými dobovými klenbami, které zdobí celý interiér. Předpoklady pro vybudování nového konceptu má tedy vynikající. Co se týče vybavení restaurace, nábytek by mohl být případně ponechán i stávající, neboť se jedná o dřevěné židle a stoly, které nemají vyloženě moderní design. Přesto bych pro co nejlepší celkový dojem navrhovala i investici do dobového nábytku z masivního dřeva. Dále by bylo zapotřebí přizpůsobit interiér restaurace novou povrchovou úpravou stěn, stropů a podlahy. Poté by stačilo doladit detaily jako vhodný inventář pro stolování, dobové kostýmy pro personál, přestylování jídelního a nápojového lístku na názvy pojící se k době a také výzdobu s historickými náměty z města Písku, podobiznami Přemysla Otakara II., rodovými znaky Přemyslovců a podobně. Nutné by bylo také zaškolení personálu, z důvodu nutné změny přístupu k hostu a celkové atmosféry podniku.

Zatímco prostředí Středověké krčmy je spíše ze světa poddaných, kejklířů, šenkýřů, sedláků, děveček, ale i žebráků, nová restaurace by byla naopak z prostředí české vrchnosti s veškerou noblesou a péčí a host by se zde cítil opravdu jako král. Historickou atmosféru by dotvářela dobová hudba a zmiňované kostýmy obsluhy.

A proč by měl účastník cestovního ruchu tuto restauraci navštívit a oblíbit si ji? Poté co by se v průběhu dne věnoval poznávání krás a pozoruhodností královského města, dozvěděl by se něco o jeho založení a načerpal by jeho jedinečnou atmosféru, dopřál by si večeři v této dobové restauraci, aby byl jeho zážitek naprosto kompletní. Samozřejmě by nebyly nabízeny pouze večeře, provoz by byl celodenní v průběhu celého roku, v letních měsících s kapacitou navýšenou o zahrádku, která by rovněž ladila k celému charakteru restaurace. Navíc by byla i nadále nabízena zvýhodněná polední menu, tak jak je tomu doposud. Restaurace by zákazníkovi nabídla nevšední a nezapomenutelný zážitek, kvůli kterému by se rád vracel. Pro oživení by byly pořádány také různé „královské“ akce.

Restaurace Král železný a zlatý by byla určena přesně pro návštěvníky, kterým se příliš nezamlouvají hrubé způsoby a drsná mluva Středověké krčmy. A samozřejmě nejen pro ně. I přesto by si však tato dvě zařízení silně konkurovala a nová restaurace by si musela trpělivě a pečlivě získávat své pevné místo na trhu. Přesto si myslím, že by se to s tímto konceptem podařilo a její fungování by bylo určitě zajímavé pro rozvoj cestovního ruchu v celé oblasti, a to z důvodu stále populárnější zážitkové gastronomie.

### **Kemp U Sulana**

V literární rešerši byly v rámci ubytovacích zařízení představeny jejich jednotlivé kategorie. Jednou z nich byla i kategorie kempu v rámci ostatních ubytovacích zařízení. Výzkum však poukázal na to, že ve zkoumané oblasti se žádné takové zařízení nenachází, přestože návštěvníci by ho zde uvítali. V širším okolí sice několik kempů najdeme, ne vždy však svým vybavením a kvalitou odpovídají požadavkům zákazníků. Proto by mým hlavním návrhem bylo zbudování nového kempu v lokalitě U Sulana u řeky Otavy. Toto místo by bylo velmi vhodné díky své poloze, jelikož by se nacházelo v docházkové vzdálenosti města, sloužilo by i projíždějícím vodákům, kteří by zde mohli přenocovat a také cyklistům, kteří často navštěvují místní restauraci. Dalšími vhodnými zákazníky by mohly být rodiny s dětmi nebo skupiny, tedy přesně ti, kteří podle dotazníkového šetření přijížděli do města nejvíce. Mohly by se zde pořádat také letní dětské tábory. Navíc v případě pobytu v kempu by se jistě prodloužila i jeho délka, ze dvou až tří dnů, které výzkum ukázal, na pobyt dlouhý okolo jednoho týdne. To by následně přineslo rozvoj cestovního ruchu v celé oblasti.

Kemp by byl samozřejmě pouze sezónním zařízením s provozem od začátku května do konce října. Jelikož v místě již funguje zaběhnutá restaurace U Sulana, sloužila by k poskytování stravovacích služeb a občerstvení a kemp by byl vybudován kolem ní. Kromě toho je v místě také dětský koutek a otevřené ohniště s možností opékání zakoupených i přinesených potravin.

Výstavba celého areálu kempu musí podléhat a odpovídat české státní normě a všem příslušným zákonům a vyhláškám.

Pro jeho výstavbu by bylo nezbytné zpracování kvalitní projektové dokumentace a následné získání potřebných povolení. Poté by bylo zapotřebí odkoupit okolní prostory v případě, že by provozovatelem nebylo město, kterému pozemky patří a také zarovnaní svahovitého terénu a úprava povrchu. Dále by bylo nutné vystavět budovu se společnými prostory, která by měla dva oddělené vchody pro pánskou a dámskou část. V obou těchto částech by byly k dispozici umývárny, sprchy a sociální zařízení. Jedna místnost se samostatným vchodem by byla vyhrazena pro handicapované klienty. Další malá budova by sloužila jako recepce a prodejna smíšeného zboží. Vybudována by byla ještě dvě víceúčelová sportovní hřiště a parkoviště s přibližně 25 místy, přičemž by zde byla možnost parkování i u vlastního stanu, chatky či karavanu. Z ubytovacích kapacit by bylo k dispozici pět jednoduchých čtyřlůžkových chatek a zbytek prostoru o velikosti asi 4500 m<sup>2</sup> by byl vyhrazen pro vlastní ubytovací objekty. Na jeden by v rámci co největšího pohodlí a soukromí připadala plocha 45 m<sup>2</sup>. Kapacita by tedy představovala místa pro 100 ubytovacích objektů. Při průměrném počtu 3 osoby/1 ubytovací objekt by kemp nabídl ubytování pro 300 osob ve vlastních objektech + 20 v chatkách, tedy celkem pro 320 osob. Bylo by pochopitelně zapotřebí oslovit co nejširší segment klientů a informovat je o novém kempu, proto by byla zahájena spolupráce s informačními centry, vodáckými a cykloturistickými průvodci, zhotoveny tištěné materiály, započata propagace formou reklamy v rádiu, tisku apod. Dále by byly umístěny propagační tabule na řece Otavě a na cyklostezkách. Nejvyšší náklady by tyto činnosti přinesly na počátku podnikání, avšak na udržení informovanosti zákazníků by bylo nutno vynakládat peněžní prostředky i nadále.

