

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

2011

Adéla Podlešáková

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra řízení

Studijní program: 6208 B Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

Analýza nabídky ubytovacích služeb v Českých Budějovicích

Vedoucí bakalářské práce

Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová

Autor

Adéla Podlešáková

2011

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Ekonomická fakulta
Akademický rok: 2009/2010

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Adéla PODLEŠÁKOVÁ**
Osobní číslo: **E08124**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Analýza nabídky ubytovacích služeb v Českých
Budějovicích**
Zadávací katedra: **Katedra řízení**

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

Cíl práce:

Cílem práce bude hodnocení nabídky služeb vzhledem k aktuálním potřebám trhu.

Metodický postup:

Bakalářská práce je zaměřena na analýzu poskytovaných služeb cestovního ruchu v ubytovacích zařízeních v Českých Budějovicích. V rámci řešení práce budou hodnoceny současné služby, jejich šíře a hloubka, na základě pozorování formou mystery shoppingu budou hodnoceny materiálně technické parametry nabídky, na bázi dotazníkového šetření mezi hosty bude hodnoceno jejich vnímání této nabídky. Na tuto analýzu bude navazovat komparace sledovaných zařízení. Výstupem v syntetické části bude načrtnutí možných zlepšení služeb do budoucna vzhledem k aktuální situaci na domácích i zahraničních trzích. V práci budou použity analytické metody historické, logické a komparační s využitím analýzy statistických údajů a primárních dat získaných z pozorování a dotazníkového šetření. Syntéza vyplývající z provedených analýz bude včetně kalkulace finančních dopadů.

Rámcová osnova:

1. Úvod, 2. Cíle a metodika, 3. Literární přehled, 4. Řešení problematiky, 5. Provedení analýzy, 6. Návrhová část, 7. Závěr, 8. Resumé, 9. Použitá literatura, 10. Přílohy.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**
Rozsah pracovní zprávy: **30 - 50**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

- JANEČKOVÁ, L., VAŠTÍKOVÁ, M. : *Marketing služeb*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. 180s., ISBN 80-7169-995-0.
KOTLER, P. - KELLER, K. L.: *Marketing Management*. Prentice Hall; 12 edition. 816 s. ISBN: 978-0131457577.
PARMOVÁ, D.: *Řízení služeb: přednášky*. 1.vyd. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích Zemědělská fakulta, 2004. 96 s., ISBN 80-7040-673-9.
BERÁNEK, J. - KOTEK, P.: *Řízení hotelového provozu*. 3., přeprac. vyd.. Praha : MAG Consulting Grada Publishing, 2003. 218 s. ISBN 80-86724-00-X.
PARMOVÁ, D. - PARMOVÁ, D.: *Provoz služeb v cestovním ruchu*. 1. vyd.. - České Budějovice : Jihočeská univerzita, 2003 - 77, 84 s. ISBN 80-7040-611-9.
HORNER, S. - SWARBROOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha : Grada, c2003 - 486 s. ISBN 80-247-0202-9.
COT Business (časopis)
Hotelrevue (časopis)

Vedoucí bakalářské práce: **Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová**
Katedra řízení

Datum zadání bakalářské práce: **4. ledna 2010**
Termín odevzdání bakalářské práce: **16. dubna 2010**


prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc., prof.h.c. 370 05 České Budějovice
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (26)
370 05 České Budějovice


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

V Českých Budějovicích dne 11. března 2010

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Analýza nabídky ubytovacích služeb v Českých Budějovicích vypracovala samostatně s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 sb. v plném 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, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích, 6. dubna 2011

.....
Adéla Podlešáková

Poděkování

Děkuji paní Dr. Ing. Dagmar Škodové Parmové za odbornou pomoc, metodické vedení a poskytování cenných rad a připomínek při zpracovávání této bakalářské práce. Zároveň děkuji za vřelý přístup a ochotu.

OBSAH

ÚVOD	9
1.CÍL A METODIKA PRÁCE	10
1.1. Cíl práce	10
1.2. Metodika a techniky práce s informacemi	10
2. LITERÁRNÍ PŘEHLED	12
2.1. Cestovní ruch	12
2.1.1. Objekt a subjekt cestovního ruchu	12
2.1.2. Druhy a formy cestovního ruchu.....	13
2.2. Typologie turistů a hotelových hostů.....	14
2.3. Ubytovací služby v cestovním ruchu	16
2.3.1. Kategorizace ubytovacích služeb	16
2.3.2. Klasifikace ubytovacích služeb.....	17
2.4. Služby v ubytovacích zařízeních hotelového typu.....	19
2.4.1. Hotelové služby.....	19
2.4.2. Hotelové vybavení a zařízení	20
2.4.3. Ochrana hostů a bezpečnost hotelu	20
2.4.4. Lidský faktor – hotelový personál.....	21
2.5. Stravovací služby	22
2.5.1. Stravovací služby v hotelových zařízeních	23
2.6. Aktuální trendy v celorepublikovém hotelnictví a ve světě	23
2.6.1. Zelené hotelnictví.....	23
2.6.2. Wellness hotely	24
2.6.3. Hotel a hotelový pokoj budoucnosti.....	25
2.6.4. Hotel „Baby Friendly“	26
2.6.5. Pořadí TOP 10 hotelů v České republice pro rok 2009.....	26
2.6.6. Hospodářská krize a politika státu	27

3. ANALÝZA NABÍDKY UBYTOVACÍCH SLUŽEB	29
3.1. Cestovní ruch v Jihočeském kraji a v Českých Budějovicích.....	29
3.1.1. Předpoklady rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji a v ČB	30
3.2. Nabídka ubytovacích služeb v České republice a v Jihočeském kraji	32
3.3. Hotelnictví v Českých Budějovicích.....	33
3.4. Konkurence ubytovacích zařízení v Jihočeském kraji	37
3.4.1. Ceny za ubytování v jednotlivých konkurenčních zařízeních v ČB.....	38
3.5. Stravovací služby a gastronomie v Českých Budějovicích.....	38
3.6. Aktuální trendy v hotelnictví v Českých Budějovicích	40
3.6.1. Kapacity pro pořádání kongresů v Českých Budějovicích	40
3.6.2. Solné jeskyně a wellness v českobudějovických hotelech.....	41
3.6.3. Rekonstrukce hotelu Gomel v Českých Budějovicích.....	42
3.6.4. Hotel Budweis.....	43
3.6.5. Hosté v ubytovacích zařízeních v Českých Budějovicích.....	44
3.6.6. Návštěvníci města České Budějovice	44
3.7. Dostupnost a doprava v Českých Budějovicích.....	45
4. MARETINGOVÝ VÝZKUM	47
4.1. Vyhodnocení dotazníkového šetření.....	47
4.2. Řízené rozhovory a mystery shopping.....	61
4.3. Celkové zhodnocení kvality ubytovacích služeb	70
5. NÁVRHOVÁ ČÁST	72
5.1. Návrhy a doporučení pro zlepšení situace v ubytovacích zařízeních.....	72
5.2. Kalkulace finančních nákladů na rozvoj služeb cestovního ruchu v ČB	75
6. ZÁVĚR.....	79
7. SUMMARY	81
8. POUŽITÁ LITERATURA.....	82

SEZNAM TABULEK A GRAFŮ

SEZNAM PŘÍLOH

PŘÍLOHY

ÚVOD

Lidé cestují od nepaměti. Cestovali a cestují z nejrůznějších důvodů.

Už za dávných dob, během válek a kočování bojovníků z místa na místo, sloužila města, vesnice či osady jako zastávky na přenocování v různých improvizovaných, nebo již k tomuto účelu plně funkčních zařízení. Pocestní se tradičně ubytovávali u příslušníků svých kast. Obchodník u obchodníka, kovář hledal přístřeší u kováře, kněží vyhledávali ubytování v příslušných svatostáncích. Motivy k cestování byly rozmanité. Cestovalo se stejně jako dnes na služební cesty, cestovalo se s kvapnými dopisními zásilkami, a cestovalo se i za poznáním, vzděláváním a odpočinkem.

Česká republika se může pochlubit dlouholetou lázeňskou tradicí lákající návštěvníky z mnoha koutů světa. V souvislosti s tímto odvětvím se na našem území budovala a budují relaxační střediska, v rámci kterých vyrůstají nová ubytovací a stravovací zařízení. Zde je na místě uvést pro příklad Františkovy lázně, Mariánské lázně, lázně v Karlových Varech, Poděbradech či Luhačovicích.

Za zmínku stojí mimo jiné i další krásy České republiky, které se výrazně podílí na atraktivitě našeho území nejen v Evropě, ale i ve světě. Je jimi krásná příroda především v oblasti Jižních Čech, zastoupená šumavskými lesy, či moravské vinice nebo podhorské a horské oblasti při hranicích s okolními státy.

Jižní Čechy se díky svému potenciálu – poloze, přírodě, kultuře či historickým i moderním obdivuhodnostem – řadí k oblastem s největší předpokladem rozvoje cestovního ruchu na našem území. Střediskem jsou České Budějovice s přibližně 100 000 obyvateli. [21]

V roce 2008 bylo v cestovním ruchu na území kraje celkově zaměstnáno více než 164 tisíc obyvatel, z toho v Českých Budějovicích tento sektor zaměstnával okolo 1 700 pracovníků přímo a okolo 8 100 pracovníků v odvětvích návazných na cestovní ruch. Vlivem dopadů celosvětové hospodářské krize v roce 2009, kdy se snižovaly stavy zaměstnanců téměř ve všech odvětvích, došlo k propouštění zaměstnanců i v sektoru cestovního ruchu. V České republice bylo v cestovním ruchu v roce 2008 zaměstnáno přímo 99 tisíc obyvatel a dalších 500 pracovníků nepřímou (dodavatelé surovin, výrobci suvenýrů, ale i veřejná doprava, muzea, galerie a jiná zařízení s cestovního ruchu profitující). Během ekonomické krize bylo propuštěno necelých 7 % pracovníků přímo v cestovním ruchu zaměstnaných a přibližně 5,5 % pracovníků závislých na příjmech z cestovního ruchu. [21]

1. CÍL A METODIKA PRÁCE

1.1. Cíl práce

Cílem práce, jak už je ze samotného názvu patrné, je analýza nabídky ubytovacích služeb v Českých Budějovicích. Význam práce spočívá v zjišťování stavu nabídky ubytovacích služeb, úrovně a kvality ubytovacích zařízení v Českých Budějovicích. Práce obsahuje hodnocení současných služeb, jejich šíře a hloubky. K pozorování a zjišťování stavu nabídky služeb je použita metoda takzvaného mystery shoppingu, na jehož základě jsou hodnoceny materiálně technické parametry nabídky. Obecně je metoda mystery shopping užívána pro získávání objektivních informací o stavu provozu zařízení. Tyto informace jsou mimo jiné podstatné pro samotná zařízení. Pomáhají totiž určit konkurenceschopnost ubytovacího zařízení na trhu. Dále je v práci hodnoceno vnímání této materiálně technické nabídky hosty ubytovacího zařízení a to za pomoci dotazníkového šetření mezi hosty. Struktura kritérií hodnocených metodou mystery shoppingu a řízenými rozhovory viz příloha č. 8.

Na výše uvedenou analýzu v podobě jednotlivých pozorování, zjišťování a hodnocení navazuje srovnání jednotlivých sledovaných zařízení a následně návrh možných zlepšení služeb do budoucna vzhledem k aktuální situaci na domácích a zahraničních trzích. Cílem je tedy zhodnotit nabídku služeb v souvislosti s aktuálními potřebami trhu.

S přihlédnutím k materiálu Šetření a vyhodnocení statistických dat návštěvníků ubytovaných v Českých Budějovicích v roce 2009, ve kterém byly zveřejněny statistiky o ubytovaných hostech dle jednotlivých ubytovacích zařízení, je práce zaměřena na analýzu nabídky poskytovaných služeb ubytovacích zařízení s největším podílem – hotelů, kde se ubytovalo 39,9 % návštěvníků a tedy nejvíce návštěvníků. [29]

1.2. Metodika a techniky práce s informacemi

Pro výše zmíněnou analýzu je třeba vytvořit vhodný a kvalitně promyšlený výzkumný plán na shromažďování informací. Primární zdroje dat pro práci tvoří poznatky získané formou mystery shoppingu, konzultacemi s majiteli hotelů, vedoucími pracovníky recepce či recepčními a dále také bylo provedeno dotazníkové šetření mezi ubytovanými hosty v jednotlivých zařízeních. Bylo vyplněno celkem 134 dotazníků a to v časovém období září 2010 až leden 2011. Celkem bylo hodnoceno 13 ubytovacích zařízení, konkrétně 6 čtyřhvězdičkových hotelů,

6 tříhvězdičkových hotelů, a jeden hotel garni se třemi hvězdami. Dotazníky byly akceptovány celkem v 9 vytipovaných hotelech a umístěny přímo na hotelové pokoje. Dotazník viz příloha č. 7

Jako sekundární zdroje dat byly využity informace s doporučené literatury, jejíž seznam je uveden v závěru práce, dále pak studie z oficiálních internetových stránek města Strategie rozvoje cestovního ruchu města České Budějovice, Šetření a vyhodnocení statistických dat návštěvníků ubytovaných v Českých Budějovicích, informace uvedené na internetových portálech jednotlivých ubytovacích zařízení a poznatky z odborných časopisů COT Business, Hotelrevue, Food Service, BusinessInfo.cz.

Analýza materiálně technických parametrů nabídky ubytovacích zařízení byla v první řadě provedena metodou pozorování a zkoumání chování a projevu zaměstnanců hotelu (recepčních pracovníků) a následně metodou rozhovorů s těmito pracovníky jak osobních, tak telefonických. Dále proběhlo u každého jednotlivého zařízení dorozumění prostřednictvím elektronické pošty, týkající procesu rezervování ubytovací kapacity. Po získání potřebných informací a zjištění faktů bylo provedeno srovnání sledovaných zařízení se současným využitím analýzy statistických údajů a informací z primárních zdrojů. Po zhodnocení nabídky prostřednictvím dotazníkového šetření, řízených rozhovorů a využití metod mystery shopping/guest následovalo navrhnutí zlepšení odhalených nedostatků a kalkulace finančních dopadů při zlepšení služeb ve městě.