## Kalkulace:

- *Počáteční jednorázové náklady*

Odkoupení pozemků á 7000m <sup>2</sup> (450Kč/m <sup>2</sup> )	3 150 000,-
Projektová dokumentace	35 000,-
Stavební povolení	10 000,-
Zarovnání svahovitého terénu, úprava povrchu	350 000,-
Rozvody a inženýrské sítě	25 000,-
Umývárny, sprchy, WC, místnost pro handicapované	340 000,-
Recepce a prodejna smíšeného zboží	190 000,-
2 sportovní hřiště + pomůcky k vypůjčení	7 000,-
Parkoviště	14 000,-
Chatky + vybavení	490 000,-
Technické vybavení pro pravidelnou údržbu areálu	40 000,-
<u>Propagace</u>	<u>65 000,-</u>
<b>Celkem</b>	<b>4 716 000,-</b>

- *Měsíční náklady*

Mzdy	97 300,-
Nákup zboží do obchodu a restaurace	150 000,-
Čistící a hygienické prostředky	9 000,-
Energie	60 000,-
<u>Propagace</u>	<u>35 000,-</u>
Celkem	351 300,-
<b>(ročně - 6 měsíců provozu)</b>	<b>2 107 800,-</b>

**Náklady celkem** **6 823 800,-**

- *Tržby (dle ceníku v Příloze 7)*

Odhad tržeb bude nutno vztáhnout k průměrné obsazenosti kempu. Samozřejmě v sezóně se předpokládá větší návštěvnost, než mimo ni. Pro účely kalkulace bude počítáno s těmito fakty:

Mimo hlavní sezónu:

30 stanů, 3 osoby/stan (předpokládám 2 dospělé, 1 dítě do 15 let)

malý stan 40Kč, větší 60Kč => průměrná cena 50Kč

4 osoby v jedné chatce, obsazeny 3 chatky

automobil průměrně u 20 ubytovacích objektů

Hlavní sezóna:

60 stanů, 3 osoby/stan (předpokládám 2 dospělé, 1 dítě do 15 let)

malý stan 50Kč, větší 80Kč => průměrná cena 65Kč

4 osoby v jedné chatce, obsazeno 4 chatky

automobil průměrně u 35 ubytovacích objektů

Ubytování mimo sezónu (4 měsíce)	872 300,-
Ubytování v sezóně (2 měsíce)	1 075 700,-
Restaurace (6 měsíců)	1 100 000,-
<u>Prodejna smíšeného zboží (6 měsíců)</u>	<u>500 000,-</u>
<b>Celkem</b>	<b><u>3 548 000,-</u></b>

Kalkulace je prováděna pouze orientačně s hrubými odhady tržeb a měsíčních nákladů, kdy obě tyto položky jsou závislé na počtu zákazníků. V případě částek, které jsem spočítala, by se investice do kempu U Sulana vyplatila, jelikož investované peněžní prostředky by se vrátily do čtyř let po jeho otevření.

## 6 ZÁVĚR

Hlavním cílem této bakalářské práce bylo zanalyzovat trh a nabídku ubytovacích a stravovacích služeb ve vymezené oblasti Písecka a následně formulovat návrhy a opatření pro rozvoj těchto služeb a potažmo rozvoj cestovního ruchu v celé této oblasti.

Splnění tohoto cíle nejprve předcházelo sepsání literární rešerše, poté byla provedena situační analýza ze sekundárních údajů a dále z primárních údajů pomocí vlastního pozorování, dotazníkového šetření a řízených rozhovorů. Na základě těchto zjištěných skutečností byla sestavena syntéza údajů a z ní vyvozeny návrhy a opatření pro danou oblast.

Co se týče vedlejších cílů, sekundárními údaji a řízenými rozhovory bylo zjištěno, že trh ubytovacích a stravovacích služeb ve vymezené oblasti odpovídá poptávce. Jak vyplynulo z dotazníkového šetření i řízených rozhovorů, účastníci cestovního ruchu jsou s poskytováním těchto služeb spokojeni. Ze zjištěných nedostatků byla hlavním problémem absence kempu v oblasti, projevující se sezónnost či problematické parkování pro návštěvníky v centru města. Pro vyřešení těchto a několika dalších problémů byly formulovány návrhy a opatření pro zlepšení situace.

Práce měla za úkol také potvrzení či vyvrácení pracovních hypotéz stanovených před jejím zpracováním. První hypotézu, které zněla „Počet ubytovacích a stravovacích zařízení ve zkoumané oblasti je dostačující vzhledem k poptávce“ se, jak už bylo řečeno, podařilo potvrdit. Druhá hypotéza „Účastníci cestovního ruchu, navštěvující vymezenou oblast, jsou s poskytovanými službami spokojeni“ byla rovněž potvrzena. Třetí hypotézu, říkající že „Většina návštěvníků přijíždí do oblasti opakovaně“ sice potvrdily řízené rozhovory, nicméně z dotazníkového šetření vyplynulo, že nejvíce respondentů zde v minulosti bylo pouze jednou. Nelze tedy tvrdit, že pravidelných příjezdů je většina a hypotézu nelze 100% potvrdit. Poslední hypotéza „Účastníci cestovního ruchu danou oblast navštěvují především kvůli kultuře a historickým památkám“ se ukázala jako pravdivá, jelikož návštěvníky nejvíce láká poznávání a kulturní, společenské a sportovní akce, které se zde pravidelně pořádají.



Vymezená oblast Písecka má podle mého názoru velký potenciál k dalšímu rozvoji cestovního ruchu a je atraktivní destinací. Pokud bude těchto předností i nadále využívat, segment klientů se bude stále rozšiřovat a návštěvníci se sem budou s oblibou vracet.

## **7 SUMMARY**

The main objective of this bachelor work was to analyze the market and offer accommodation and catering services in the designated area of Písek region and then to formulate proposals and measures to develop these services and thus the development of tourism throughout the region.

To realize this objective was preceded by writing a literature review, then it was conducted situational analysis of secondary data and primary data from my own observation, questionnaire survey and controlled interviews. From the findings was put together the synthesis of data and from it was made out the suggestions and the measures for the area.

As regards the secondary objectives, from the secondary data and the controlled interviews it was found that the market for accommodation and catering services in the defined area meets the demand. As revealed in the questionnaire survey and controlled interviews, participants in tourism are satisfied with these services. From identified deficiencies there was a major problem in the absence of the camp, seasonality or parking problems for visitors of the city centre. To solve these problems and several others have been formulated the proposals and the measures to improve the situation.

In my opinion, the defined area of Písek region has a great potential for further development of tourism and it is an attractive destination. If these benefits continue to use, client segment will continue to expand and visitors are fond of returning here.

## 8 POUŽITÉ ZDROJE

### 8.1 Literární a tištěné zdroje

[1] BERÁNEK, J. *Provozujeme pohostinství a ubytování*. Praha: MAG Consulting, 2004. 180 s. ISBN 80-86724-02-6

[2] GALVASOVÁ, I. a kol. *Průmysl cestovního ruchu*. Praha: MMR, 2008. 264 s. ISBN 978-80-87147-06-1

[3] HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. 224 s. ISBN 80-7168-948-3

[4] HLADKÁ, J. *Technika cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, 1997. 168 s. ISBN 80-7169-476-2

[5] HOUŠKA, P a kol. *Klasifikace ubytovacích zařízení jako způsob podpory kvality služeb v cestovním ruchu*. Praha: MMR ČR, 2007. ISBN 978-80-87147-00-9

[6] KIRÁLOVÁ, A. *Marketing hotelových služeb*. Praha: EKOPRESS, 2002. 152 s. ISBN 80-86-119-44-0

[7] KLÍMOVÁ, E. a kol. *Školní atlas České republiky*. Praha: GEODÉZIE ČS, 1999. 113 s. ISBN 80-85897-39-3

[8] KOTLER, P. *Marketing management*. Praha: Grada Publishing, 2001. 720 s. ISBN 80-247-0016-6

[9] MINÁŘ, P. a kol. *Technika, management a marketing v cestovním ruchu*. Hradec Králové: Gaudeamus, 1996. 208 s. ISBN 80-7041-577-0

[10] ORIEŠKA, J. *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha: IDEA SERVIS, 1999. 248 s. ISBN 80-85970-27-9

- [11] PARMOVÁ, D. *Řízení služeb*. České Budějovice: ZF JU, 2004. 93 s. ISBN 80-7040-673-9
- [12] PAYNE, A. *Marketing služeb*. Praha: Grada Publishing, 1996. 247 s. ISBN 80-7169-276-X
- [13] PETRŮ, Z. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha: IDEA SERVIS, 1999. 108 s. ISBN 80-85970-29-5
- [14] PIXOVÁ, J. Druhá nejoblíbenější česká hospoda je U Reinerů. *Písecké postřehy*. 3.3.2010, roč. XIX., č. 9, s. 6
- [15] PODHORSKÝ, M. *Jihočeský kraj*. Praha: Freytag & Berndt, 2003. 177 s. ISBN 80-7316-031-5
- [16] PRAŽSKÁ, L. a kol. *Obchodní podnikání: retail management*. Praha: Management Press, 2002. 874 s. ISBN 80-7261-059-7

## 8.2 Internetové zdroje

*Doporučení upravující základní ukazatele pro kategorizaci hostinských a ubytovacích zařízení*, dostupné na:

<http://www.cestovni-ruch.cz/kategorizace/doporuceni.htm>

*Klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE)*, dostupná na:

[http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/klasifikace\\_ekonomickych\\_cinnosti\\_\(cz\\_nace\)](http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/klasifikace_ekonomickych_cinnosti_(cz_nace))

*Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel, hotel garni, penzion, motel a hotel*, dostupná na:

[http://cms.netnews.cz/files/attachments/671805/9-metodika\\_oficialni\\_jednotne\\_klasifikace.pdf](http://cms.netnews.cz/files/attachments/671805/9-metodika_oficialni_jednotne_klasifikace.pdf)

Informace o projektu *Ochutnejte Českou republiku*, dostupné na:

<http://www.czechspecials.cz> a <http://www.czechspecials.cz/predstaveni-projektu/>

Mapový server Centra pro regionální rozvoj České republiky, dostupný na:

[http://mapy.crr.cz/tms/crr\\_a/admin/index.php?lg=cz#c=3440375%252C5462335&z=4&l=ajax\\_admin&p=&](http://mapy.crr.cz/tms/crr_a/admin/index.php?lg=cz#c=3440375%252C5462335&z=4&l=ajax_admin&p=&)

Dějiny města Písek, dostupné na: <http://www.mesto-pisek.cz/mesto-a-okoli/dejiny-mesta/dejiny-mesta.html>

KOLÁŘOVÁ, L. Nový bazén bude. Písek teď čeká na dotaci z Unie. *Písecký deník*. 25.9.2009. Dostupné na:

[http://pisecky.denik.cz/zpravy\\_region/pi\\_20090925plavecak.html](http://pisecky.denik.cz/zpravy_region/pi_20090925plavecak.html)

- <http://www.rsd.cz>
- <http://www.cd.cz>
- [http://www.csadcbas.cz/?slc=mest\\_doprava](http://www.csadcbas.cz/?slc=mest_doprava)
- <http://www.icpisek.cz>
- <http://www.mesto-pisek.cz/mesto-a-okoli/pamatky/pamatky-mesta.html>
- <http://www.sladovna.cz>
- <http://www.cipiskoviste.cz>
- [http://pisecky.denik.cz/zpravy\\_region/pi\\_20100209\\_hrebcinec.html](http://pisecky.denik.cz/zpravy_region/pi_20100209_hrebcinec.html)
- <http://pisecky.denik.cz>
- <http://atic.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=115042>
- <http://www.statnisprava.cz>
- <http://www.hotelstars.cz>
- <http://www.hotelbiograf.cz>
- <http://www.hotelart.cz>
- <http://www.hotelbilaruze.cz>
- <http://hotel.ihcpisek.cz>
- <http://www.hotelpodskalou.cz>
- <http://www.hotelukaplicky.cz>

- <http://www.interhotel-america.com>
- <http://cadillac.pisek.sweb.cz/>
- <http://www.otavarena.cz>
- <http://www.villaconti.cz>
- <http://www.penzionptackovna.cz>
- <http://www.zladybyk.cz/>
- <http://www.firmy.cz>
- <http://www.krcmapisek.cz>
- <http://maps.google.cz/maps?ct=reset>
- <http://www.sfinance.cz/kapitalove-trhy/ceny-PHM/>
- [http://www.mdcz.cz/cs/Silnicni\\_doprava/Silnice+dalnice+mosty/Zpoplatneni\\_da  
lnic\\_a\\_rychlostnich\\_silnic/Dalnicni\\_kupony\\_emise\\_2010/](http://www.mdcz.cz/cs/Silnicni_doprava/Silnice+dalnice+mosty/Zpoplatneni_da<br/>lnic_a_rychlostnich_silnic/Dalnicni_kupony_emise_2010/)
- <http://www.jiznicechy.cz>
- <http://www.aquaparky-world.cz/aquaparky-ceska-republika>
- <http://www.czecot.com/cz/certifikat/kempy.php>
- <http://www.cafrestaurant.crnet.cz/>
- <http://nahlizenidokn.cuzk.cz/>

### **8.3 Ostatní materiály**

- Propagační materiály města Písek
- Písek – turistické informace 2009
- Řeka vypravuje [CD-rom]

## 9 PŘEHLED POUŽITÝCH ZKRATEK

CR .....	Cestovní ruch
HDP .....	Hrubý domácí produkt
WTO .....	World Tourism Organization
ČR .....	Česká republika
AHR ČR .....	Asociace hotelů a restaurací České republiky
UNIHOST .....	Sdružení podnikatelů v pohostinství, stravovacích a ubytovacích službách České republiky
MMR .....	Ministerstvo pro místní rozvoj
EU .....	Evropská unie
MHD .....	Městská hromadná doprava

## 10 SEZNAM SCHÉMAT, TABULEK A GRAFŮ

### 10.1 Seznam schémat

Schéma 1: Požadavky na kvalitní službu (Beránek, 2004)

Schéma 2: Struktura služeb v cestovním ruchu (Hesková a kol., 2006)

### 10.2 Seznam tabulek

Tabulka 1: Klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE)

Tabulka 2: Počty ubytovacích zařízení v jednotlivých kategoriích

Tabulka 3: Počty stravovacích zařízení v rámci ubytovacích

Tabulka 4: Počty samostatných stravovacích zařízení

### 10.3 Seznam grafů

Graf 1: Jakým dopravním prostředkem jste se na místo dostal/a?