2. LITERÁRNÍ PŘEHLED

2.1. Cestovní ruch

Pojem cestovní ruch pod sebe shromažďuje celou řadu prvků, podpojmů, aktivit a definic. Je nedílnou součástí ekonomiky každého státu, někde ve větší, jinde v menší míře. Definice cestovního ruchu lze nalézt nespočetně mnoho, avšak důležitá, a víceméně sjednocující, vzešla ze zasedání Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO – World Tourism Organization) v Ottawě roku 1991 a cestovní ruch je dle UNWTO definován jako „činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě”. [2]

2.1.1. Objekt a subjekt cestovního ruchu

V systému cestovního ruchu se objevují dva základní podsystémy: *objekt* (nositel nabídky cestovního ruchu) a *subjekt* (nositel poptávky cestovního ruchu). Subjektem je myšlen samotný účastník cestovního ruchu, který si ve svém volném čase účastí v systému cestovního ruchu uspokojuje své potřeby službami, které jsou s cestovním ruchem spojené. Je to například cestování do neznámých míst za účelem poznání, nauky o daném území, ale i stravování a ubytování. V rámci subjektu lze rozlišit účastníka cestovního ruchu na *stálého obyvatele* (rezident, osoba jakékoli národnosti se sídlem na daném území déle než rok), *navštěvníka* (visitor, osoba cestující do jakéhokoli jiného místa než je místo jejího trvalého pobytu s dobou pobytu nepřesahující 12 po sobě jdoucích měsíců), *turistu* (tourist, osoba zdržující se v daném místě alespoň 24 hodin za účelem využití volného času a v tomto místě také přespí), *výletníka* (excursionist, same-day visitor, day tripper, osoba, která se v daném místě zdrží pouze jeden den bez přenocování). [1]

Za objekt cestovního ruchu lze považovat jakýkoli cíl subjektu, vedoucí ke změně místa pobytu účastníka. Může to být například příroda, hospodářství, kultura, památky, apod. Stěžejními pojmy v souvislosti s objektem cestovního ruchu jsou destinace, podniky a instituce cestovního ruchu. Cílovým místem neboli destinací je myšleno středisko cestovního ruchu, region či stát. Destinace cestovního ruchu (tourism destination, tourist area) musí být schopna nabídnout subjektu cestovního ruchu určitý přírodní a kulturní potenciál označující se jako *primární*

nabídka. Subjekt zde musí mít možnost naplnit své cíle a uspokojit potřeby, například potřebu společenské komunikace, zdraví, odpočinku či poznávání. Primární nabídka úzce souvisí s *nabídkou sekundární*, jejíž význam spočívá ve zprostředkování naplnění těchto cílů. Subjekt na své cestě potřebuje nebo má zájem se ubytovat, stravovat se, využívat nejrůznějších zařízení k relaxaci a provádění kulturních, sportovních či poznávacích aktivit. Sekundární nabídku lze tedy pojmenovat jako infrastrukturní vybavenost destinace. Jedná se o zařízení, podniky a jiné instituce cestovního ruchu. Z hlediska funkcí je lze rozdělit na *městská střediska* (city resort, s památkami, obchodem, průmyslem, apod.), lázeňská místa (spa resort, území s přírodními léčivými zdroji), *rekreační střediska* (holiday activities resort, středisko vybavené pro odpočinkovou činnost, koupání, vodní sporty, zimní sporty, apod.), *rekreační obce* (místa, kde zanikla původní hospodářská činnost a funkce, nyní využívaná k rekreaci) a *chatové oblasti* (území, na kterých je zbudováno ubytování v podobě chat, bungalovů a srubů). [2]

2.1.2. Druhy a formy cestovního ruchu

Z hlediska způsobu a realizace lze cestovní ruch rozdělit do následujících kategorií: jedná se o rozdělení cestovního ruchu *dle místa jeho realizace* (domácí cestovní ruch - internal tourism, zahraniční - foreign tourism, vnitřní - domestic tourism, národní - national tourism, světový - world tourism), *dle vztahu k platební bilanci státu* (příjezdový - incoming tourism, tranzitní - transit tourism, výjezdový - outgoing tourism), *dle délky trvání* (krátkodobý short term tourism, dlouhodobý long-term tourism), *dle způsobu zabezpečení jeho průběhu* (organizovaný - organized tourism, individuální - individual tourism), *dle způsobu účasti a formy úhrady nákladů účasti* (volný neboli komerční - commercial tourism, vázaný neboli nekomerční, či sociální - social tourism). [4]

Vzhledem k odlišné motivaci účastníků k zapojení se do cestovního ruchu se odlišují i různé formy cestovního ruchu. Je třeba však poznamenat, že v praxi se často níže zmíněné formy prolínají. [3]

Dělení forem cestovního ruchu je následující: *rekreační cestovní ruch* (recreational tourism), *kulturně – poznávací cestovní ruch* (cultural and cognitive tourism), *lázeňsko – léčebný cestovní ruch* (spa and health tourism), *sportovně – rekreační cestovní ruch* (sport and recreational tourism), *cestovní ruch spojený s profesními motivy* (kongresový – congress tourism, incentivní – incentive tourism), *seniorský cestovní ruch* (senior tourism), *mládežnický cestovní ruch* (youth tourism), *venkovská turistika, resp. agroturistika a ekoturistika* (rural tourism, agritourism, eco-agritourism) a ostatní formy cestovního ruchu, jako například

náboženský cestovní ruch (religion tourism), *dobrodružný cestovní ruch* (též adrenalinový, adventure tourism), *myslivecký a rybářský cestovní ruch* (hunting tourism, fishing tourism), *nákupní cestovní ruch* (shopping tourism, purchase tourism) či *cestovní ruch průmyslový* (industrial tourism).

2.2. Typologie turistů a hotelových hostů

Existuje řada členění turistů do skupin zohledňujících různé faktory. Pro marketingovou činnost je dělení velmi důležitým aspektem. Na základě vytvoření těchto skupin lze lépe utvářet, nebo dávat podněty k vytváření rozmanitých produktů. Dle sociologa Cohena se turisté dělí na čtyři základní typy. [4]

Prvním typem je *organizovaný masový turista*, kterým se rozumí člověk, který si dovolenou pořídí jako balíček služeb a očekává odpovídající komfort. Další v pořadí je *masový turista individuální*, který pořizuje volnější balíček služeb, má větší možnost pohybu po okolí, například letecký zájezd v kombinaci s využitím zapůjčeného automobilu. *Turista průzkumník*, neboli *objevitel* je člověk, který si zachovává určitý odstup od předem naplánovaných a ucelených nabízených služeb. Průběh své dovolené si promýšlí sám a snaží se předejít výraznějšímu kontaktu s ostatními turisty. Vyhledává spíše kontakt s místními obyvateli. Posledním typem je *turista – tulák*. Tento typ turisty se projevuje snahou dočasně se začlenit do místní komunity. Nemá předem naplánován žádný program a záměrně se distancuje od jakékoliv formy cestovního ruchu.

Vzhledem k dosaženým výsledkům dotazníkového šetření v ubytovacích zařízeních v Českých Budějovicích je vcelku důležité uvést typologie turistů ze zeměpisného hlediska a z hlediska věku. Podle Parmové (2003) se hosté dle věku dělí do osmi potažmo devíti skupin. První skupinu tvoří *malé děti do 6 let*. Tyto děti vyžadují neustálou péči dospělých. Hotelová služba by měla zajistit pro malé klienty bezpečné a zábavné vyžití zatímco se rodiče věnují jiným aktivitám. Další skupinou jsou *děti od 6 do 12 let*, které se mohou se souhlasem rodičů či zákonných zástupců podílet na všech aktivitách, vyjma aktivit nočních. Třetí skupinou jsou *mladí lidé od 12 do 16 let*. Tato skupina lidí již má určitou samostatnou míru rozhodování o účasti na cestovním ruchu. Jsou to lidé v pubertálním věku a jejich chování se odvíjí od snahy dokázat svou nezávislost na rodičích často přehnanými a excentrickými projevy a proto je nutné zpestřit jim pobyt zajímavými a smysluplnými aktivitami a zážitky. Dále je to skupina *mladých lidí od 17 do 21 let*, jejíž parametry jsou již celkem srovnatelné se skupinou dospělých. Pobytů a výletů se účastní buď jako jednotlivci nebo jako pevné dvojice. Vyhledávají činnosti s větší

mírou aktivity, oblíbené jsou kluby či diskotéky. Pátou skupinu tvoří *jednotlivci ze skupiny dospělých*. Ti často vyžadují větší míru komunikace s personálem hotelu a vyhledávají nejrůznější informace o možnostech účasti na aktivitách podle vlastního zájmu. Šestá skupina je skupina *bezdětných manželských párů*, jejichž aktivity se odvíjejí od motivace k účasti na cestovním ruchu. Dále je to *skupina manželských párů s dětmi*. Zde je důležitým faktorem věk dětí, jelikož rodiče často musí své aktivity podřizovat právě jim. Velkou skupinu tvoří *skupina seniorů*. Tito lidé tvoří stejně jako děti a mládež velmi specifický segment. Senioři se dále dělí na dvě skupiny, z nichž jednu tvoří aktivní senioři, kteří preferují pohyb i sportovní a jiné svižné aktivity a druhou tvoří senioři, jež vyhledávají odpočinek či relaxaci s ohledem na jejich věk a zdraví. Animátor musí brát v potaz všechny faktory a možnosti. Poslední skupinou jsou *lidé s postižením*. Tito účastníci cestovního ruchu, ač v mnohém péči potřebují, jsou skupinou víceméně bezproblémovou a nevyžadují žádnou zvláštní péči ze strany ubytovacího zařízení. [7]

Dle typologie z hlediska zeměpisného původu lze hosty rozdělit do 6 skupin, z nichž pro každou existují typické charakteristické prvky. První skupinou jsou *Středoevropané*, kteří se vyznačují především vysokými nároky na organizaci, nabídku služeb a program. *Seveřané a Britové* patří k poněkud zdrženlivějším, věcným a nepřiliš sdílným typům hostů. Avšak v celkovém pohledu se chování liší od jednotlivce k jednotlivci. *Jihoevropané a Francouzi* naproti tomu překypují temperamentem, mají rádi společnost, ale zároveň díky své „rozjívenosti“ často nedodrží dobu informačních a jiných schůzek a srazů s organizátory. Čtvrtou skupinou jsou *Východoevropané*. Jsou to hosté velmi milí, občas nároční, ale s velkým zájmem poznávat, bavit se a komunikovat. *Skupiny amerických návštěvníků* jsou tvořeny převážně mladými lidmi nebo seniory. Většinou se do Evropy vydávají na delší pobyty a chtějí během své cesty poznat co nejvíce zemí. *Japonci a ostatní hosté z jihovýchodní Asie* tvoří velký podíl na příjezdovém cestovním ruchu téměř každé evropské země. Stejně jako Američané, chtějí poznat za svou cestu více zemí. Jsou to lidé velmi slušní, pozorní a zvědaví a neustále se usmívají.[7]

2.3. Ubytovací služby v cestovním ruchu

2.3.1. Kategorizace ubytovacích služeb

Každou službu lze dle určitých kritérií dále takzvaně kategorizovat. U ubytovacích služeb tomu není jinak. Kategorizací služeb se rozumí zařazení zařízení poskytujícího služby dle typu poskytovaných služeb a způsobu jejich poskytování. [1]

Existují různé možnosti poskytování služeb, v rámci kterých je zákazníkovi v ubytovacím zařízení poskytnuta určitá úroveň služeb. V jednom zařízení například patří k základní službě zajištěná a v ceně zahrnutá strava, jinde má klient k dispozici pouze hromadné sociální zařízení. Dle autorů Horner a Swarbrooke (2003) pro podobné kategorie existují tři speciální skupiny, tedy zařízení poskytující služby plně, částečně, nebo vůbec. Do skupiny zařízení poskytujících služby v plné výši se samozřejmě řadí hotelová zařízení na odpovídající úrovni hotelové klasifikace. Částečné služby poskytuje penzion, zajišťující kvalitní ubytování srovnatelné s hotelem, avšak do stravovacích služeb zahrnuje pouze snídani a tyto služby jsou primárně určeny pouze klientům zařízení. Do poslední skupiny lze pro příklad zahrnout turistickou ubytovnu. Na rozdíl od předešlých skupin zařízení neposkytuje žádné stravovací služby a k dispozici není ani celodenní recepční služba. Dále je možno uvést další ubytovací kategorie. Jsou to například rekreační střediska, prázdninová střediska pro mládež, motely, botely, ubytovací hostince či ubytování na farmách, ubytovací zařízení typu „time share“ (takzvané hostely), dále obytné přívěsy, chaty, horské chaty, domky či pronajímatelné prostory soukromých domů.

Podle Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení České republiky, která vznikla ze spolupráce Asociace hotelů a restaurací ČR (AHR ČR), Sdružení podnikatelů v pohostinství, stravovacích a ubytovacích službách (UNIHOST), Ministerstva pro místní rozvoj ČR a České centrály cestovního ruchu (Czech Tourism) se ubytovací zařízení na území České republiky dělí na kategorii hotel, hotel garni, penzion, motel, hotel a specializovaná ubytovací zařízení. Kategorii *hotel* se vyznačuje ubytovací zařízení s minimálně 10 pokoji, které hostům zajišťuje i kompletní stravovací služby, a dělí se do 5 tříd. *Hotel garni* se od klasického hotelu liší především poskytováním omezeného rozsahu stravovacích služeb (zpravidla snídaně, někdy nápoje, snack bar a občerstvení převážně pro hosty) a člení se do 4 tříd. *Penzion* disponuje minimálně 5 a maximálně 20 pokoji pro hosty. Ubytovací služby jsou srovnatelné se službami v hotelu, avšak rozsah společenských a doplňkových služeb je značně omezen.

V penzionu se zpravidla nenachází restaurace, ale existuje zde prostor pro stravování a denní odpočinek hostů. Penzion se dělí do 4 tříd. *Motelem* se rozumí zařízení s nejméně 10 pokoji. Toto zařízení poskytuje služby zejména motoristům a nachází se v blízkosti pozemních komunikací. Recepce nemusí být součástí objektu a důležitý je dostatek parkovacích míst. Motel se dělí do 4 tříd. *Botel* je ubytovací zařízení umístěné na trvale zakotvené lodi a dělí se 4 tříd. *Specializovanými zařízeními* mohou být například wellness hotel, lázeňský hotel či resort hotel. [11]

2.3.2. Klasifikace ubytovacích služeb

Mezi nejznámější klasifikační prostředky patří označení zařízení hvězdami. Někdy lze narazit například na sluníčka či korunky, avšak hvězdičky jsou, dá se říci, nejrozšířenější. Je nutné zmínit, že klasifikace se může zemi od země lišit. Je to dáno skutečnostmi zohledněnými v klasifikování. Státy, potažmo lokality omývané mořem, do svého hodnocení zahrnují právě vzdálenost zařízení od pobřeží. Země, které moře nemají, mohou jako jednu z priorit zhodnotit zase jinou skutečnost.

Na českém území je to systém Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky, který funguje pod záštitou Asociace hotelů a restaurací České republiky a Konfederace národních asociací hotelů, restaurací, kaváren a obdobných zařízení v Evropské unii a evropském ekonomickém prostoru (HOTREC) a který vymezuje minimální požadavky na jednotlivé třídy ubytovacích zařízení. Tato klasifikace vstoupila v České republice v platnost od ledna roku 2010 a tvoří součást Hotelstars Union, tedy unie, která má za úkol vytvořit jednotný systém klasifikací ubytovacích zařízení na území států EU. V současné době je unii tvoří Česká republika, Německo, Rakousko, Švédsko, v roce 2011 přistoupí dále Maďarsko, Švédsko a Nizozemí. [30]

Cílem Unie Hotelstars i Oficiální jednotné klasifikace je poskytnout hotelovým hostům transparentní a spolehlivější informace o zařízení a službách, dále zvyšování kvality, rozšíření trhů pro hotelové sektory dalších potenciálních zájemců (států) o zapojení do Unie Hotelstars. Hotelová klasifikace udává 270 kritérií, která jsou sestavena v závislosti na průzkumech prováděných mezi samotnými hosty, a proto by měla odpovídat skutečným očekáváním a požadavkům hostů. Důraz je kladen na oblast řízení kvality, wellness služby a komfort spánku. [15]

Certifikace k udělení Certifikátu a Klasifikačního znaku není povinná, záleží na každém jednotlivém provozovateli, zda proces podstoupí. Klasifikace udává pro každou třídu

povinné a povinně volitelné požadavky, které se dělí do 6 oblastí. Příkladem požadavku v oblasti Budova/místnosti je například čistota a bezchybná hygiena, velikost pokoje, bezbariérová přístupnost, parkování u hotelu či terasa nebo balkón v pokoji. V oblasti Nábytek/vybavení to může být sprcha se závěsem, dvojitě umyvadlo, kosmetické zrcadlo, šampón, osuška, trezor na pokoji, televizor, rozměry lůžka, šatní skříň či křeslo. Dále v oblasti Služby pak každodenní úklid pokoje, minibar na pokoji, služby recepce, otevírací doba recepce, služba žehlení a praní apod. V oblasti Volnočasových aktivit se požadavky zaměřují na přítomnost knihovny, prostor pro děti, solária, bazénu, sauny. Pod oblast Organizace nabídky spadají například požadavky na systém řízení stížností, kontrola zařízení pomocí „mystery guest“, možnosti on-line rezervace. V šesté oblasti – oblasti Hotelových a konferenčních zařízení se požadavky zaměřují na velikost a kapacitu konferenčních sálů, přítomnost datového projektoru, materiálů pro workshop či řečnického pultu. [30]

Vzhledem k zaměření této práce je důležité podrobněji vymezit jednotlivé třídy kategorie hotel. Specifika jednotlivých tříd pro Českou republiku jsou s odkazem na informace z oficiálních internetových stránek Hotelstars Union uvedeny níže. [30]

1. *hotel s jednou hvězdou „Tourist“*

V pokoji je zajištěn každodenní úklid, všechny pokoje mají televizor, stůl, židli, mýdlo a ručník na osobu. K dispozici jsou služby recepce, možnost odesílání a přijímání faxů, zprostředkování telefonního hovoru, snídaňová nabídka, nápojová nabídka v hotelu a možnost uložení cenností do trezoru.