Graf 2: Jaký je účel Vaší cesty?

Graf 3: S kým jste na místo přijel/a?

Graf 4: Které aktivity jsou pro Vás nejlákavější?

Graf 5: Navštívil/a jste tento region již někdy v minulosti?

Graf 6: Jaká je délka Vašeho pobytu?

Graf 7: Kde jste ubytováni po dobu pobytu v regionu?

Graf 8: Ohodnoťte spokojenost s jednotlivými službami ubytovacího zařízení číslicemi 1 – 5 (jako ve škole: 1=výborné, 2=chvalitebné, 3=dobré, 4=dostatečné, 5=nedostatečné)

Graf 9: Označte prosím celkovou spokojenost s ubytovacími službami

Graf 10: Kde se po dobu Vašeho pobytu převážně stravujete?

Graf 11: Jakou stravu preferujete?

Graf 12: Ohodnoťte spokojenost s jednotlivými službami stravovacího zařízení číslicemi 1 – 5 (jako ve škole: 1=výborné, 2=chvalitebné, 3=dobré, 4=dostatečné, 5=nedostatečné)



Graf 13: Označte prosím celkovou spokojenost se stravovacími službami daného regionu

Graf 14: Myslíte, že ceny za služby poskytované v regionu (ubytovací i stravovací) odpovídají jejich kvalitě?

Graf 15: Jak jste se dozvěděli o této destinaci? Odkud?

Graf 16: Identifikační údaje – pohlaví

Graf 17: Identifikační údaje – věk

Graf 18: Identifikační údaje - Místo Vašeho bydliště či město, kde nejčastěji přebýváte

# 11 PŘÍLOHY

## Seznam příloh

Příloha 1: Katalog ubytovacích zařízení

Příloha 2: Přehled samostatných stravovacích zařízení oblasti

Příloha 3: Dotazník

Příloha 4: Otázky k řízenému rozhovoru s hoteliérem

Příloha 5: Otázky k řízenému rozhovoru s turistickým informačním centrem

Příloha 6: Žádost o udělení klasifikačního znaku a poplatky s ní spojené

Příloha 7: Ceník kempu U Sulana

Příloha 8: Fotografie z oblasti



## Katalog ubytovacích zařízení

### Město Písek

#### Hotel

##### Hotel America

R. Weinerja 2375

39701 Písek

Tel.: +420 382 219 357

Fax: +420 382 212 361

E-mail: reception@interhotel-america.com

www.interhotel-america.com

1980 Kč

##### Hotel Art

Fráni Šrámka 158

39701 Písek

Tel.: +420 382 212 962

E-mail: info@hotelart.cz

www.hotelart.cz

1550 - 1750 Kč

##### Hotel Bílá Růže\*\*\*

Fráni Šrámka 169

39701 Písek

Tel.: +420 382 214 931

Fax: +420 382 219 002

E-mail: hotelbilaruze@seznam.cz

www.hotelbilaruze.cz

1450 - 1550 Kč

##### Hotel Biograf\*\*\*\*

Gregorova 124

39701 Písek

Tel.: +420 380 425 510

Fax: +420 380 425 513

E-mail: recepce@hotelbiograf.com

www.hotelbiograf.com

1600 - 1950 Kč

##### 82 Písek mimo centrum



##### 38 Centrum města Písek



##### 80 Centrum města Písek



##### 100 Centrum města Písek





## INFOCENTRUM PÍSEK

Heydukova 97, 397 01 Písek  
Tel./fax: 382 213 592, E-mail: icpisek@mupisek.cz; Internet: www.icpisek.cz



### Hotel Buly

U Výstaviště 371  
39701 Písek  
Tel.: +420 382 272 828  
E-mail: hotel@ihcpisek.cz  
www.ihcpisek.cz

### Hotel Cadillac\*\*

Burketova 51  
39701 Písek  
Tel.: +420 382 271 346  
Fax: +420 382 272 898  
E-mail: cadillac.pisek@seznam.cz  
www.sweb.cz/cadillac.pisek  
800 Kč

### Hotel OtavaArena\*\*\*

Burketova 303  
39701 Písek  
Tel.: +420 382 228 592  
Fax: +420 382 228 594  
E-mail: recepcie@otavarena.cz  
www.otavarena.cz  
1330 Kč

### Hotel Pod Skalou

Podskali 158  
39701 Písek  
Tel.: +420 382 214 753  
Fax: +420 382 214 753  
E-mail: info@hotelpodskalou.cz  
www.hotelpodskalou.cz  
880 Kč

### Hotel U Kapličky\*\*

Šobrova 1933  
39701 Písek  
Tel.: +420 382 216 269  
Fax: +420 382 215 300  
E-mail: hotel.gregor@volny.cz  
www.hotelukaplicky.cz  
1750 Kč

### 147 Centrum města Písek



### 40 Písek mimo centrum



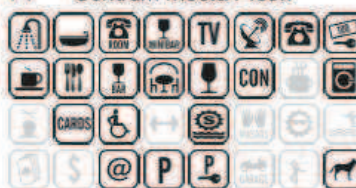
### 53 Písek mimo centrum



### 45 Centrum města Písek



### 71 Centrum města Písek





## INFOCENTRUM PÍSEK

Heydukova 97, 397 01 Písek

Tel./fax: 382 213 592, E-mail: icpisek@mupisek.cz, Internet: www.icpisek.cz



### Hotel U Smetáka

U Vodárny 43

39701 Písek

Tel.: +420 382 214 596

700 Kč

### Hotel Villa Conti

Lesní 1277

39701 Písek

Tel.: +420 382 212 663

Fax: +420 382 224 523

E-mail: hotel@villaconti.cz

www.villaconti.cz

1450 Kč

## Motel

### Hotel Na Ptáčkovně\*\*

Táborská 219

39701 Písek

Tel.: +420 382 224 421

Fax: +420 382 201 231

E-mail: info@penzionptackovna.cz

www.penzionptackovna.cz

690 Kč

## Penzion

### Chata Živec

V Živci

39701 Písek

Tel.: +420 382 213 342

E-mail: zivec@seznam.cz

www.zivec.cz

440 - 520 Kč

### Penzion a restaurace U Maliřských

U Maliřských 173

39701 Písek

Tel.: +420 381 242 308

E-mail: info@penzion-u-malirskych.cz

www.penzion-u-malirskych.cz

800 Kč

### 12 Písek mimo centrum



### 18 Písek mimo centrum



### 35 Písek mimo centrum



### 33 Písek mimo centrum



### 21 Písek mimo centrum





# INFOCENTRUM PÍSEK

Heydukova 97, 397 01 Písek

Tel./fax: 382 213 592, E-mail: icpisek@mupisek.cz; Internet: www.icpisek.cz



## **Penzion Atlantic**

Harantova 454

39701 Písek

Tel.: +420 774 716 611

Fax: +420 382 212 770

E-mail: atlantic-p@quick.cz

web.quick.cz/atlantic-p

590 Kč

## **Penzion Manhattan**

Otakara Jaremiáše 2145

39701 Písek

Tel.: +420 382 215 738

E-mail: manhattanpenzion@centrum.cz

www.manhattanpenzion.cz

950 Kč

## **Penzion Nevada**

Kocínova 140

39701 Písek

Tel.: +420 608 454 032

www.penzionnevada.wz.cz

## **Penzion Sport**

Zátavské nábřeží 22

39701 Písek

Tel.: +420 382 270 352

Fax: +420 382 270 352

E-mail: info@penzionsport.cz

www.penzionsport.cz

1050 Kč

## **Penzion U Kloudů**

Nerudova 66

39701 Písek

Tel.: +420 382 210 802

Fax: +420 382 210 802

E-mail: u\_kloudu@centrum.cz

850 Kč

## 14 Písek mimo centrum



## 14 Písek mimo centrum



## 40 Centrum města Písek



## 41 Písek mimo centrum



## 28 Centrum města Písek





# INFOCENTRUM PÍSEK

Heydukova 97, 397 01 Písek

Tel./fax: 382 213 592, E-mail: icpisek@mupisek.cz; Internet: www.icpisek.cz



## Penzion U Zlatého býka

Kocínova 135

39701 Písek

Tel.: +420 382 221 286

E-mail: penzion@zlatybyk.cz

www.zlatybyk.cz

1600 - 1650 Kč

## 23 Centrum města Písek



## Ubytovna

### Domov mládeže při Vyšší odborné škole lesnické

Lesnická 55

39701 Písek

Tel.: +420 382 506 155

## 230 Písek mimo centrum

### Domov mládeže

Budějovická 1664

39701 Písek

Tel.: +420 382 214 983

## 165 Písek mimo centrum

### Ubytovna BaK

Ke Statku 18

39701 Písek

Tel.: +420 382 206 238

Fax: +420 382 206 251

E-mail: j.kubova@bak-pisek.cz

## 161 Písek mimo centrum



### Ubytovna Domovní a bytové správy

Dr. M. Horákové 1748

39701 Písek

Tel.: +420 382 214 644

E-mail: stajerova@dbspisek.cz

www.dbspisek.cz

## 143 Písek mimo centrum



### Ubytovna Domovní a bytové správy

Sedláčkova 2286

39701 Písek

Tel.: +420 382 221 189

E-mail: doskocilova@dbspisek.cz

www.dbspisek.cz

## 50 Písek mimo centrum





# INFOCENTRUM PÍSEK

Heydukova 97, 397 01 Písek

Tel./fax: 382 213 592, E-mail: icpisek@mupisek.cz; Internet: www.icpisek.cz



## Ubytovna Jitex Písek a.s.\*

U Vodárny 2382

39701 Písek

Tel.: +420 382 782 089

E-mail: sucha.j@jitex.cz

## Ubytovna Písek

St. Maliny 476

39701 Písek

Tel.: +420 382 212 915

E-mail: info@ubytovna-pisek.cz

www.ubytovna-pisek.cz

2900 Kč

## Ubytovna v Tábořské ulici

Tábořská 496

39701 Písek

Tel.: +420 604 340 774

## Ubytovna ve Vrcovické ulici

Vrcovická 2230

39701 Písek

Tel.: +420 382 201 251

Fax: +420 380 424 200

E-mail: chmelikova@castapisek.cz

www.castapisek.cz

## Ubytovna ZŘUD

Samoty 2124

39701 Písek

Tel.: +420 382 203 222

Fax: +420 382 213 135

## 158 Písek mimo centrum



## 180 Písek mimo centrum



## 20 Písek mimo centrum



## 72 Písek mimo centrum



## 61 Písek mimo centrum







## INFOCENTRUM PÍSEK

Heydukova 97, 397 01 Písek

Tel./fax: 382 213 592, E-mail: icpisek@mupisek.cz; Internet: www.icpisek.cz



### Ubytovna "U Jitexu"

U Vodárny 2587

39701 Písek

Tel.: +420 382 211 518

E-mail: z.sima@volny.cz

www.volny.cz/z.sima

300 Kč

### 33 Písek mimo centrum



## Privátní ubytování

### Privát Altman

Rokycanova 1393

39701 Písek

Tel.: +420 731 108 254

E-mail: LezeTo@LezeTo.cz

300 Kč

### 2 Písek mimo centrum



### Privát Černý Miroslav

U Papírny 145

39701 Písek

Tel.: +420 777 858 499

E-mail: miroslv.c@seznam.cz

### 11 Písek mimo centrum



### Privát Hošková Marie

Jaromíra Malého 2052

39701 Písek

Tel.: +420 382 215 400

500 Kč

### 7 Písek mimo centrum



### Privát Langer Jiří

Bakaláře 45

39701 Písek

Tel.: +420 382 221 115

E-mail: langer@uveze.info

www.uveze.info

### 11 Centrum města Písek





# INFOCENTRUM PÍSEK

Heydukova 97, 397 01 Písek

Tel./fax: 382 213 592, E-mail: icpisek@mupisek.cz; Internet: www.icpisek.cz



## Privát Meloun František

Hradební II/132

39701 Písek

Tel.: +420 382 212 495

Fax: +420 382 212 495

E-mail: uziatekoule@seznam.cz

## Privát Opavová

Preslova 458

39701 Písek

Tel.: +420 603 290 098

## Privát Otto

Tylova 160/12

39701 Písek

Tel.: +420 725 812 145

E-mail: janatikalova@gmail.com

<http://sites.google.com/site/privatottopisek/>

## Privát Staňková Lenka

Burketova 119

39701 Písek

Tel.: +420 382 271 271

[www.icpisek.cz/privatstankova](http://www.icpisek.cz/privatstankova)