2. *hotel se dvěma hvězdami „Economy“*

V pokoji je zajištěn každodenní úklid a výměna ručníků na požádání, v každém pokoji je televizor. Vedle lůžka se nachází lampa na čtení. V koupelně je k dispozici mýdlo, ručník i osuška na osobu. Lze zde zakoupit hygienické potřeby, platit kreditními kartami, snídaně probíhají formou bufetu nebo lze objednat ze snídaňového lístku. Lze také uložit cennosti do trezoru.

3. *hotel se třemi hvězdami „Standard“*

Všechny pokoje disponují televizorem a rozhlasem, telefonem. Lze se také připojit na internet buď v pokoji, nebo ve veřejných prostorách zařízení. V koupelně se nachází vysoušeč vlasů a topení. V pokoji by měl být prostor pro uložení zavazadel. Měla by být také zajištěna služba prádelny a žehlení prádla. Recepce je otevřena 14 hodin a 24 hodin dostupná telefonicky a měl by ji obsluhovat personál hovořící dvěma jazyky (čeština a jeden světový jazyk). V prostorách

recepce je zajištěno místo k sezení. V každém pokoji je dále umístěn trezor, nebo je k dispozici trezor centrální. Hotelová restaurace by měla být otevřena minimálně 5 dní v týdnu.

4. *hotel se čtyřmi hvězdami „First Class“*

V prostorách pokoje se nachází čalouněné křeslo nebo pohovka, v koupelně pak kosmetické produkty v podobě sprchovací čepice, pilníku na nehty apod. Je zde možnost připojit se na internet. Recepce je otevřena 18 hodin a 24 hodin telefonicky dostupná. V prostorách recepce je možnost sezení v pohodlných křeslech a k dispozici hotelový bar a nápojový servis. Hosté mohou využít Room Service ke snídaňové nabídce, nabídce jídelního lístku a nápojů 24 hodin denně. K dispozici je i restaurace otevřená minimálně 6 dní v týdnu.

5. *hotel s pěti hvězdami „Luxury“*

V hotelu s 5 hvězdičkami by měly být mimo jiné v koupelně dostupné produkty osobní péče v lahvičkách a župan, na pokoji přístupný internet. Hosté mohou využít služeb prádelny, čistírny a žehlení prádla, dále recepce otevřené 24 hodin denně, služeb dveřníka, nosiče zavazadel, vrátného. Room Service je zajištěn 24 hodin denně a restaurace je otevřena minimálně 7 dní v týdnu. Provádí se zde také kontroly prostřednictvím „mystery guest“.

2.4. Služby v ubytovacích zařízeních hotelového typu

2.4.1. Hotelové služby

Služby poskytované ubytovacím zařízením se rozlišují na neplacené a placené. Neplacené služby má host možnost využít bez úhrady jakéhokoliv poplatku. Placené služby jsou mu pak poskytnuty personálem hotelu za úplatu. Množství a kvalita poskytovaných služeb se odvíjí od klasifikační kolonky, do které ubytovací zařízení spadá.

Mezi *neplacené služby* podle Oriěšky (2010) patří služby spojené s poskytováním informací, buzením hostů, půjčováním různých materiálů, jako například jízdních řádů, či denní tisku. Host může bezplatně využít i služeb úschovy a přepravy zavazadel v ubytovacím zařízení, odesílání pošty, půjčování společenských her, slovníků. K neplacené službě patří i akceptace kreditní karty, zprostředkování ubytování v jiném zařízení, zprostředkování taxislužby, přijímání a odevzdávání vzkazů, rezervace míst v restauraci nebo jiném gastronomickém zařízení. Dále jsou to pak služby uvedení hosta do pokoje, v případě vyššího standardu služeb lze uvést i služby dveřníka či nosiče zavazadel. K *placeným službám* lze přiřadit prodej vybraných druhů zboží, novin, časopisů, průvodců, hygienických potřeb, suvenýrů.

Úhrada se požaduje i za zprostředkování telefonního hovoru, umožnění využití faxového, telefaxového či e-mailového spojení, praní, čištění a žehlení oděvů, půjčování sportovních potřeb, televizních přijímačů nebo ovladačů, přepravu zavazadel do hotelu i mimo hotel, půjčování dopravních prostředků, či exkurze dopravním prostředkem. Pověření pracovníci mohou za úplatu obstarat jízdenky nebo vstupenku na společenské akce, uschovat hostu cennosti v trezoru, zprostředkovat průvodcovské, tlumočnické, asistenční, směnářské nebo animační služby. [11]

Souhrn poskytovaných služeb lze najít na internetových stránkách jednotlivých zařízení v podobě seznamu či piktogramů. Služby poskytované konkrétními hotelovými zařízeními v Českých Budějovicích jsou na drobné výjimky shodné a souvisí s klasifikačním ohodnocením. Orientační seznam služeb poskytovaných českobudějovickými čtyřhvězdičkovými, tříhvězdičkovými hotely sestavený průzkumem jednotlivých zařízení je uveden v přílohách č. 1, 2.

2.4.2. Hotelové vybavení a zařízení

Materiálně-technické podmínky úzce souvisí s kategorizací a klasifikací jednotlivých ubytovacích zařízení. Vybavení a zařízení interiéru i exteriéru hotelu či restaurace je velmi důležitým faktorem, jelikož už při vstupu do objektu si host vytváří o zařízení určitý dojem. Nároky na toto vybavení a zařízení pětihvězdičkových hotelů jsou podstatně vyšší než například na hotely se třemi hvězdami. Úplný výčet všech požadovaných prvků je uveden v Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení České republiky na internetových stránkách. [31]

Stejně jako u hotelových služeb lze nalézt informace o hotelovém zařízení a vybavení na webových stránkách ubytovacích zařízení ve formě psaného seznamu nebo s využitím piktogramů.

V přílohách č. 3, 4 je uveden ilustrační seznam zařízení a vybavení pro klasifikační třídy Standard a First Class.

2.4.3. Ochrana hostů a bezpečnost hotelu

Na své dovolené či pobytu očekávají hosté především bezproblémově strávený čas. Proto je ze strany hotelu důležité tento stav podporovat a vytvářet vhodné a bezpečné podmínky pro pobyt. Každý zaměstnanec hotelu je zodpovědný za ochranu a bezpečnost hosta. Vzhledem k tomuto faktu by měl každý provozovatel zařízení dbát na řádné proškolení všech svých

zaměstnanců. Tato školení mohou probíhat buď přímo v hotelových prostorách za přítomnosti odborného externisty, nebo jsou zaměstnanci vysíláni na semináře a školení na odpovídající střediska. Kurzy pořádá mimo jiné i AHR ČR. Náplň školení je následující: organizace při evakuaci hotelu, poskytnutí první pomoci, organizace při požáru, úniku plynu, nahlášení bomby či hrozbě teroristického útoku. Neméně významná je i instalace nejrůznějších ochranných pomůcek do celého objektu, například požárních hlásičů, hasicích přístrojů, elektronických zámků, systémů bezpečnostní techniky propojených s centrálním pracovištěm bezpečnostních služeb.

V každém hotelu platí určitá stanovená pravidla jak pro zaměstnance, tak pro hosty. Hosté se v zařízení musí chovat v souladu s ubytovacím řádem. Do pokoje má přístup pouze host a pokojská, která v době úklidu zodpovídá za všechny uložené věci a následně musí pokoj bezpečně uzamknout. Pokojské i další pracovníci monitorují pohyb hostů po zařízení a o nepovolaných osobách či nedovoleném jednání ihned informují na příslušných místech. Recepční pracovníci jsou odpovědní za věci a majetek uložený v bezpečnostních schránkách a dále za vydávání klíčů od pokoje pouze ubytovaným hostům. [10]

Co se týká ochrany hostů a jejich majetku, vztahy mezi pracovníky zařízení a zákazníky a jejich práva a povinnosti, upravuje Občanský zákoník. Odpovědnost provozovatele za škodu na odložených věcech vnesených hosty zařízení je objektivní, to znamená, že není brán ohled na fakt, zda provozovatel škodu zavinil, nebo ne. Výjimku tvoří pouze situace, kdy došlo k poškození nebo zcizení věci, která nebyla poskytovatelem převzata do úschovy. V tomto případě hradí provozovatel věc do peněžité částky 5 000 Kč. Právo na náhradu škody musí host uplatnit nejpozději do 15 dnů ode dne, kdy se o škodě dozvěděl. Vnesené věci jsou takové, které jsou hostem vneseny do prostor ubytovacího zařízení a uloženy na k tomu určená místa. Host je také chráněn z pohledu uzavření dohody o hmotné odpovědnosti zaměstnanců podniku, kteří manipulují se zákaznickými cennostmi a penězi.

2.4.4. Lidský faktor – hotelový personál

Jeden z nejdiskutovanějších prvků ve všech službách. Problémy s personálem jsou jedny z nejčastějších problémů v každém zařízení. Dle průzkumů je to aspekt, na který hosté nejběžněji podávají stížnosti. Host se může často setkat s neochotnou recepční, nedůslednou pokojskou, či arogantním číšníkem v hotelové restauraci. Běžným jevem je, že personál nemá dostatečnou kvalifikaci, odbornost, chybí povědomí o nabízených produktech a v neposlední řadě je neutěšený stav jazykových dovedností pracovníků zařízení. Možností, jak předejít

problému s personálem je při přijímacím pohovoru řádně prověřit všechny vlastnosti a dovednosti adepta. Jednou z nejzákladnějších vlastností, kterou by uchazeč měl disponovat, je správné „vnitřní zanícení“ pro danou profesi. Dále v případě přijetí do pracovního poměru je důležité neustále formou školení a vzdělávacích kurzů prohlubovat jeho znalosti a zmíněné dovednosti. Stále se však najdou zaměstnavatelé, kteří do vzdělávání svých pracovníků z finančních důvodů investují pramálo.

2.5. Stravovací služby

Stravovací služby jsou nedílnou součástí cestovního ruchu a hrají velkou roli v celkovém hodnocení jednotlivých destinací cestovního ruchu. Dle autorů Horner a Swarbrooke (2003) je hlavní činností příprava jídel, která jsou konzumována buď v zařízeních provozovatele, nebo doma u zákazníků. Obdobné rozdělení udává i Oriška (2010), tedy diferencování služeb na společné a individuální.

Stravovací služby uspokojují základní lidskou potřebu výživy, přispívají k zotavení a vytvoření většího fondu volného času. Služby se dělí na základní, služby doplňkového stravování a občerstvení, a společensko-zábavní služby. Stejně jako pro ubytovací zařízení, tak pro stravovací podniky existuje kategorizace. Tuto pomocnou strukturu vypracovalo již v roce 1994 tehdejší Ministerstvo hospodářství České republiky. Tato metodická pomůcka vstoupila v platnost pod názvem „Doporučení upravující základní ukazatele pro kategorizaci hostinských a ubytovacích zařízení“. Dle tohoto doporučení se hostinská zařízení rozdělila na *restaurace* a *bary*. Do kategorie *restaurace* spadají zařízení jako pohostinství, jídelní restaurační vozy a jiná zařízení pro přepravu osob, motorest, samoobslužná restaurace (kafetérie), bufet, bistro, občerstvení a kiosky. Ke kategorii *bar* lze zařadit denní bar, lobby bar, noční bar, noční klub, varieté, dancing, vinárnu, kavárnu, espresso, hostinec, pivnici a výčep piva. [11]

Co se týká pokrmů, za zmínku stojí v současné době hojně využívaný takzvaný convenience produkt (polotovary). Je to taková potravina, kterou je buď nutno ještě před konzumací dále zpracovat – ohřát, rozmrazit apod. – nebo pouze otevřít („ready to eat“).[20]

2.5.1. Stravovací služby v hotelových zařízeních

Stravovací služby poskytované hotelovým zařízením zpravidla bývají součástí hotelového objektu. Někdy se může stát, že restaurace či jídelna se nachází v budově přilehlé. Kapacita zařízení se odvíjí od celkové lůžkové kapacity hotelu, jelikož restaurace zajišťuje základní i doplňkové stravování primárně hostům hotelu.

Specifickým zařízením hotelu bývá takzvaný lobby bar. Jedná se o denní bar nabízející rychlé stravování a je často umístěn v blízkosti recepcce.

V hotelové restauraci si hosté vybírají pokrmy a nápoje z hotelového jídelního a nápojového lístku, který také slouží k etážové obsluze. Tento typ lístků obsahuje pokrmy a nápoje nenáročné na přípravu.

V hotelové restauraci existuje více způsobů, jak pokrmy a nápoje objednat a konzumovat. Při snídani se často uplatňuje systém švédského stolu, tedy výběru jídla, které je nakladeno na podnosy z předem připraveného servírovacího stolu. Oběd či večeři si host může buď předem objednat z připraveného menu s omezeným množstvím jídel, nebo si objednává jako v klasické restauraci, tedy z nabídkových lístků.

Jedním z hlavních současných problémů stravování v České republice je chybějící nabídka české klasické gastronomie. Zahraniční návštěvníci navíc postrádají informace co si pod skutečným českým tradičním jídlem představit, jelikož tento prvek není hlavním lákadlem na cestu do České republiky a není ani v programech připravených zahraničními zprostředkovateli zájezdů. V současné době se problémem nevýrazné propagace a úrovně poskytovaných stravovacích služeb na našem území zabývá společnost Gastronomica Bohemica. [12]

2.6. Aktuální trendy v celorepublikovém hotelnictví a ve světě

2.6.1. Zelené hotelnictví

Pojmy zelené otázky či zelené aktivity a v současné době často zmiňované zelené hoteliérství pocházejí v Evropě již z let osmdesátých a devadesátých. Podstat těchto pojmů úzce souvisí s životním prostředím a lidským zásahům do tohoto prostředí. K zeleným otázkám se řadí například zacházení s obnovitelnými a neobnovitelnými zdroji, zájem o životní prostředí z pohledu možného znečištění, otázky životního stylu v souvislosti s organicky vyprodukovanými potravinami. [4]

„Zelené hotelnictví“ se řadí k jednomu z největších trendů moderní doby. Vzhledem k tomu, jakým způsobem se v současnosti žije, v jakém životním tempu lidé žijí, jaký snášejí stres apod., je nasnadě myšlenku zelených hotelů prohlubovat. Jedním z dalších a pravděpodobně však největším důvodem budování těchto typů hotelů je doba postižená hospodářskou krizí. Poskytovatelé ubytovacích služeb hledají co nejvíce způsobů jak uspořit zdroje, materiály a finance pokud možno ne na úkor kvality. Mezi diskutované zelené trendy v hotelech patří například všeobecné šetření energiemi, izolační schopnosti budov, dveří a oken, úsporné osvětlovací prostředky a průtoková zařízení, programovatelné nastavení oběhu topení a klimatizace či třídění odpadu. Uplatňuje se také používání bioproduktů v hotelových stravovacích zařízeních, pitné vody z vodovodu, umístování většího počtu ramínek a věšáků na ručníky v koupelnách nebo pravidelné přírodní větrání. [33]

2.6.2. Wellness hotely

Slovo „wellness“ v současnosti není zcela novým výrazem, ale do povědomí společnosti se dostal, dá se říci, v době nedávné. Mnoho lidí si pod tímto slovem představuje pouze jakási relaxační zařízení nebo dokonce jen součásti zařízení (sauna, bazén, solárium) a podstata tohoto výrazu jim zůstává neznámou. Myšlenkou wellness je především zdravý životní styl, který zahrnuje psychickou pohodu člověka, dobrou životosprávu, pohybové návyky, péči o své zdraví, tělo a krásu.