## Privát Tomeš Jan

Fügenerovo nám. 50/18

39701 Písek

Tel.: +420 604 233 194

E-mail: tomes@c-mail.cz

[www.icpisek.cz/privattomes](http://www.icpisek.cz/privattomes)

## 2 Centrum města Písek



## 6 Centrum města Písek



## 13 Centrum města Písek



## 3 Písek mimo centrum



## 3 Centrum města Písek





## INFOCENTRUM PÍSEK

Heydukova 97, 397 01 Písek

Tel./fax: 382 213 592, E-mail: icpisek@mupisek.cz; Internet: www.icpisek.cz



### Privát Uhrová Jitka

Baarova 1208

39701 Písek

Tel.: +420 728 984 066

E-mail: uhrova.jitus@seznam.cz

www.icpisek.cz/privatuhrova

500 Kč

### Privát Všetečková

Na Pakšovce 2207

39701 Písek

Tel.: +420 382 264 357

### Restaurace a ubytování U Hrušků

U Hřebčince 1247

39701 Písek

Tel.: +420 382 221 792

E-mail: michael-hruska@volny.cz

www.ubytovanipisek.cz

600 - 700 Kč

### Statek Semice

Obecní 21, Semice

39701 Písek

Tel.: +420 382 215 037

### Chatová osada

#### Areál Svazu technických sportů Prácheňsko

Hradiště

39701 Písek

Tel.: +420 382 281 334

E-mail: svaz.technickyh@iex.cz

www.stspisek.com

### 5 Písek mimo centrum



### 4 Písek mimo centrum



### 7 Písek mimo centrum



### 5 Písek mimo centrum



### 84 Písek mimo centrum



## **Příloha 2:**

### *1. Restaurace*

#### **Restaurace**

Čínská restaurace Chang Cheng  
Čínská restaurace Velký Šanghai  
eXtra cafe restaurant V Koutě  
Indická restaurace Tandoor  
Jihočeská „Budvar“ restaurace  
Kulturní dům Písek  
Na Kocourku  
Na Ostrově  
Na Radosti  
Na Rozhledně  
Na Rychtě  
Na Zvíkově  
Oáza Sport  
Písečanka  
Platan  
Plzeňská restaurace Družba  
Pod Hradem

Regina  
Restaurant – pizza Absolut  
Restaurant Club Olympie  
Řecká restaurace Poseidon  
Sportcentrum  
Středověká krčma  
Šumava  
U Dobré pohody  
U Kamenného mostu  
U Reinerů  
U Rudolfa  
U Sulana  
U Ševce  
U Tří lip  
U Věže  
U Zlaté husy  
II Local club

#### **Samoobslužná restaurace**

Jídelna „U Toušků“  
Jídelna Pohoda J+J

Jídelna U Jirmana  
Natural – regionální jídelna-prodejna

#### **Bufet**

Bufet U Žižky  
Mléčný bar De Leche

Řeznictví a uzenářství U Hlavínů  
Svačinový bar U Huberta

#### **Bistro**

Asie Bistro  
Asie Bistro Guty (2 provozovny)  
Bistro Pražská

Bistro Robin Oil  
Bistro U Škochů  
Jan Mičkal, Semice

### *2. Bar*

#### **Denní bar - pizzeria**

Pizza grill Adria  
Pizzeria Maestro Appetito

Pizzeria San Marco  
Pizzeria Ve Dvoře

#### **Noční bar, noční klub, varieté, dancing**

Bar – herna RX2  
Bar – herna U Kučerů  
Bar Kotelna  
Bar M+M Company  
Bar Monika  
Bar U Fontány

Bowling Smart Club  
Cafe – bar Laguna  
Club bar New York  
Dance Club Canal la Manche  
Dart's Club Fair Play  
Desperado

Discokomplex Jih  
Herna Bar 7  
Cheevers & Bouše – Tipsport Bar  
Kafé bar U Vavřiny  
Nevada  
New Face of Hala Bala

Revolution Cocktail Bar & Coffee  
Lounge  
Smart  
Sportbar Forbes  
U Hubáčků  
U Lva  
West bar

### **Vinárna**

Logry  
U Pavouka

U Vorla

### **Kavárna, cukrárna**

Babycaffé  
Café 67  
Café bar Fantazie  
Cafe Florian  
Café Lamborghini  
Café Mozart  
Café Spago  
Cremcaffé  
Cukrárna U Nemocnice

Cukrárna, kavárna Pekar spol. s.r.o.  
Cukrárnička  
Divadelní kavárna  
Mystic café  
Soho Café  
Sport Caffé Portyč  
Star Café  
U Věže  
U Volfů

### **Hostinec**

Hostinec Na Marjánce  
Hostinec U Kuliče

Smrkovská krěma

Zdroj: Vlastní

### Příloha 3:

Dobrý den, jmenuji se Adéla Pojerová a jsem studentkou ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. V rámci svého studia zpracovávám bakalářskou práci na téma „Analýza ubytovacích a stravovacích služeb v Písku“. Tímto si Vás dovoluji požádat o zodpovězení následujících otázek z dotazníku, který je zcela anonymní a bude sloužit pouze pro účely výzkumu v mé bakalářské práci. Vybírejte prosím vždy jednu odpověď, která nejlépe vystihuje Váš názor. Mnohokrát děkuji za spolupráci a Váš čas!

1. Jakým dopravním prostředkem jste se na místo dostal/a?
  - a) osobní automobil
  - b) autobus
  - c) vlak
  - d) kolo
  - e) jiný typ dopravy, jaký? .....
  
2. Jaký je účel Vaší cesty?
  - a) rekreace
  - b) poznávání
  - c) zábava
  - d) zdravotní
  - e) pracovní
  - f) nakupování
  - g) návštěva přátel
  - h) kongresy, obchod
  - i) jiný účel
  
3. S kým jste na místo přijel/a?
  - a) sám/sama
  - b) s rodinou
  - c) s obchodním partnerem
  - d) se skupinou
  
4. Které aktivity jsou pro Vás nejlákavější?
  - a) vodní sporty, koupání
  - b) rybaření
  - c) cykloturistika
  - d) pěší turistika
  - e) poznávání (památky, příroda)
  - f) zábava
  - g) jiné, jaké? .....
  