Existují dva druhy wellness zařízení. Jsou to *hotely s wellness prvky* a *wellness centra*. Hotel s wellness prvky je klasický hotel částečně využívající filosofii zdravého životního stylu. Nabízí tedy klientům možnost využití relaxačních místností, sauny, solária, bazénu apod. Wellness centrum je zařízení specializující se přímo na nabídku veškerých procedur.

Vlastníci zařízení často využívají maximální životnost vybavení, strojů, nábytku, apod. a podle toho vybavení náležitě vypadá. Klienti v centrech vyžadují novinky, takže do kvalitního wellness centra je třeba stále stroje dokupovat a to pro některé poskytovatele může být velmi obtížné. Do wellness centra se jezdí za relaxací, a proto je nutné sladit i sebemenší prvky interiéru, aby celkový vzhled působil na klienta příjemně a přirozeně. [34]

V České republice zatím nebyla vytvořena norma ani standardy související s kvalitou služeb wellness, ale tento stav by se měl brzy změnit. Mezinárodní organizace ISO se tím v současnosti intenzivně zabývá. Stejně tak ještě nebyla vytvořena certifikace, čeká se na výsledky projektu Ministerstva pro místní rozvoj ČR. Certifikace by měla být založena

na dobrovolnosti. Podniky, které by měly zájem se certifikovat, však musí splnit podmínky, které úzce souvisí s financemi a vyššími náklady. Proto je nasnadě obava, že o certifikace nemusí poskytovatelé projevit z tohoto důvodu tak velký zájem. Museli by totiž ve svých zařízeních služby zdražit a to by dle průzkumu provedeného na podnět Ministerstva pro místní rozvoj mohlo klienty odradit. [35]

2.6.3. Hotel a hotelový pokoj budoucnosti

Vývojem prochází veškeré služby, obory i činnosti v rámci lidské společnosti. U ubytovacích služeb tomu není jinak. I zde dochází k ovlivňování trendy a módou z jiných oblastí a v neposlední řadě ovlivňován postupným vývojem technologií. Proto není překvapením, že i v ubytovacím zařízení je snaha renovovat, vylepšovat a zapojovat nové technické vymoženosti. Do nedávné doby by se dal označit zařízením budoucnosti například hotel s vysokorychlostním připojením či automatickými regulacemi v celém objektu, placení služeb prostřednictvím mobilních sítí apod. Existují různé návrhy, odborníci debatují a vypracovávají analýzy týkající se vzhledu a vybavení hotelu budoucnosti, potažmo hotelového pokoje budoucnosti. Za stěžejní lze považovat přítomnost špičkových technologických vybavení a vymožeností, které budou jak zpříjemňovat pobyt hosta tak šetřit náklady provozovateli. [36]

Pohledů na hotel budoucnosti je několik. Jeden odráží již zmiňovanou technologii, další upřednostňuje přírodní prvky či prvky domova. S odkazem na výrok zakladatele webové stránky futurist.com Glena Hiemstra lze zmínit i myšlenku robota vykonávajícího například služby check-in či úklid nebo bezpečnost zajištěnou na základě skenování oční sítnice. Řada odborníků a osob pověřených se k podobným vymoženostem staví skepticky, zvláště v souvislosti s ubytovacími a stravovacími službami, kde by komunikace mezi hostem a personálem měla být v rámci kulturního života zachována. [37]

Důležité je zmínit i vybavení hotelového pokoje budoucnosti. Základním stavebním kamenem by měla být multifunkčnost hotelového pokoje. Ředitel hotelu Hilton Prague Michael Specking předpovídá trend menšího jednoduchého účelně zařízeného pokoje s relaxační atmosférou a wellness zónou. Zajímavé jsou také výsledky soutěže Hospitality Transformed: Resort Hotels in 2055, v rámci které se o nejlepší nápad utkalo přes 500 studentů architektury z 24 zemí světa. Vítězem se stal Sean Clark z Univerzity of Cincinnati v americkém Ohio. Podle jeho návrhu se bude hotel v budoucnosti vyznačovat především flexibilním designem, který hostu poskytne zážitek. Použité materiály bude možno měnit, a to včetně jejich barvy

a osvětlení z určitých úhlů, a v okně si navolit určité panorama, například i sledování bouřky. [37]

2.6.4. Hotel „Baby Friendly“

Trendem v hotelnictví je i projekt společnosti OREA Hotels „Baby Friendly“, který se týká udělování certifikátů zařízením přizpůsobeným dětem. Realizováním projektu si společnost slibuje zvýšení segmentu rodiny s dětmi. Stěžejními prvky týkajícími se hotelového provozu a poskytovaných služeb jsou například snadný přístup do hotelu, 1 dětská postýlka a nočník na 30 pokojů, vybavený dětský koutek, hlídání dětí za úplatu, animační program pro děti, prodej dětské hygieny, zapůjčení dětské chůvičky, pro větší děti možnost zapůjčení deskových her či DVD s dětskými filmy. Prostor hotelové restaurace by měl poskytnout na 20 míst pro dospělé 1 dětskou sedačku, objednat by mělo být možné dětskou výživu v příslušném nádobí pro děti, prostírání. Možné by mělo být i pořádání narozeninových oslav pro děti. [41]

Součástí ubytování by měla být i dětská hřiště, která musí být správně situovaná, přístupná, v adekvátní vzdálenosti od hotelu, aby nedocházelo k vyrušování hlukem ostatních hotelových hostů. Na hřiště musí být umístěna vhodná zařízení, jejichž výstavbu si většinou hotely nechávají provést specializovanými firmami podle návrhů od architektů. V takovém vybavení dětské hrací plochy by nemělo chybět pískoviště, prolézačky, přístřešky, skluzavky, houpačky či šplhací zařízení. Dále je třeba vyřešit barevné provedení a materiály těchto zařízení tak, aby byla pro děti lákavá. Stranou nesmí zůstat ani zařízení pro děti tělesně postižené. Všechny tyto dětské atrakce musejí plně vyhovovat normám ČSN EN 1176 (všeobecné požadavky pro zřizování, kontrolu a údržbu zařízení na dětském hřišti). [14]

2.6.5. TOP 10 hotelů v České republice pro rok 2009

České Budějovice zaznamenaly úspěch v podobě devátého místa Grandhotelu Zvon v žebříčku TOP 10 hotelů České republiky pro rok 2009. Přední místa obsadily hotely v hlavním městě Praze (Hilton Prague, Hilton Prague Old Town, Hotel Adria, Golden Tulip Prague Terminus) a dále karlovarské hotely Karlsbad Plaza či Grandhotel Pupp. [67]

2.6.6. Hospodářská krize a politika státu

Celosvětová ekonomická krize postihla od počátku roku 2008, resp. 2007 většinu hospodářských odvětví., cestovní ruch, ubytování a stravování nevyjímaje. V rámci cestovního ruchu lze recesi pozorovat v tržbách ubytovacích zařízení, návštěvnosti ubytovacích zařízení a počtu přenocování v daných zařízeních.

V roce 2007, tedy před počátkem hospodářské krize se tržby hotelů, kempů a jiných hromadných ubytovacích zařízení, vykazovány indexem poklesu, pohybovaly okolo indexu 104,3 v běžných cenách (b.c.) a 103,7 ve stálých cenách (s.c.). Rok 2008 přinesl pokles o 8,6 % v b.c. a o 8,4 % v s.c.. V roce 2009 tržby znovu klesly o 9,3 % v b.c. a o 8,2 % v s.c.. Až počátkem roku 2010 byl přerušen klesající trend, kdy v lednu tohoto roku tržby vzrostly o 4,1 % v b.c. a o 6,6 % v s.c.. Rostoucí trend vydržel až do konce roku 2010, kdy se index navýšil o 6,2 % v b.c. a o 6,3 % v s.c.. Celkový přehled je uveden v tabulce v příloze č. 5. [42]

Návštěvnost hotelů a počet přenocování jak rezidentů, tak nerezidentů, demonstruje obdobný klesající a následně rostoucí trend. Na konci roku 2008 celkově navštívilo česká ubytovací zařízení 632 988 hostů a bylo zaregistrováno 1 582 898 přenocování. Ke konci roku 2009 počty meziročně klesly o 29 240 ubytovaných a o 100 877 přenocování. Naproti tomu v roce 2010 se v zařízeních ubytovalo o 51 982 hostů více a počet přenocování vzrostl o číslo 132 114. Celkový přehled je uveden v tabulce v příloze č. 6. [42]

Období krize se na návštěvnosti České republiky jako destinace cestovního ruchu projevilo úbytkem zahraničních turistů (nerezidentů), kteří jako hosté od roku 2005 v českých hotelech převažovali nad hosty tuzemskými. Nyní je tomu naopak. Odborníci vidí vysvětlení v pozitivním chování a smýšlení rezidentů o cestování. Domácí turisté se o cestování začali zajímat více než před krizí. Do jižních Čech přijelo během roku 2009 o 7 % méně cizinců, ale počet českých návštěv v tomto kraji se zvýšil o 10 000. V období ledna až září roku 2009 navštívilo Jihočeský kraj přibližně 796 000 turistů, z toho 231 000 cizinců. V době krize se musela ubytovací zařízení přijímat různá opatření a regulace. Hotelům se čtyřmi a pěti hvězdami se značně vyplatily marketingové tahy, vynucené právě krizovými opatřeními se snížením cen, a podařilo se jim proto přilákat více tuzemských hostů. Statistiky udávají, že v těchto hotelech byl dosažen největší počet hostů od roku 2000. [17]

Mimo jiné došlo v roce 2009 k výraznému poklesu objednávek ze strany firemní klientely. Zaměstnanci realizovali méně služebních cest i firemních akcí, a když už se na tyto cesty vypravili, jednalo se z pravidla o kratší cesty. Došlo k výraznému poklesu tržeb některých zařízení, pro něž je tato klientela klíčová. V roce 2009 tvořil tento segment přibližně 30 % všech

hostů pěti-, čtyř- a tříhvězdičkových hotelů. Pořádání konferencí v hotelech kleslo o 20 až 80 % a akce teambuildingu až o 50 %. Prognózy do budoucna udávají, že úsporný trend ze stran firem bude pokračovat a firmy se budou snažit co nejvíce využít svých vlastních prostor pro konání konferencí či seminářů, nebo ve větší míře zapojí různé systémy, telekonference či využijí online přenosů. [18]

Krize je jedním z faktorů určitých změn v cestovním ruchu na území České republiky. Je jisté, že příjezdy návštěvníků tuzemských i zahraničních do určitých oblastí do značné míry ovlivňuje image buď dané oblasti, nebo celé České republiky. Proudění turistů usměrňuje také módnost, celková bezpečnost či poměr položky služba (kvalita, úroveň) k položené ceně. Se silícím kurzem koruny se již Česká republika nedá považovat za lacinou destinaci, i když kvalita a úroveň nabízených služeb stanoveným cenám zdaleka neodpovídají. Mimo jiné se v České republice vyskytuje drobná kriminalita (problémy kapsáři v prostředcích městské hromadné dopravy), nepoctivost (taxislužby) či korupce a nestabilní politická scéna. [13]

Důležité je zmínit i plánované změny ve výši sazeb DPH. Ke konci roku 2011 na základě vládního záměru má dojít ke zrušení snížené sazby DPH pro většinu služeb a zboží. Proti plánu se staví Asociace hotelů a restaurací ČR s tím, že se tím způsobí velký problém tuzemských zařízení. Dle vládního plánu by mělo mimo jiné dojít k získání finančních prostředků na důchodovou reformu. Dle AHR ČR změnou sazby ze snížené na základní způsobí vláda snížení konkurenceschopnosti ubytovacích zařízení v konfrontaci se zařízeními v EU. Dále udává, že 24 z 27 zemí EU na služby aplikuje sazbu sníženou. V praxi toto opatření povede ke zvýšení ceny zařízení pro nerezidenty v České republice. Pro některá zařízení bude toto zdražení likvidační. Jelikož služby hotelů a restaurací jsou považovány za statky zbytné, je logické, že se zdražováním cen poklesne zájem o tyto služby. V souvislosti s nezájmem a nevyužitím těchto služeb se sníží i celková zaměstnanost v tomto oboru. Dalším z mnoha postřehů je i problém týkající se solventnosti turistů. Místo solventních turistů do České republiky zavítá čím dál více návštěvníků, kteří nejsou schopni ubytování za dané ceny uhradit. [19]

3. ANALÝZA NABÍDKY UBYTOVACÍCH SLUŽEB

3.1. Cestovní ruch v Jihočeském kraji a v Českých Budějovicích

Jižní Čechy představují jedno z nejvíce navštěvovaných území v České republice. Je to oblast s vysokým potenciálem k rozvoji cestovního ruchu v mnoha jeho formách. Jižní Čechy platí jako vyhlášená rybníkářská oblast s nezměrným množstvím přírodních atraktivit, kde prim hraje především Národní park Šumava, oblast Lipenského jezera, povodí velkých vodních toků – Vltavy či Lužnice a dále města Jindřichův Hradec, Tábor, Hluboká nad Vltavou, Český Krumlov a České Budějovice. Jihočeský kraj je oblíbená zvláště pro jeho výše zmíněné přírodní krásy. Návštěvník se zde může pokochat typickou venkovskou krajinou, která zaujímá necelých 46 % rozlohy kraje. Pouze necelá 4% rozlohy kraje připadají na urbanizované oblasti.

Oblast Jižních Čech může nabídnout služby 974 ubytovacích zařízení, s celkovým počtem 50 656 lůžek a dále pak 14 214 míst pro stany a karavany. [25]

Konkrétně v Českých Budějovicích lze dle údajů z Českého statistického úřadu využít služeb 30 ubytovacích zařízení hotelového typu, 41 penzionů a dále 44 kempů, turistických ubytoven či chatových osad. Celkem tedy 115 ubytovacích kapacit s celkovým počtem 9 007 lůžek. [26]

V roce 2009 přenocovalo v Jihočeském kraji ze všech okolních zemí nejvíce zástupců sousedního Německa, dále pak Rakouska a Nizozemska. Celkový počet přenocování za tento rok činil 2 855 936, z toho na České Budějovice připadá přibližně 217 000 nocležníků. [27]

Cestovní ruch je v každé zemi nutno koordinovat příslušnými institucemi. V České republice patří ke stěžejním institucím především Ministerstvo pro místní rozvoj (MMR), jehož nynějším základním nástrojem k řízení je Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007 – 2013. Pod tímto ministerstvem dochází dále k tvorbě legislativních norem v cestovním ruchu, projednává se zde financování cestovního ruchu a podobně. Dále se je třeba uvést státní příspěvkovou organizaci spadající pod MMR – Czech Tourism. Tato agentura, dříve Česká centrála cestovního ruchu (ČCCR), se zabývá především propagací České republiky jako atraktivní turistické destinace na zahraničním trhu. Zaměřuje se tvorbu reklamy akcím jak v celorepublikovém měřítku tak i kulturním, společenským či sportovním akcím na krajské úrovni. V neposlední řadě lze v rámci organizace cestovního ruchu v České republice hovořit o různých sdruženích a asociacích cestovního ruchu. Pro příklad je uvedena například Asociace

hotelů a restaurací České republiky, Asociace cestovních kanceláří České republiky, Asociace průvodců České republiky či Svaz obchodu a cestovního ruchu. Pro Jihočeský kraj v tomto ohledu důležitá organizace sídlí právě v Českých Budějovicích. Je jí Jihočeská centrála cestovního ruchu (JCCR). Tato organizace, založena roku 1994, dostala v minulém roce značných změn. Na začátku října roku 2009 došlo k reorganizaci vnitřní struktury krajského úřadu a problematika cestovního ruchu připadla z původního odboru kultury, památkové péče a cestovního ruchu (OKPC) do působnosti odboru marketingu a vnějších vztahů (OMVV). K 1. 12. 2009 byla ukončena činnost JCCR jako zájmového sdružení právnických osob a zřízena nová příspěvková organizace Jihočeského kraje s názvem „Jihočeská centrála cestovního ruchu“. Předmětem činnosti Jihočeské centrály cestovního ruchu jsou aktivity shodné s aktivitami Czech Tourism, avšak na regionální úrovni. Je to například propagace jižních Čech na výstavách a veletrzích cestovního ruchu, ediční činnost, spolupráce s příhraničními regiony Horní a Dolní Rakousko či provoz Informačního systému cestovního ruchu Jihočeského kraje. [28]

Cestovní ruch v každé oblasti se neobejde bez přílivu investic. U rozvoje turismu v jižních Čechách tomu není jinak. Zdejší snahy a investiční plány se během předešlého období hospodářské krize značně zredukovaly. Mnoho plánovaných akcí bylo pozastaveno či odsunuto na příznivější období. Nejinak například skončil záměr přestavby chátrajícího objektu bývalých kasáren v Českých Budějovicích ve Čtyřech Dvorech na sociální a kulturní centrum s bytovými jednotkami, obchody, administrativními prostorami či aqvaparkem. Revitalizační projekt, na kterém spolupracuje firma MANE Holding a.s. společně s firmou PMD s.r.o. by měl začít být realizován v nejbližších letech. Projekt počítá s výstavbou 1300 bytů či například Koncertního a kongresového centra Antonína Dvořáka ve tvaru rejnoka dle návrhu známého architekta Jana Kaplického.

3.1.1. Předpoklady rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji a Českých Budějovicích

Předpokladem rozvoje se rozumí skutečnost, kterou disponuje dané území a která vytváří určité podmínky pro cestovní ruch v této oblasti. Jak v jihočeském kraji, tak v celé České republice představuje důležitý předpoklad pokračování trvale udržitelného rozvoje cestovního ruchu v souvislosti se zvyšováním počtu domácích i zahraničních klientů a zejména těch, kteří na našem území využijí služeb ubytovacích zařízení. Dle P. Mariota lze předpoklady rozvoje cestovního ruchu obecně shrnout do následujícího členění:

1. lokalizační předpoklady cestovního ruchu

Lokalizační předpoklady se dále dělí na přírodní a kulturně – municipální. Co se týká území jižních Čech potažmo Českých Budějovic, těžší tato oblast zejména z relativně těsné blízkosti členských zemí Evropské unie. Za kulturou a přírodou přijíždějí návštěvníci ze zemí, jako je například sousední Německo, Rakousko dále Polsko Francie, Itálie, Maďarsko, Rusko, Dánsko, ale i USA. Již tradiční turistickou skupinu na území jižních Čech, konkrétně v okolí Lipna, tvoří návštěvníci z Holandska.

2. selektivní předpoklady cestovního ruchu

K selektivním předpokladům patří dále předpoklady politické, demografické, administrativní, urbanizační, sociologické, personální a ekologické. Z politického hlediska je Česká republika státem v poslední době poněkud nestabilním. Během minulého funkčního období vlády došlo k jejímu svržení a následným tahanicím o moc. V zemi avšak kromě demonstrací a stávek konajících se jako reakce na vládní politiku výdajových škrtů a snižování platů státních i jiných zaměstnanců nedochází k teroristickým útokům, válečným konfliktům apod. Z tohoto hlediska je Česká republika pro návštěvníka z cizí země destinací bezpečnou. Jihočeský kraj se již od samého počátku potýká s následky výstavby velmi diskutované jaderné elektrárny Temelín nedaleko města Týn nad Vltavou. Protesty proti výstavbě a následně spuštění elektrárny zahájila mnohá česká i zahraniční, především hornorakouská ekologická hnutí již v roce 1979, kdy byl vydán investiční záměr. Často proklamovaným pojmem ji i trend udržitelného rozvoje cestovního ruchu, který bude náležitě rozveden v jedné z následujících kapitol.

3. realizační předpoklady cestovního ruchu

Zde lze předpoklady dále rozdělit na komunikační a materiálně – technické. Co se týká infrastruktury cestovního ruchu z pohledu kulturních zařízení lze v Českých Budějovicích konkrétně nalézt 9 divadel, 17 divadelních spolků, 4 studentské divadelní soubory, dále 3 kina. České Budějovice mohou nabídnout 4 kulturní domy, 10 kulturních center, k nimž patří prostory pro pořádání nejrůznějších společenských akcí, výstav, představení, koncertů apod. Pro příklad je uvedena Koncertní síň Otakara Jeremiáše, která je zároveň sídlem Jihočeské komorní filharmonie České Budějovice. Dále je zde možnost navštívit 4 kulturně – vzdělávací centra, například Evropské informační centrum Jihočeské university. Z dalších kulturních zařízení je třeba zmínit areál Výstaviště České Budějovice, a.s. nebo Hvězdárnu a planetárium nedaleko městského centra. Návštěvník i občan Českých Budějovic může nalézt zábavu také v galeriích. Těch je město čítá celkem 26. Příkladem je uvedena Alšova jihočeská galerie, Rabenštejnská věž či Zlatý dům evropské kultury – ECGH. Město je dále krášleno šestnácti

kostely v čele s Katedrálou sv. Mikuláše nacházející se v centru města nedaleko Černé věže. Muzei je ve městě 5, jedná se například o Jihočeské muzeum či Muzeum koněspřežky. [4]

Ve městě se již tradičně každým rokem pořádají různé kulturní dny, celkem se jedná přibližně o 13 kulturně – společenských akcí, například Bohemia Jazz Fest konaný v červenci na náměstí Přemysla Otakara II. a pro návštěvníky a cizince vytváří spolehlivý a kvalitní kulturní zážitek. Sportovní nadšenci mohou ve městě navštívit zápasy extraligového hokejového týmu v Budvar Aréně, či povzbudit domácí hráče SK Dynamo České Budějovice na jejich fotbalovém stadionu. K aktivnímu využití pak slouží v blízkosti centra lokalizovaný plavecký stadion a sportovní hala.

Jako v téměř každém městě mohou návštěvníci vyhledat služby informačního centra. V Českých Budějovicích se toto centrum nachází přímo na náměstí Přemysla Otakara II. v prostorách městské radnice. Dle výzkumu z konce roku 2008, který si nechalo vypracovat vedení města, si budějovické informační centrum stojí, co se kvality personálu týče, velmi dobře. Návštěvník má možnost si zde pořídit potřebný tištěný materiál v různých jazycích, což je v dnešní době považováno za nesmírně podstatné. Studie dále rozvíjí myšlenku daleko užší spolupráce s centrem Českých drah. Podle průzkumu toto považuje za nezbytné většina dotázaných respondentů. [24]

3.2. Nabídka ubytovacích služeb v České republice a v Jihočeském kraji

Jedním ze stěžejních pojmů je samotná nabídka služeb. Definice služeb existuje celá řada, jelikož se jedná o heterogenní skupinu činností. Může to být poskytování nehmotných statků k uspokojování potřeb za úplatu, dále činnosti, výhody nebo uspokojení nabízené na prodej nebo poskytované v souvislosti s prodejem zboží či z hlediska výrobního podniku jako doplněk nabídky jeho výrobků. [13]

Důležitým aspektem, co se týká služeb v cestovním ruchu, je vytvoření atraktivních nabídek pro volný čas a dovolenou. Objekty a zařízení pro volný čas jsou v mnohých případech předpokladem atraktivnosti. [15]

Pro tuto práci, jejímž tématem je analýza nabídky ubytovacích služeb v Českých Budějovicích, je významnou právě služba poskytovaná ubytovacími zařízeními, konkrétně tedy ve městě České Budějovice. V jižních Čechách mohou návštěvníci využít služeb 974 ubytovacích zařízení a 14 214 míst pro stany a karavany. V samotných Českých Budějovicích se nachází 41 ubytovacích zařízení, ať už se jedná o levné ubytování v podobě

firemních ubytoven, studentské koleje, ubytování v soukromí, penziony či luxusně vybavené hotely. K dalším městům s větším počtem ubytovacích zařízení bezpochyby patří a první místo zaujímá Český Krumlov se 70 zařízeními a Prachatice zaostávající za Českými Budějovicemi s celkovým počtem zařízení 436. V porovnání s ostatními kraji zaujímá Jihočeský kraj s celkovým počtem 15 188 zařízení republikové prvenství v počtu ubytovacích kapacit. Druhým krajem v tomto pořadí je Středočeský kraj s 6 590 ubytovacími zařízeními včetně míst pro stany a karavany. Kraj královéhradecký zaujímá pomyslné třetí místo v žebříčku s počtem ubytování 6 439. [32]

Vzhledem k již výše zmíněnému faktu vyplývajícího z oficiálních statistik pro ubytovací zařízení v Českých Budějovicích zveřejněných na internetových stránkách města, je práce vzhledem k vysokému podílu využívaných ubytovacích zařízení tohoto typu, zaměřena na analýzu nabídky služeb hotelů.

3.3. Hotelnictví v Českých Budějovicích

V Českých Budějovicích se nalézají 19 hotelů, z toho 6 čtyřhvězdičkových, 9 tříhvězdičkových, 1 dvouhvězdičkový, 1 hotel s jednou hvězdou a 2 hotely garni. Všechna tato zařízení fungují celoročně.

Zařízením s největší kapacitou pokojů a zároveň jednou z největších českobudějovických staveb (měří 71 metrů a rozkládá se v 18 podlažích, Černá věž je vysoká necelých 72 metrů) je **hotel Gomel** se čtyřmi hvězdami, který k 1. únoru roku 2011 vstoupil do rozsáhlé rekonstrukce. Otevřen byl v roce 1982 a pojmenován po městu Gomel, které se nachází na území bývalého Sovětského svazu. Dosavadní kapacita hotelu byla 204 pokojů, přičemž 11 pokojů spadalo pod subkategorii Superior a dále se v hotelu nacházela i dvě apartmá. Stavba se nachází přibližně 10 minut od historického centra při silničním tahu na Prahu a v blízkosti městského nákupního centra s množstvím nejrůznějších služeb. Nedaleko je umístěna i zastávka městské hromadné dopravy. Hotel nabízel možnost návštěvy několika typů restaurací, kaváren a barů lokalizovaných přímo v budově. Byl také vyhledávaným místem konání nejrůznějších seminářů a konferencí a to hlavně díky svému kvalitnímu vybavení pro tento typ akcí. [44]

Dalším hotelem pyšnicím se čtyřmi hvězdami a velmi dobrou pověstí (umístil se v první desítce TOP 2009 hotelových zařízení v České republice) je **Grandhotel Zvon**. Tento luxusní hotel se také nachází bezprostředně na náměstí Přemysla Otakara II. Celková kapacita hotelu je 65 pokojů typu Executive a junior Suite, Executive, Business a standardní pokoj,

souhrnný počet lůžek činí 130. V hotelu jsou k dispozici dvě restaurace a prostory pro konání konferencí, pořádání incentive akcí a pro nejrůznější rauty a společenské události. Obdobně jako u hotelu Dvořák je tomu s dopravní dostupností i u Grandhotelu Zvon. [45]

Dále se v Českých Budějovicích nachází čtyřhvězdičkový *hotel Budweis*.

Historie tohoto zařízení je velmi mladá, píše se od října roku 2009, kdy byl hotel otevřen po rozsáhlé rekonstrukci stavby, která původně sloužila jako mlýn již ve 14. století. V hotelu se nalézají 60 pokojů včetně jedné ubytovací jednotky typu suite. Z hotelu do centra města cesta trvá méně než 5 minut, a přesto se hotel nachází v klidné části města u slepého ramene řeky Malše a v blízkosti plaveckého areálu. Místo je snadno dostupné díky nedalekým zastávkám městské hromadné dopravy na Husově třídě. [46]

Čtvrtým níže zmiňovaným zařízením je *hotel Savoy*, taktéž se čtyřmi hvězdami. Kapacita hotelu je 60 pokojů, které se dělí na 4 jednolůžkové a 56 dvoulůžkových s možností 4 přistýlek. Hotelu náleží restaurace se 120 místy a salónek pro 20 hostů. Zařízení mimo jiné nabízí ve spolupráci s Orient Spa možnost strávení romantické a relaxační dovolené, kdy v nabídce pobytu jsou zahrnuty masáže a jiné léčebné procedury. Budova hotelu se nachází na strategickém místě poblíž hotelu Gomel při hlavním tahu na Tábor a Prahu. Severně od hotelu mohou hosté využít služeb nákupních domů IGY a Družba. Dvě minuty od hotelu směrem na jih se nachází zastávka městské hromadné dopravy, pět minut přes městské sady trvá cesta na náměstí Přemysla Otakara II. [47]

Čtyřhvězdičkový *OREA hotel Dvořák*, nacházející se přímo v historickém jádru města na náměstí Přemysla Otakara II., disponuje 33 pokoji s 60 lůžky a možností přistýlek. Díky svému umístění mají hosté tohoto hotelu k dispozici mnoho služeb poskytovaných v nejbližším okolí hotelu, včetně služeb městské hromadné dopravy, jejíž zastávky se nachází v těsné blízkosti centra města. Kromě hotelové restaurace je zde možnost navštívit množství okolních stravovacích podniků. [48]

Šestý níže analyzovaný hotel se čtyřmi hvězdami je *hotel Malý Pivovar*. Nachází se v prastaré budově, kde se dříve vařilo pivo. Tradice pivovarnictví na Českobudějovicku je stará již přes 700 let. V současné době se v budově pivo již nevaří, avšak interiér hotelu i restaurace skýtá mnoho odkazů na toto tradiční odvětví. Samotný hotel nabízí 25 luxusně zařízených pokojů, z toho 4 apartmá a je lokalizován v těsné blízkosti náměstí Přemysla Otakara II. a tím pádem v historickém centru města. Prostory hotelu jsou uzpůsobeny konání různých společenských akcí či konferencí. [49]

Ve městě se, jak již bylo zmíněno, nalézají také 9 tříhvězdičkových hotelů. Prvním z nich je *hotel Adler*, který je lokalizován přibližně 15 minut severně od historického centra

v klidné části Českých Budějovic. Hotel Adler byl otevřen roku 1993 jako první rodinný hotel ve městě. Nachází se v něm 24 pokojů, z toho 2 jednolůžkové, 2 trojlůžkové. Součástí hotelu je restaurace s barem a se zahrádkou. V areálu hotelu je menší parkoviště. Pět minut severozápadně od zařízení je umístěna zastávka městské hromadné dopravy a také dopravní tepna na Tábor a Prahu. [50]

Hotel U tři Lvů se nalézá nedaleko historického centra v těsné blízkosti městského kulturního domu Metropol. Celková kapacita hotelu je 36 pokojů, z toho 2 jednolůžkové, 15 dvoulůžkových – twin, 12 dvoulůžkových – double, 4 třílůžkové, 1 čtyřlůžkový pokoj a 2 apartmá. V objektu se nalézá hotelová restaurace, která je hojně využívána nejen ubytovanými hosty, ale i jako prostor pro pořádání společenských, firemních akcí a oslav, konferencí, seminářů a školení. [51]

Tříhvězdičkový **hotel U Solné Brány** je umístěn v historické budově přímo v ulici vedoucí z náměstí Přemysla Otakara II. Jeho výhodná poloha umožňuje hostům využívat nejrůznějších služeb pohostinských, obchodních a jiných zařízení, která jsou ve velké míře lokalizována v oblasti centra. Hotel nabízí ubytování ve 12 pokojích. Restaurace je určena pro 50 lidí a dále hosté mohou využít i dva salónky s kapacitou 25 a 8 míst k sezení. [52]

Dalším hotelem se třemi hvězdami je **hotel Bohemia**. Stavba, v níž je hotel umístěn, se nachází na místě dřívějšího městského opevnění. V těsné blízkosti hotelu se nachází Mlýnská stoka a městské sady, jižně od hotelu se hosté po krátké chůzi trvající přibližně 2 minuty ocitnou na samotném náměstí Přemysla Otakara II. Hotel nabízí ubytování v 16 pokojích. Hotelová restaurace je umístěna v budově naproti hotelu. K dispozici je hostům i vinárna a letní zahrádka. [53]