5. Navštívil/a jste tento region již někdy v minulosti?
  - a) nikdy, jsem tu poprvé
  - b) jednou
  - c) 2x až 3x
  - d) více než 3x
  - e) jezdím sem pravidelně
  
6. Jaká je délka Vašeho pobytu?
  - a) bez přenocování
  - b) do 2 přenocování
  - c) 3 - 7 přenocování
  - d) 8 - 14 přenocování
  - e) nad 14 přenocování
  
7. Kde jste ubytování po dobu pobytu v regionu?
  - a) bez ubytování (pokračujte prosím otázkou č. 11)
  - b) hotel
  - c) penzion
  - d) apartmán, pronajatý pokoj
  - e) chatová osada
  - f) kemp
  - g) u příbuzných, známých
  - h) jinde
  
8. Ohodnoťte spokojenost s jednotlivými službami ubytovacího zařízení číslicemi 1 – 5 (jako ve škole: 1=výborné, 2=chvalitebné, 3=dobré, 4=dostatečné, 5=nedostatečné)

	1	2	3	4	5
atmosféra, prostředí					
vybavenost, zařízení					
profesionalita personálu					
hygiena a čistota prostor					

stravovací služby					
recepční služby					
hotelové pokoje					

9. Označte prosím celkovou spokojenost s ubytovacími službami:

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

10. Kde se po dobu Vašeho pobytu převážně stravujete?

- a) restaurace  
b) zařízení společensko-zábavní (kavárny, vinárny, bary)  
c) rychlá občerstvení, bufety, kiosky  
d) v restauraci/jídelně ubytovacího zařízení  
e) prodejny potravin  
f) vlastní stravování (tzn. sám/sama si zde vaříte)

11. Jakou stravu preferujete?

- a) vegetariánskou  
b) českou kuchyni  
c) italskou kuchyni  
d) jinou kuchyni  
e) je Vám to jedno, jíte vše

12. Ohodnoťte spokojenost s jednotlivými službami stravovacího zařízení číslicemi 1 – 5 (jako ve škole: 1=výborné, 2=chvalitebné, 3=dobré, 4=dostatečné, 5=nedostatečné)

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

13. Označte prosím celkovou spokojenost se stravovacími službami daného regionu:

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

14. Myslíte, že ceny za služby poskytované v regionu (ubytovací i stravovací) odpovídají jejich kvalitě?

- a) ano  
b) ne

15. Jak jste se dozvěděli o této destinaci? Odkud?

- a) turistické informační centrum  
b) propagační materiály  
c) internet  
d) cestovní kancelář, cestovní agentura  
e) doporučení přátel, známých  
f) jiný zdroj

16. Identifikační údaje

Pohlaví:

- a) muž  
b) žena

Věk:

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

Místo Vašeho bydliště či město, kde nejčastěji přebýváte:

#### **Příloha 4:**

1. Kdo je podle Vás nejčastějším návštěvníkem města (z hlediska věkové struktury a geografické příslušnosti)?
2. Z dotazníků vyplynulo, že lidé do regionu nejčastěji přijíždějí osobním automobilem. Máte stejný postřeh? Kde může účastník cestovního ruchu svůj automobil zaparkovat?
3. Jaký je podle Vás nejčastější účel příjezdu do města? Co návštěvníky nejvíce láká a co jim zde naopak chybí?
4. Z dotazníků vyplynulo, že účastníci cestovního ruchu nejčastěji přijíždějí ve skupině a s rodinou. Pozorujete stejný trend? Jste zaměřeni na nějaký segment klientů?
5. Myslíte si, že do oblasti účastník cestovního ruchu přijíždí opakovaně nebo ji jednou navštíví a víckrát se sem nevrátí? Máte stálé hosty, kteří k Vám jezdí pravidelně?
6. Na jak dlouhou dobu podle Vás účastník cestovního ruchu nejčastěji přijíždí?
7. Myslíte si, že nejčastějším ubytováním návštěvníka Písku je hotel nebo penzion?
8. Je Vaše zařízení schopné pokrýt poptávku? Projevuje se u Vás sezónnost? Jak se ji snažíte eliminovat?
9. Jsou Vaši hosté spokojeni s ubytováním a službami s ním spojenými? Mají nějaké připomínky či návrhy na zlepšení?
10. Využívají hosté Vaše stravovací zařízení nebo chodí na jídlo jinde? Máte dostatečný zájem o stravovací služby i ze strany obyvatel města?
11. Zaměřujete se na nějakou konkrétní kuchyni? Jaká je podle Vás nejoblíbenější?
12. Jsou u Vás hosté se stravou a s ní souvisejícími službami spokojeni nebo zaznamenávají nějaké připomínky či návrhy?
13. Myslíte si, že ceny za ubytovací a stravovací služby v regionu obecně odpovídají jejich kvalitě? Jak je tomu u Vás?

Zdroj: Vlastní



## **Příloha 5:**

1. Kdo je podle Vás nejčastějším návštěvníkem města (z hlediska věkové struktury a geografické příslušnosti)?
2. Z dotazníků vyplynulo, že lidé do regionu nejčastěji přijíždějí osobním automobilem. Máte stejný postřeh? Kde může účastník cestovního ruchu svůj automobil zaparkovat?
3. Jaký je podle Vás nejčastější účel příjezdu do města? Co návštěvníky nejvíce láká a co jim zde naopak chybí?
4. Z dotazníků vyplynulo, že účastníci cestovního ruchu nejčastěji přijíždějí ve skupině a s rodinou. Pozorujete stejný trend? Kdo je nejčastějším návštěvníkem infocentra?
5. Myslíte si, že do oblasti účastník cestovního ruchu přijíždí opakovaně nebo ji jednou navštíví a víckrát se sem nevrátí?
6. Na jak dlouhou dobu podle Vás účastník cestovního ruchu nejčastěji přijíždí?
7. Myslíte si, že nejčastějším ubytováním návštěvníka Písku je hotel nebo penzion?
8. Myslíte si, že jsou ubytovací a stravovací zařízení v Písku schopna pokrýt poptávku? Projevuje se zde sezónnost? Jaké jsou snahy o její eliminaci?
9. Jsou návštěvníci Písku spokojeni s ubytováním a službami s ním spojenými? Mají nějaké připomínky či návrhy na zlepšení?
10. Ve městě najdeme stravovací zařízení zaměřená jak na domácí, tak i na mnoho světových kuchyní? Jaká je podle Vás nejvyhledávanější?
11. Jsou návštěvníci Písku spokojeni se stravováním a s ním souvisejícími službami nebo mají nějaké připomínky či návrhy?
12. Myslíte si, že ceny za ubytovací a stravovací služby v regionu obecně odpovídají jejich kvalitě?