Hotel Zátkův Dům je taktéž lokalizován v centru města v zástavbě historických budov, které tvořily obranný val města. Hotel nese jméno významného českobudějovického politika a podnikatele Augusta Zátky, který se v něm v roce 1847 narodil. Hotel je postaven v renesančním stylu. Ubytování je možné v 10 komfortně zařízených pokojích a v objektu se nalézá restaurace - pizzerie Regina a salonky pro 20 osob. [54]

Hotel Klika, umístěný v historické budově a rekonstruovaný v roce 2002, se nachází na břehu slepého ramene řeky Malše v blízkosti Dominikánského kláštera a čtyřhvězdičkového hotelu Budweis. V hotelu je zřízeno 26 moderně vybavených pokojů a k dispozici je hotelová restaurace, zimní zahrada a v letních měsících posezení na zahrádce restaurace. Dostupnost hotelu je více než ideální jak pěšky z historického náměstí (přibližně 5 minut), tak dopravním prostředkem z hlavní Husovy třídy. [55]

Dalším tříhvězdičkovým zařízením je **hotel Filip**. Hotel je lokalizován na velmi atraktivním místě – na Lannově třídě – s mnoha obchody a službami. Z náměstí Přemysla Otakara II. se zákazník k hotelu dopraví za 10 minut a zhruba dalších 5 minut trvá cesta na vlakové nádraží i autobusové nádraží, které je umístěno na střeše nákupního střediska Mercury. Zařízení nabízí 29 pokojů dvoulůžkových, čtyřlůžkových a jednoho apartmá. [56]

Hotel Amadeus s 10 dvoulůžkovými a třílůžkovými pokoji se nalézá v odlehlejší části Českých Budějovic, od městského centra je vzdálen 15 minut pěšky, avšak lze využít služeb městské hromadné dopravy a dopravit se do centra během 5 minut. [56]

Posledním zařízením se třemi hvězdami je **hotel CB Royal**. V hotelu je možno ubytovat se ve 21 dvoulůžkových a 1 třílůžkovém pokoji a ve 3 apartmánech. Zařízení je umístěno 15 minut chůze severozápadně od historického jádra města a 10 minut jihovýchodně od nákupní zóny s obchody typu Baumax, Spar, Terno či OBI. Hotelová restaurace nabízí 54 osob. Atraktivita tohoto zařízení je dána mimo jiné i stylovým atriem v objektu hotelu, které slouží k tanečním a jiným zábavám. [58]

Jediným dvouhvězdičkovým hotelovým zařízením v Českých Budějovicích je **hotel Atrium**. Celková lůžková kapacita hotelu činí 22 lůžek v 8 pokojích. Hotel se nachází na frekventovaném místě – Husově třídě – v blízkosti městského Výstaviště a přibližně 10 minut od centra města. [59]

Hotel Grand, nacházející se přímo naproti vlakovému nádraží a v těsné blízkosti nákupního centra Mercury s autobusovým nádražím, je klasifikován jednou hvězdou. Hotel sídlí přímo u jedné z hlavních dopravních tepen Českých Budějovic, kterou je ulice Nádražní. Hotel je využíván k dlouhodobému pronájmu pokojů. [60]

V Českých Budějovicích se dále nachází i dva hotely s označením „garni“. Prvním z nich je tříhvězdičkový **hotel K.I.T.** s celkovým počtem 50 lůžek ve 20 pokojích. V prostorách malého salonku přímo v objektu hotelu je hostům denně poskytována snídaně a další stravování je umožněno například v sousední budově, kde se nachází restaurace Bernard. Hotel se nachází v blízkosti hotelu Gomel, hlavní tepny na Prahu a Tábor, ulice Pražské a obchodních domů IGY a Družba. [61]

Druhým zařízením tohoto druhu je **hotel Garni P.V.T.**, který je situován 5 minut východně od historického jádra města s maximální dostupností jak pěšky, tak městskou hromadnou dopravou i osobním automobilem. Hotel s celkovou kapacitou 83 lůžek v jednolůžkových, dvoulůžkových a třílůžkových pokojích nabízí možnost snídaně v prostorách objektu. [62]

3.4. Konkurence ubytovacích zařízení v Jihočeském kraji

Konkurence Českých Budějovic v sektoru ubytování a stravování v Jihočeském kraji je celkem kvalitní. Na předním konkurenčním místě stojí město *České Krumlov*, nacházející se 25 kilometrů jižně od Českých Budějovic. V roce 2009 se v českokrumlovských hotelech ubytovalo celkově 136 672 hostů, což je o 18 723 ubytovaných více než ve stejných zařízeních v Českých Budějovicích. Český Krumlov mimo významné historické památky a kulturní akce nabízí služby

16 – ti hotelů, přičemž se zde nachází 1 hotel pětihvězdičkový (Hotel Růže), 6 čtyřhvězdičkových, 7 tříhvězdičkových a dva hotely garni. Dalším konkurenčním místem je s celkovým počtem 9 hotelů město *Písek*, vzdálené 52 kilometrů severozápadně od Českých Budějovic. Ubytovat se zde lze v 1 hotelu se čtyřmi hvězdami, ve 3 se třemi hvězdami a 3 se dvěma hvězdami. Dle počtu zařízení se na 3. místě nachází město *Tábor* se sedmi hotely, které je lokalizováno 60 kilometrů severně od jihočeské metropole. Tři hotely jsou čtyřhvězdičkové a čtyři hotely tříhvězdičkové. Na čtvrtém místě se šesti zařízeními hotelového typu se nalézá *Jindřichův Hradec*, který je od Českých Budějovic vzdálen 54 kilometrů na severovýchod. Zde je možnost ubytovat se ve dvou hotelech se čtyřmi hvězdami, třech se třemi hvězdami a jedním s hvězdami dvěma. Následuje město *Prachatice* se třemi tříhvězdičkovými a jedním dvouhvězdičkovým hotelem. Dostupné je po 46 kilometrech směrem na západ. Posledním zohledněným městem jsou Strakonice s třemi hotely – dvěma tříhvězdičkovými a jedním dvouhvězdičkovým. Strakonice jsou od Českých Budějovic vzdáleny přibližně 59 kilometrů na severozápad.[63], [64]

3.4.1. Ceny za ubytování v jednotlivých konkurenčních zařízeních v Českých Budějovicích

Přibližné ceny za ubytování na 1 noc v jednolůžkových (1/1) a dvoulůžkových (1/2) pokojích s přihlédnutím k hotelovým třídám v období hlavní sezóny (duben až říjen). Nejlevnějším ubytování ve 4* zařízení odpovídají ceny hotelu Savoy, nejdražším je Grandhotel Zvon. Nejnižší cena ve 3* zařízení byla zaznamenána v hotelu CB Royal, nejdražší 1/1 pokoj se nachází v hotelu Zátkův Dům a 1/2 v hotelu Filip.

Tabulka 1: Porovnání cen jednolůžkových a dvoulůžkových pokojů

Název hotelu	Cena 1/1 pokoje v Kč/noc	Cena 1/2 pokoje Kč/noc
Savoy****	1 350	1 850
Gomel****	1 920	2 620
Malý Pivovar****	2 050	2 760
Dvořák****	2 150	2 450
Budweis****	2 490	2 990
Grandhotel Zvon****	2 500	2 900
CB Royal***	850	1 100
Adler***	1 150	1 600
U Tří Lvů***	1 190	1 690
Amadeus***	1 290	1 420
Filip***	1 150	2 000
Klika***	1 360	1 790
Bohemia***	1 490	1 790
U Solné Brány***	1 490	1 990
Zátkův Dům***	1 500	1 750
Atrium**	300	500
Grand*	120	180

Zdroj: autorka, internetové stránky zařízení

3.5. Stravovací služby a gastronomie v Českých Budějovicích

Hotelový host není vázán stravováním v zařízení, ve kterém je ubytován a tak se může stát, že se vydá ochutnávat různé místní speciality do nedalekých pohostinských zařízení komerčního typu.

V Českých Budějovicích se nachází mnoho restaurací a barů, kde jsou k dostání nejrůznější speciality, tradiční česká jídla či jídla světové gastronomie. Vyhlášenými restauracemi s tradičními českými jídly jsou *Masné Krámy* či *Alchymista*. Navštívit lze i zařízení specializující se na některou ze světových gastronomií, například mexickou

restauraci *Hacienda Mexicana*, či italské pizzerie, řeckou restauraci *Akropolis* nebo indický *Tandoor*. Kaváren se ve městě nachází taktéž několik desítek. Mnoho podniků je koncentrováno do centra města a dále pak v obchodních zónách a obchodních centrech. Podle posledních zveřejněných informací ze statistického úřadu z roku 2001 se v Českých Budějovicích nacházelo 491 pohostinských zařízení. [43]

Poměrně zajímavým zařízením je *historická krčma Panský šenk*, nacházející se 3 minuty od náměstí Přemysla Otakara II. A také v blízkosti mnoha ubytovacích zařízení v této lokalitě. Interiér krčmy je situován do období středověku, personál je oděn do typických středověkých šatů. Pro návštěvníky je velmi atraktivní především stravování ve večerních hodinách, jelikož příprava jídla probíhá na otevřeném ohni přímo v centrální místnosti mezi rozmístěnými stoly pro hosty restaurace.

Důležité je zmínit sdružení *Jižní Čechy pohostinné*. Toto sdružení, které vzniklo na podzim roku 2000 v Českých Budějovicích. Na základě dohody o partnerství mezi státním (magistrát města ČB) a soukromým sektorem (manažeři a majitelé hotelů a restaurací v ČB) vytvořili společně pravidla pro stravovací služby poskytované v hostinských podnicích. V kompetenci asociace je udělovat zájemcům certifikát „Jižní Čechy pohostinné“. Členství v asociaci je spojeno se striktním dodržováním vytyčených pravidel. Stanovené cíle sdružení se týkají reprezentace jižních Čech a Českých Budějovic na veletrzích, výstavách a podobných akcích doma i v zahraničí, zlepšování cateringových služeb a tím i docílení spokojenosti zákazníků, dále pak usilovat o zlepšení povědomí o pohostinském průmyslu, snažit se o odstranění nebo alespoň vytlačení nekvalitních podniků se špatnými službami (nepoctivost personálu, nekvalitní pokrmy apod.) na okraj odvětví, zmapovat nespolehlivé pracovníky v tomto odvětví a v neposlední řadě vyvolat v lidech pocit hrdosti a spokojenosti s podniky českého stravovacího úseku a tím je i přimět, aby se do dobrých zařízení vraceli. [71]

3.6. Aktuální trendy v hotelnictví v Českých Budějovicích

3.6.1. Kapacity pro pořádání kongresů v Českých Budějovicích

Region jižní Čechy a zvláště pak České Budějovice má velký předpoklad pro rozvoj kongresového a incentivního cestovního ruchu. Z hlediska kongresového cestovního ruchu lze České Budějovice označit jako město tzv. druhé volby a to proto, že jeho vzdálenost od mezinárodního letiště v Praze je přibližně 2,5 hodiny. Od roku 2012 by měl být zahájen provoz mezinárodního letiště v blízkosti Českých Budějovic. Město je schopno ubytovat velké množství hostů ve čtyřhvězdičkových hotelech a nabídnout uspokojivé množství stravovacích a zábavně-společenských zařízení. [25]

Kongresové zařízení musí splňovat určité požadavky, co se týká materiálně technických podmínek, k pořádání podobné akce. Měly by mít k dispozici jednací prostory s kancelářským zázemím a s náležitým vybavením, jakým je dostatečná kapacita stolového a sedacího nábytku, řečnický pult, dále pak technické prostředky (mikrofon, dataprojektor, plátno, VHS, DVD a CD přehrávač, profesionální ozvučení, připojení na internet, tabule apod.). K dispozici je vhodné mít i společenské prostory pro účastníky kongresu.

Ve městě k účelům kongresové turistiky sloužil díky svému skvělému konferenčnímu vybavení do roku 2010 mimo jiné ke kongresovým účelům hotel Gomel, který nyní v roce 2011 prochází rekonstrukcí, aby mohl být v prosinci roku 2011 znovu otevřen jako špičkový kongresový hotel pod názvem Clarion Congress Hotel České Budějovice. K dispozici byly 2, resp. 3 kongresové sály (možnost propojení sálů 1 a 2) pro 200 a 300, resp. 500 účastníků o celkové rozloze 180 m² a 180 m², resp. 360 m². Dále se v hotelu nacházelo dalších 9 místností k všestrannému využití s celkovou kapacitou (salónky, kavárny, foyer u restaurací, restaurace apod.). Dalšími hotely hojně využívanými ke konání kongresů, konferencí, seminářů apod. jsou například hotel Malý Pivovar, Grandhotel Zvon, hotel Budweis, hotel Dvořák, hotel U Tří lvů. V porovnání s pražským zázemím pro tyto druhy akcí stále ještě České Budějovice značně zaostávají, avšak co se týká kongresových akcí menšího významu, stojí si vcelku dobře.

Mimo hotelové prostory se zde pro pořádání těchto událostí využívají i prostory domu kultury Metropol s kapacitou 800 míst, multikina CineStar s 314 místy, kulturního centra Bazilika v OC IGY s kapacitou 450 míst. Dále pak například prostory Jihočeské university, Biologické centrum AV ČR či Výstaviště s kapacitou největšího sálu 700 míst. Další kapacity pro pořádání kongresů, konferencí apod. lze nalézt nedaleko Českých Budějovic a to

na Hluboké nad Vltavou, kde se v krásném okolí významného zámku nachází Hotel Štekl (7 místností, největší možná kapacita jednoho sálu je 400 osob) či dále Parkhotel Hluboká nad Vltavou.

Tabulka 2: Porovnání nejvýznamnějších kongresových kapacit v ČB a Hluboké nad Vltavou

Název zařízení	Počet místností	Název největšího sálu/prostoru	Maximální konferenční kapacita	Kapacita všech místností	Počet lůžek	Možnosti využití
Metropol	9	Společenský sál	800	1 816	-	D, ZM, Š, K, U, Ra, B
Výstaviště	5	Sál Z	700	1 708	-	D, ZM, Š, K, U, Ra, B
Hotel Gomel	12	Kongresový sál 1 + 2	500	1 512	418	Re, D, ZM, Š, U, B
Bazilika	6	Velký sál	450	702	-	D, ZM, Š, K, U, Ra, B
Parkhotel Hluboká nad Vltavou	7	Sál I. + II. + III.	350	870	150	D, ZM, Š, ženeva, ples, koktejl, B
Jihočeská univerzita	2	Aula	250	300	2000	D, ZM, Š, U, Ra, B
Biologické centrum AV ČR	2	Kongresová aula	180	193	-	ZM
Hotel Štekl Hluboká nad Vltavou	7	Terasa	120	522	80	D, ZM, Š, K, U, Ra, B
Hotel Budweis	2	Kongresový sál	100	135	120	D, ZM, Š, K, U, Ra, B
Grandhotel Zvon	2	Sál Mozart	90	170	130	D, ZM, Š, K, U, Ra, B

Vysvětlivky: **Re** (recepce), **D** (divadlo), **ZM** (zasedací místnost), **Š** (školní akce), **K** (kabaret), **U** („U“ – stůl), **Ra** (raut), **B** (banket)

Zdroj: České Budějovice – Každý den – Kongresy, informační brožura

3.6.2. Solné jeskyně a wellness v českobudějovických hotelech

Za velmi dobrý marketingový tah lze považovat provozování či zprostředkování jakékoliv relaxační procedury v rámci hotelového provozu. Pokud nějaký hotel v Českých Budějovicích zahrne do své nabídky služeb tyto procedury, jedná se většinou jejich zprostředkování nebo doporučení zařízení v okolí. Je však možné nalézt i takové zařízení, které služby nabízí přímo v objektu hotelu.