Zdroj: Vlastní

**Příloha 6:**

15. Žádost																	
Žadatel (provozovatel ubytovacího zařízení):	Průvodní znaky rekonstrukce nebo modernizace:	Souhlasím se zveřejněním názvu ubytovacího zařízení s uvedením zařízení v seznamech ubytovacích zařízení pro potřeby internetové sítě, domácích a zahraničních cestovních kanceláří.															
Adresa:		ANO <input type="checkbox"/> NE <input type="checkbox"/>															
		Souhlasím, aby udělený Klasifikační znak a Certifikát na platné období byl umístěn na místě pro hosta viditelném a na dostupném místě (v prostoru recepcie) bude uložen materiál Klasifikace.															
IČ:		ANO <input type="checkbox"/> NE <input type="checkbox"/>															
Jméno odpovědného zástupce:	Předchozí zařízení a udělené certifikáty:	Souhlasím, aby vzniklé rozpory s deklarovanou kvalitou byly předány k prošetření klasifikační komisí a vstupem osob oprávněných klasifikační komisí do objektu ubytovacího zařízení k provedení kontroly															
Funkce:		ANO <input type="checkbox"/> NE <input type="checkbox"/>															
Primý kontakt:		Souhlasím s úhradou administrativního poplatku, který pokrývá náklady spojené se zhotovením Certifikátu a Klasifikačního znaku, administrativní vylohy spojené s výtiskem žádosti a provedením řádné kontroly:															
Telefon:																	
E-mail:																	
Kontaktní údaje na ubytovací zařízení:	Počet pokojů celkem:	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="background-color: #333; color: white;">Kapacita ubytovacího zařízení</th> <th style="background-color: #333; color: white;">člen AHR ČR nebo UNIHOST</th> <th style="background-color: #333; color: white;">nečlenové</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>do 20 pokojů</td> <td style="text-align: center;">2 000 Kč</td> <td style="text-align: center;">4 000 Kč</td> </tr> <tr> <td>do 100 pokojů</td> <td style="text-align: center;">4 000 Kč</td> <td style="text-align: center;">8 000 Kč</td> </tr> <tr> <td>nad 100 pokojů</td> <td style="text-align: center;">7 500 Kč</td> <td style="text-align: center;">15 000 Kč</td> </tr> <tr> <td>5* hotely</td> <td style="text-align: center;">10 000 Kč</td> <td style="text-align: center;">20 000 Kč</td> </tr> </tbody> </table>	Kapacita ubytovacího zařízení	člen AHR ČR nebo UNIHOST	nečlenové	do 20 pokojů	2 000 Kč	4 000 Kč	do 100 pokojů	4 000 Kč	8 000 Kč	nad 100 pokojů	7 500 Kč	15 000 Kč	5* hotely	10 000 Kč	20 000 Kč
Kapacita ubytovacího zařízení	člen AHR ČR nebo UNIHOST		nečlenové														
do 20 pokojů	2 000 Kč		4 000 Kč														
do 100 pokojů	4 000 Kč		8 000 Kč														
nad 100 pokojů	7 500 Kč		15 000 Kč														
5* hotely	10 000 Kč	20 000 Kč															
Telefon:	- z toho počet apartmá (ne junior suite)																
Fax:	- z toho pokojů uzpůsobených pro tělesně postižené (vozičkáře):																
E-mail:	- z toho pokojů nekuřáckých																
www:	- z toho pokojů s balkonem či terasou:																
Žadatel je:	Počet lůžek celkem - bez přistýlek:	ANO <input type="checkbox"/> NE <input type="checkbox"/>															
člen AHR ČR		ANO <input type="checkbox"/> NE <input type="checkbox"/>															
člen UNIHOST		ANO <input type="checkbox"/> NE <input type="checkbox"/>															
Název ubytovacího zařízení:	Počet pokojů bez samostatného hygienického zařízení:																
Adresa:	Počet poschodí (bez přízemí):																
Rok výstavby:	Výčet gastronomických středisek:	Tyto nedostatky budou odstraněny do:															
Datum poslední rekonstrukce:		V. ....															
Datum poslední kolaudace (částečné kolaudace rozepíše):	Doba provozu sezonního zařízení	dne. ....															
		Podpis a razítko žadatele:															
Vyjimky udělené v rámci kolaudace:	<b>Žádám o udělení Certifikátu a Klasifikačního znaku dle Oficiální jednotné klasifikace ČR ubytovacích zařízení kategorie hotel, hotel garní, penzion, motel a hotel:</b>																
	Kategorie:	Příloha:															
	Superior	<input type="checkbox"/> propagační materiály ubytovacího zařízení															
	ANO <input type="checkbox"/> NE <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> fotografie															
	Depandance	<input type="checkbox"/> vyplněná tabulka požadavků tříd															
	ANO <input type="checkbox"/> NE <input type="checkbox"/>																
	Třída(y):	<input type="checkbox"/>															

Zdroj: www.ahrcr.cz

<b>Kapacita ubytovacího zařízení</b>	<b>člen AHR ČR nebo UNIHOST</b>	<b>nečlenové</b>
do 20 pokojů	2 000,- Kč	4 000,- Kč
do 100 pokojů	4 000,- Kč	8 000,- Kč
nad 100 pokojů	7 500,- Kč	15 000,- Kč
5* hotely	10 000,- Kč	20 000,- Kč

Zdroj: [www.hotelstars.cz](http://www.hotelstars.cz)

## Příloha 7:

Ceník kempu U Sulana:

	<b>1.5. - 30.6. 1.9. - 31.10.</b>	<b>1.7. - 31.8.</b>
osoba	50,-	60,-
do 15 let	40,-	50,-
do 5 let	zdarma	zdarma
stan	60,-	80,-
stan malý (2 os.)	40,-	50,-
obytný přívěs	80,-	120,-
automobil	20,-	30,-
motocykl	10,-	20,-
pes	10,-	20,-
elektrická přípojka	60,-	60,-
poplatek MÚ	5,-	5,-
chatka	350,-	550,-

Ceny jsou uvedeny v Kč/noc vč. DPH.

Pro ubytování v chatkách neplatí cena za osobu.

Přespání v chatě 1 – 2 noci → příplatek 30 Kč za použití lůžkovin.

V hlavní sezóně jsou pro chaty možné minimálně týdenní turnusy.

Zdroj: Vlastní

## Příloha 8: Fotografie z oblasti

Letecký pohled na centrum Písku



Zdroj: [www.icpisek.cz](http://www.icpisek.cz)

Kamenný most



Zdroj: [www.icpisek.cz](http://www.icpisek.cz)

Hrad Písek



Zdroj: [www.turistik.cz](http://www.turistik.cz)

Prácheňské muzeum



Zdroj: [www.icpisek.cz](http://www.icpisek.cz)

Děkanský kostel Narození Panny Marie



Zdroj: [www.mesto-pisek.cz](http://www.mesto-pisek.cz)

Městská elektrárna



Zdroj: [www.icpisek.cz](http://www.icpisek.cz)

Obydlí Adolfa Heyduka



Zdroj: [www.icpisek.cz](http://www.icpisek.cz)

Sladovna



Zdroj: [www.icpisek.cz](http://www.icpisek.cz)

Zemský hřebčinec



Zdroj: [www.icpisek.cz](http://www.icpisek.cz)

Rozhledna Jarník a Písecké hory



Zdroj: [www.municipal.cz](http://www.municipal.cz)

Cipískoviště



Zdroj: [www.icpisek.cz](http://www.icpisek.cz)

Městská slavnost - jeden z programů



Zdroj: [www.dotknisepisku.cz](http://www.dotknisepisku.cz)