Jedním takovým zařízením je *hotel Filip*. Ubytování hosté (a nejen ti) mohou mimo využití jiných wellness balíčků (využívá se vana whirlpool, která by dle odporníků neměla chybět v žádném wellness zařízení, je tedy známkou kvalitních služeb) navštívit přímo v hotelu umístěnou solnou jeskyni. V jeskyni lze vzhledem přítomnosti mikročástic suché soli relaxovat v prostředí podobném přímořským oblastem. Ve vytvořeném mikroklimatu se uvolňují prvky jódu, vápníku, draslíku, sodíku, magnezia a selenu a bromu. Přítomnost v solné jeskyni působí na příjemně lidské smysly (sluch, čich). Člověk zde podstupuje terapie, (haloterapie, musikoterapie, coloroterapie), které napomáhají především k relaxaci, odpočinku, úlevě při dýchání a celkově působí velmi kladně a prospěšně na lidský organismus ve všech věkových kategoriích. [56]

Dalšími zařízeními, které svým klientům však již nabízejí možnost využití wellness procedur zprostředkovaně, jsou *hotel Budweis* a *hotel Savoy*. Oba zmíněné hotely mají pro své hosty připraveny speciální wellness balíčky, které mimo jiné obsahují i wellness jídelníček. Hotel Budweis ve svém balíčku nabízí rovněž koupele ve vaně whirlpool, dále pak léčivé bahenní procedury, masáže či zprostředkování solné jeskyně. Hotel Savoy v rámci své nabídky wellness balíčků spolupracuje s wellness centrem Orient Spa, které je od hotelu vzdáleno cca 50 m. Součástí nabízených procedur mohou být masáže lávovými kameny, zábaly z mléka, medu a pudru, turecká lázeň či thajská nebo havajská masáž. [46, 47]

3.6.3. Rekonstrukce hotelu Gomel v Českých Budějovicích

Hotel Gomel, dominanta Českých Budějovic, vstoupil do rekonstrukce 1. února roku 2011. Budovu vysokou 71 metrů koupila v roce 2008 pražská developerská a investiční společnost CPI Group (Czech Property Investments, a.s.) s úmyslem ji v následujících letech zrekonstruovat, zmodernizovat a tím nabídnout kvalitnější služby, vybavení a vyšší úroveň. Rozsáhlou rekonstrukci do jisté míry ovlivňuje i trend kongresové turistiky. Hotel byl rekonstruován již v roce 2005, tato modernizace se však týkala hlavně ubytovací části hotelu. Nyní jsou plány zaměřeny především na rozvoj a rozšíření konferenčních a společenských prostor a gastronomické nabídky zařízení, hotelového vybavení včetně vybavení pokojů a parkoviště, jehož kapacita bude ve výsledku navýšena celkově na 300 míst. Konferenční a společenský sál bude moci nabídnout 640 míst a bude jej moci díky speciální technologii rozčlenit na více místností pro více událostí pořádaných souběžně. V nové tváři by měl hotel v rámci úspory energie fungovat ekologičtěji. Plánované investice do rekonstrukce budovy se pohybují okolo 280 milionů korun. Zrekonstruovaný hotel by měl být zprovozněn v prosinci

roku 2011 a díky zvýšení kvality a úrovně poskytovaných služeb zařazen do sítě mezinárodního řetězce Choice Hotels International pod názvem Clarion Congress Hotel České Budějovice. Zařízení bude i nadále spadat pod společnost CPI Hotels, která zároveň od měsíce března roku 2011 řídí provoz i kulturního a kongresového sálu v obchodním centru IGY vzdáleném od hotelu přibližně 5 minut. Hotelový konferenční prostor i tento sál v obchodním centru mohou dohromady nabídnout kapacitu 1 100 míst. [16]

3.6.4. Hotel Budweis

Nový moderní hotel Budweis se čtyřmi hvězdami se nachází, jak již bylo výše zmíněno, nedaleko městského historického centra v ulici Mlýnská u slepého ramene řeky Malše. Historie budovy hotelu sahá až do 14. století, kdy však stávala zatím jen jedna budova mlýna – Přední (Dvorní mlýn). Budova Zadního mlýna na místě existovala již na konci 13. století. Majitelé objektu se střídali s velkou frekvencí až do roku 1926, kdy byl mlýn prodán Jihočeským elektrárnám, následně však opět prodán do osobního vlastnictví. V období socialismu se v budově Předního mlýna nacházel sklad Domácích potřeb. [67]

Přestavba mlýna na hotel byla zahájena v lednu roku 2009 a v ten samý rok v říjnu slavnostně otevřena. Hotelové pokoje se rozkládají v šesti podlažích v celkovém počtu 60 s výměrou 23 až 26 m² s do všech je možný bezbariérový přístup. Skladba pokojů je následující: 1 suite a 59 pokojů dvoulůžkových, z nichž 3 jsou uzpůsobeny hendikepovaným hostům. Ještě v roce 2009 byl hotel oceněn 2. místem v soutěži o podnikatelskou nemovitost roku, kterou pořádala Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest, která je podřízena Ministerstvu průmyslu a obchodu České republiky. Hotel úspěšně podstoupil v květnu roku 2010 proces certifikace a obdržel Certifikát o udělení klasifikačního znaku Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení České republiky na období 2010 až 2012 pro kategorii hotel a třídu First Class (4 hvězdy). [46]

Lokace hotelu a okolní atraktivita výrazně přispívají oblíbenosti a kladnému hodnocení zařízení ze strany tuzemských i zahraničních hostů. V období krize hotel nezaznamenal výrazný pokles návštěvnosti, přičemž nejvyšší obsazenost je patrná v období jara až podzimu. V hotelu se ubytovávají jak „business klienti“, tak klasičtí turisté.

Cenové relace za jednotlivé pokoje se pohybují v rozmezí 2 390 – 2 990 CZK/noc za dvoulůžkový pokoj a 1 890 – 2 290 CZK/noc za jednolůžkový pokoj. Cenové hodnoty pro dvoulůžkový pokoj řadí hotel Budweis na 5. místo v cenovém porovnání s ostatními čtyřhvězdičkovými hotely v Českých Budějovicích, kterých je zde v celkovém součtu šest.

Nejvyšší orientační cenu udává jen Grandhotel Zvon v historickém centru města. Cena za jednolůžkový pokoj řadí hotel Budweis v žebříčku na 4. místo, před hotel Malý Pivovar a Grandhotel Zvon. [68]

Hotel je vhodným místem pro pořádání konferencí či firemních akcí. Díky komfortu a modernosti zařízení plynoucí do značné míry z relativně krátké historie budovy jako hotelu je v objektu k dispozici kvalitní technické zařízení. Na konci září tohoto roku se v hotelu bude konat mimo jiné Mezinárodní kongres koupacích jezírek. [46]

3.6.5. Hosté v ubytovacích zařízeních v Českých Budějovicích

Podle průzkumu zpracovaného na podnět města se v roce 2009 hosté přenocovali v ubytovacích zařízeních v následujícím poměru: 39,9 % hostů v hotelu, 12,9 % v penzionu, 0,5 % v soukromém ubytování, 8,3 % na kolejích a ubytovnách, 4,8 % v kempech, 30,7 % u příbuzných a známých a 2,4 % jinak. [38]

Údaje ze statistického úřadu uvádějí pro ubytování v Českých Budějovicích tyto data: z celkového počtu 190 351 hromadných ubytovacích zařízení se hosté v počtu 100 829 ubytovali v čtyřhvězdičkových hotelech, v počtu 37 671 ve třihvězdičkových hotelech a zbylí hosté v počtu 51 851 využili možnosti ostatních druhů ubytování. [39]

V rámci celého kraje lze zmínit i národnostní strukturu ubytovaných návštěvníků v jihočeských zařízeních v roce 2009. Z celkového počtu 917 033 tvořili hosté s českou příslušností největší podíl, a to 633 846 ubytovaných osob. Z nerezidentů tak významný podíl tvořili Němci (71 483), Rakušané (24 076), Nizozemci (21 943), Slováci (11 654), Francouzi (11 217), Japonci (10 656), Američané (9 000), Italové (8 660), Číňané (7 981), Poláci (7 267), Ukrajinci (6 778), Rusové (6 337), Maďaři (6 066) a obyvatelé Spojeného království Velké Británie a Severního Irska v celkovém počtu 5 899. [40]

3.6.6. Návštěvníci města České Budějovice

Ze studie uvedené na oficiálních stránkách města České Budějovice vyplývá několik následujících trendů: zvyšuje se podíl zahraničních turistů oproti českým, zvyšuje se podíl návštěvníků z Německa, Holandska a Rakouska. Město čím dál častěji navštěvují například Rusové a Poláci a nárůst je zaznamenán i u italských turistů. Dalším trendem je pokles návštěvníků z Prahy a snížený význam cestovního ruchu uvnitř Jihočeského kraje. Výrazně se také snížil podíl návštěvníků ve věku do 25 let. Čtvrtina všech návštěvníků do Českých

Budějovic zavítá zpravidla vícekrát do roka. Zvýšil se také podíl návštěvníků, kteří ve městě strávili více než jeden den, většinou se jednalo o víkendové pobyty. [25]

Dle oslovených odborníků tvoří hlavní skupiny návštěvníků v Českých Budějovicích obyvatelé Jihočeského kraje (přijíždějí hlavně za nákupy, prací, kulturou a zábavou), obyvatelé Prahy (vlastní v Jihočeském kraji chalupy a chaty), ostatní návštěvníci z České republiky (účastní se firemních akcí, veletrhů a výstav), návštěvníci z Německa a Rakouska (přijíždějí nakupovat, ale i za kulturou, českým pivem či gastronomií) a návštěvníci z ostatních zemí (záleží na jednotlivých atraktivitách, přijíždějí sem například kvůli podnikání a práci). [25]

Co se týče navštívených míst na území města jednoznačně nejoblíbenější historickou památkou či kulturním zařízením Jihočeské divadlo, Jihočeské muzeum, Pivovar Budvar, Černá věž, Muzeum Budvar a Muzeum historických vozidel a zemědělské techniky. [25]

3.7. Dostupnost a doprava v Českých Budějovicích

Magistrát města Českých Budějovic v posledních letech řeší neustálý problém s dopravními kongescemi neboli „zácpami“ a funkčně nevhodně řešenými křižovatkami, silnicemi, viadukty a průjezdy ulic, a to hlavně v oblasti vlakového nádraží a výpadové silnice na Tábor a Prahu severně od centra města. Diskutovaným problémem je neexistence dálnice. Někteří odborníci tento „nedostatek“ považují jako velkou překážku rozvoje kongresové a incentívni turistiky. K řešení všech sporných situací z hlediska dopravy na pozemních komunikacích je využíván materiál Integrovaný plán organizace dopravy, při jehož naplňování by mělo docházet k logickým postupům a vzájemným vazbám v procesu řešení situací dopravy. [25], [64]

V Českých Budějovicích lze nalézt jak vlakové, tak autobusové nádraží. Město tedy lze považovat za autobusem či vlakem dostupné. Dopravní podnik města České Budějovice poskytuje služby 38 trolejbusů na šesti linkách a 61 autobusů na třinácti linkách. Roční úhrn najetých kilometrů se pohybuje okolo 6 milionů kilometrů a počet přepravených cestujících činí okolo 40 milionů. [63]

V blízkosti města se nachází také letiště v Hosíně, které je však zaměřeno hlavně na létání sportovní, nebo Veřejné vnitrostátní letiště v obci Planá, které je od města vzdáleno 6,5 kilometrů. Mezinárodní letiště v Praze je od Českých Budějovic vzdáleno přibližně 2,5 hodiny. [25]

Z hlediska parkování lze v Českých Budějovicích využít parkovacích ploch přímo na náměstí Přemysla Otakara II., dále pak na Senovážném náměstí, Mariánském náměstí či náměstí Palackého. [25]

4. MARKETINGOVÝ VÝZKUM

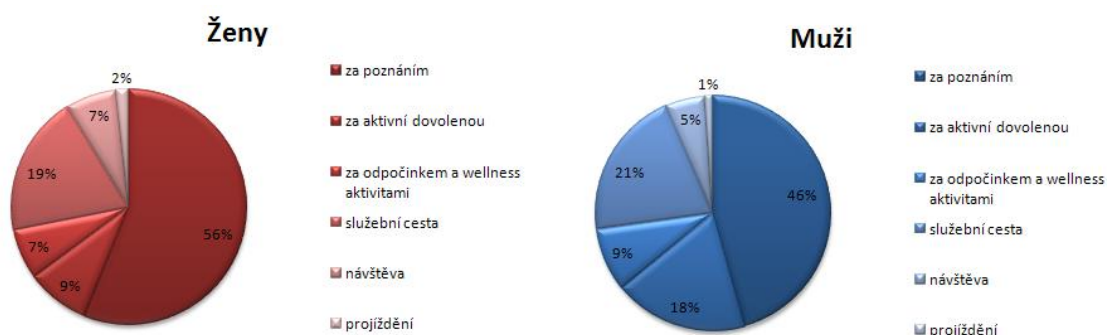
4.1. Vyhodnocení dotazníkového šetření

Dotazníkové šetření bylo prováděno v 9 zařízeních. Rozneseno bylo celkem 170 dotazníků, vyplněno 134, byla tedy zaznamenána návratnost 78%. Vzor dotazníku viz příloha č. 7

První otázka směřovala k důvodu návštěvy Českých Budějovic. Z celkového počtu 134 respondentů jich 74 (49 %) uvedlo, že přicestovali za poznáním, 24 (16 %) za aktivní dovolenou, 12 (8 %) za odpočinkem a wellness aktivitami a 41 (27 %) dotázaných přijelo z jiného důvodu, kdy s celkovým součtem 30 odpovědí převažovaly pracovní důvody v podobě služebních cest na obchodní jednání či obdobné pracovní schůze, dále pak návštěvy známých (9 respondentů), návštěva parní železnice v okolí či návštěva galakonzertu. Dva dotázaní hosté pouze využili zařízení k přespaní na delší trase.

Dle pohlaví lze porovnat důvody návštěvy z pohledu mužů (celkový počet 79) a z pohledu žen (celkový počet 55). Muži přijeli převážně za poznáním, dále pak na služební cestu, za aktivní dovolenou, odpočinkem a wellness aktivitami. Nejméně jich přijelo za návštěvou známých, příbuzných či za prohlídkou parní železnice v okolí a 1 % návštěvníků pouze ve městě přenocovalo na delší trase. Mezi ženami přijelo nejvíce dotázaných za poznáním, dále na služební cestu, za aktivní dovolenou, a shodně za odpočinkem a wellness aktivitami a za návštěvou známých, příbuzných či na galakonzert a 2 % návštěvnic jen projíždělo.

Graf 1: Důvod návštěvy Českých Budějovic dle pohlaví návštěvníků



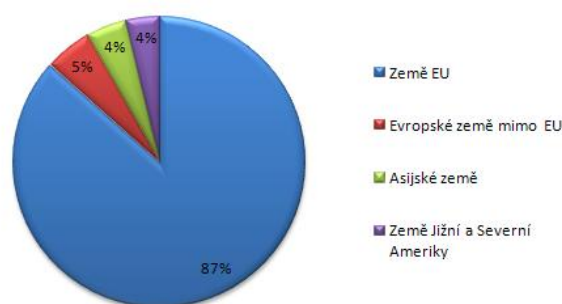
Zdroj: autorka

Národnostní a věková struktura ubytovaných hostů

Z geografického hlediska se v zařízeních ubytovávalo nejvíce hostů ze střední Evropy (včetně Čechů tvořil podíl 85 %), dále pak již v o poznání menší míře se zde nacházeli hosté z jižní Evropy (7 %), východní Evropy (3 %), západní Evropy (3 %) a nejméně hostů přijelo z Evropy severní (2 %).

Celkově přijelo 116 hostů ze zemí Evropské unie, 7 hostů z evropských zemí mimo EU, 6 respondentů z Asie a 5 ze zemí Jižní a Severní Ameriky.

Graf 2: Národnostní struktura návštěvníků zařízení z geografického hlediska



Zdroj: autorka

Dotazníkové šetření bylo provedeno u 134 osob, které do Českých Budějovic přicestovaly z 82 světových měst. Při zohlednění nejpočetnějších národnostních skupin a také nejbližších sousedních zemí České republiky lze uvést, že v rámci **respondentů z České republiky** do Českých Budějovic přicestovalo celkem 45 respondentů z 12 českých krajů. Nejvíce hostů přicestovalo z Prahy a Středočeského kraje (celkem 16), dále pak z Ústeckého kraje (8, Děčín, Chomutov, Most, Ústí nad Labem), následoval Pardubický kraj (5, Pardubice, Česká Třebová, Vysoké Mýto) a shodně návštěvníků z Jihomoravského (4, Brno) a moravsko-slezského (4, Ostrava, Opava, Frýdek Místek). Další významnou skupinou byli **němečtí občané** (21 návštěvníků). Nejvíce jich z nejrůznějších důvodů přijelo ze severozápadního a západního Německa z oblasti Brém (1, Brémy), Severního Porýní – Vestfálska (4, Bielefeld, Bonn, Kolín nad Rýnem, Duisburg), Porýní – Falc (1, Mainz) a oblasti Bavorska (10, Mnichov, Augsburg, Bayeruth, Norimberk, Regensburg). **Návštěvníci z Rakouska** (21) zavítali nejčastěji ze sousedních Horních Rakous (4, Freistadt, Linz) a Dolních Rakous a Vídně (11, Vídeň, St. Pölten, Wels, Jedenspiegen). **Slovenští návštěvníci** (8) přicestovali převážně ze severozápadní

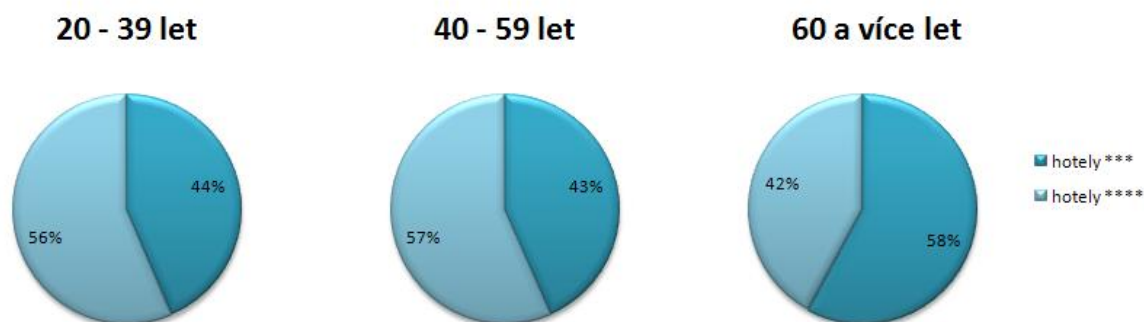
a severní části země, konkrétně z Bratislavského kraje (5, Bratislava), Trenčínského kraje (1, Trenčín) a Žilinského kraje (1, Žilina).

Z hlediska národnosti lze v souvislosti hosty s kvalitou služeb naprosto spokojenými nebo alespoň spíše spokojenými s veškerými službami zařízení uvést následující hodnoty: respondenti z Velké Británie, Irsko, Švédsko, Rusko, Polsko, Slovensko, Ukrajina, Řecko, Indie, Čína, Japonsko, Thajwan, Mexiko a Amerika uvedli naprostou spokojenost či byli s drobnými výhradami spíše spokojeni. Druhou příčku v žebříčku spokojenosti obsadili hosté z Rakouska (98 % spokojenost), dále pak Italové (97 %), Švýcaři (96 %), Češi a Němci (shodně 95 %), Maďaři (93 %), Japonci (90 %), Kanadčané (80 %) a nejméně spokojen byl příslušník Francie (20 %), který uvedl nespokojenost jak s ubytovacími a stravovacími službami, tak s vybavením zařízení. Jednalo se o hotel Malý Pivovar.

Dle provedeného průzkumu navštívili ubytovaní návštěvníci město České Budějovice převážně za poznáním. Tento podíl činil celkem 74 (49 % z celkového počtu odpovědí respondentů), z čehož 63 (42 %) tvořili nerezidenti a 11 (7 %) rezidenti. Mezi cizince, kteří navštívili Českou republiku za účelem poznání, převládali Němci (celkem 14 návštěvníků) a Rakušané (celkem 18). Tito hosté se nejčastěji ubytovávali v hotelech Malý Pivovar, Budweis, Gomeľ a Adler.

Z hlediska věkové struktury byla se všemi poskytovanými službami nejvíce spokojena kategorie hostů od 60 a více let (spokojenost na 98 %), dále následovala skupina hostů ve věku od 20 do 39 let (96 %) a „nejméně“ spokojeni byli respondenti v kategorii 40 – 59 let (95 %). Pevládali hosté ve věku 20 – 39 let (46 %), a to jak v hotelech čtyřhvězdičkových (35 hostů z celkového počtu 73, což tvoří 48 %), tak v hotelech tříhvězdičkových (27 hostů z celkového počtu 61, což tvoří 44 %). Větší podíl ubytovaných v této skupině tvořili ubytovaní muži. Následovala věková skupina 40 – 59 let, která činila 40 % všech ubytovaných. V této věkové kategorii se v zařízeních ubytovalo více mužů než žen a celkově tito hosté převládali v čtyřhvězdičkových zařízeních. V kategorii od 60 let a více (14 %) převládalo více žen a celkově se hosté ubytovávali ve větší míře v hotelech tříhvězdičkových. Hosté ve věku do 19 let nebyli zaznamenáni.

Graf 3: Věková struktura hostů v jednotlivých hotelových kategoriích



Zdroj: autorka

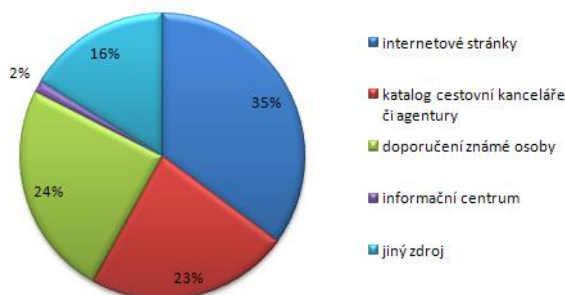
V rámci nejpočetnějších národnostních skupin lze také zmínit, že nejvíce ubytovaných Čechů spadalo do kategorie 20 - 39 let, nejvíce Němců pak do kategorie 40 - 59 let a Rakušanů do skupiny 20 – 39 let.

Podle průzkumu v závislosti na pohlaví respondentů byli s kvalitou naprosto spokojeni nebo spíše spokojeni dotázaní muži (96 %), ženy byly spokojeny o jeden procentní bod méně (95 %).

Zdroje informací o ubytovacích zařízeních

Informace o ubytovacím zařízení respondenti čerpali nejvíce z 35 % (52) z internetových stránek zařízení, či internetových rezervačních serverů, z 23 % (34) byly využity katalogy cestovních kanceláří a agentur, dále pak 24 % (36) respondentů zvolilo zařízení na základě doporučení známé osoby, pouze 2 % (2) klientů vyhledalo informace pomocí informačních center a 16 % (24) ubytovaných uvedlo zdroj jiný. Jako jiný zdroj byla v nejvyšší míře uvedena zaměstnavatelská firma ubytované osoby (12), 4 respondenti si zařízení vybrali náhodně při vyhledávání noclehu ve městě. Zbývající ubytovaní využili služeb hotelů na základě dobrých zkušeností z let předcházejících či za pomoci a zprostředkování ubytování jiným hotelem při projíždění jednotlivými městy v rámci organizovaného poznávacího zájezdu.

Graf 4: Využití zdroje informací o ubytovacích zařízeních



Zdroj: autorka

Zahraniční hosté čerpali informace převážně z katalogů cestovních kanceláří či cestovních agentur, nebo z internetových stránek, ať už se jednalo o webové stránky zařízení nebo zprostředkovatelské servery (např. www.booking.com, apod.). Čeští hosté se o zařízeních dozvěděli v největší míře od známé osoby, tzn., dostalo se jim doporučení a dále čerpali informace taktéž z internetových stránek.

Následující odstavce jsou věnovány hodnocení spokojenosti jednotlivých služeb zařízení.

Kvalita personálu

Ačkoliv je personál jedním z nejvíce diskutovaných témat, zejména v negativních souvislostech typu nedostatečné jazykové vědomosti, neochota, nepříliš rozsáhlé znalosti nabízených služeb, dotazníkové šetření pro tuto práci ukázalo vcelku pozitivní výsledky. Ve tříhvězdičkových hotelech byly hodnoty vyjadřující spokojenost se službami personálu dokonce nad 90 %. Ze souhrnného počtu 134 dotázaných hostů jich na otázku jak jsou spokojeni s kvalitou personálu hotelu celkem 117 (87 %) odpovědělo, že se službou personálu jsou naprosto a bez výhrad spokojeni, 15 (11 %) respondentů bylo s drobnými připomínkami spíše spokojeno, spíše nespokojeni byli celkem 2 hosté (2 %). Zbylé možnosti odpovědí nebyly využity.

V průzkumu zahrnutých čtyřhvězdičkových hotelech (Gomel, Budweis a Malý Pivovar) z celkového počtu 73 vyplněných dotazníků považovalo 60 (82 %) dotázaných personál za vstřícný, ochotný a příjemný. Zbylých 13 hostů bylo s personálem spíše spokojeno, výhrady se objevily pouze k chování personálu restaurace a to v hotelu Budweis.

V tříhvězdičkových hotelech (Adler, Amadeus, Klika, U Solné Brány, Zátkův Dům) a hotelu garni (Garni K.I.T.) byly ze souhrnného počtu 61 vyplněných dotazníků zjištěny následující výsledky: oproti výsledkům ve čtyřhvězdičkových hotelech byla naprostá spokojenost se službami a chováním personálu vyšší, celkem tuto odpověď uvedlo 57 (94 %) respondentů. Dva hosté (3 %) byli spíše spokojeni a zbylí dva (3 %) spíše nespokojeni, výhrady, či připomínky však uvedeny nebyly.

Graf 5: Spokojenost s kvalitou personálu



Zdroj: autorka

Kvalita ubytovacích služeb

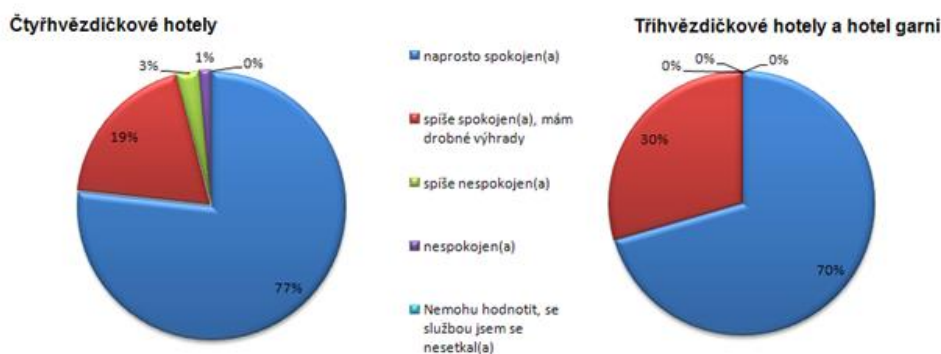
Z celkového počtu 134 odpovědí na otázku týkající se spokojenosti s ubytovacími službami hotelu projevilo 99 (74 %) respondentů naprostou spokojenost, 32 (24 %) jich bylo s drobnými připomínkami spíše spokojeno, spíše nespokojeni byli celkem 2 hosté (1 %) a nespokojen byl pouze jeden dotázaný host.

Ve čtyřhvězdičkových hotelech byla zjištěna následující data: 56 (77 %) dotázaných bylo se službou naprosto spokojeno. Hosté si chválili dobré umístění zařízení (Budweis, Malý Pivovar), pěkný výhled (Gomel) či velké, dobře vybavené a čisté pokoje (Budweis). Spíše spokojeno bylo 14 (19 %) respondentů. Vyskytly se zde výhrady týkající se pokojů, které hosté v některých zařízeních považovali za příliš malé, tmavé a v zimních měsících chladné (Gomel, Malý Pivovar) dále se objevily stížnosti na nedostupné připojení na internet, ačkoliv byla služba inzerována (Gomel) a v neposlední řadě nespokojenost s příliš malou kapacitou hotelového výtahu (Gomel). Spíše nespokojeni byli pouze 2 hosté (3 %). Důvodem bylo okolí zařízení, respektive hluk z ulice (Malý Pivovar). Dále se objevila nespokojenost s kapacitou parkovacích

míst (Malý Pivovar). Jen jeden host byl se ubytovací službou nespokojen, hotel shledal mimo jiné připomínky k ostatním hotelovým službám předražený a na základě svého názoru by toto zařízení ani dále nedoporučil (Budweis). Ostatní možnosti odpovědí nebyly zaznamenány.

Výsledky dotazníků vyplněných hosty tříhvězdičkových hotelů a hotelu garni odkryly spokojenost s ubytovacími službami vyšší než u hotelů vyšší kategorie. Celkem bylo naprosto spokojeno 43 (70 %) hostů. Ubytovaní a spokojení klienti si chválili dobré polohy hotelů i přes jejich téměř centrální umístění (Zátkův Dům, Klika) a čisté, útulné a pohodlné pokoje s vhodnými interiérovými dekoracemi (Klika, Zátkův Dům, U Solné Brány). Spíše spokojeno bylo 18 (30 %) respondentů. Mezi nejčastější připomínky paradoxně patřila kritika velikosti pokojů a jejich strohému či starému nábytku (Klika, U Solné Brány). Stejně jako u čtyřhvězdičkových hotelů se objevily výtky k nestabilnímu připojení na internet (Garni K.I.T.) či hlučnému okolí hotelu (U Solné Brány), ale tato výhrada nebyla spatřována jako vyložený důvod k nespokojenosti. Ostatní možnosti odpovědí nebyly využity.

Graf 6: Spokojenost s ubytovacími službami



Zdroj: autorka

Nejstarší hosté (věková skupina 60 a více let) se nejčastěji ubytovávali v hotelu Budweis (26 %), v ostatních hotelech byly hodnoty vyrovnané. Nejmladší zaznamenaná klientela (20 – 39 let) se nacházela v hotelech Budweis (19 %), Gomel (18 %) a Malý Pivovar (19%).

Kvalita stravovacích služeb a doplňkového prodeje

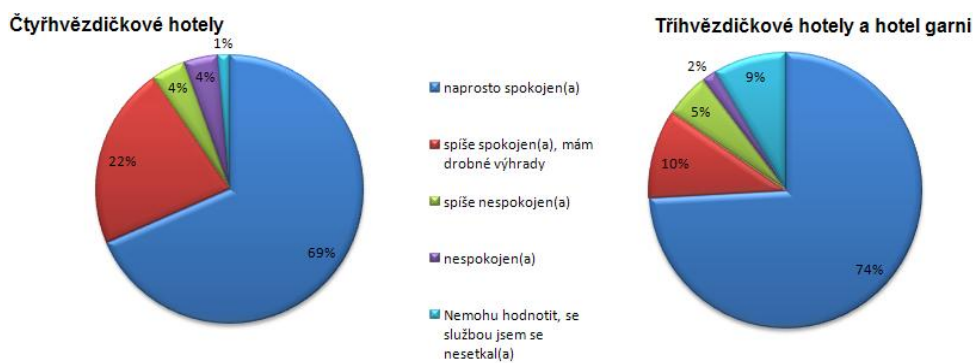
Spokojenost se stravovacími službami vyjadřuje o poznání méně dotázaných. Naprosto spokojeno se stravováním v zařízení je celkem 93 (69 %) hostů, s drobnými

výhradami spíše spokojeno 25 (19 %). Spíše nespokojeno bylo 6 (5 %) respondentů, nespokojeni 4 (3 %) a službu z různých důvodů nevyužilo a tím pádem nehodnotilo 6 (5 %) ubytovaných hostů.

Ve čtyřhvězdičkových hotelech byly zaznamenány následující hodnoty: naprosto spokojeno bylo 50 (69 %) dotázaných, spíše spokojeno celkem 16 (22 %) hostů. Připomínky těchto hostů se týkaly snídaňové nabídky a to ve všech sledovaných zařízeních této kategorie. Snídani shledali nedostatečnou, chudou a k dispozici byl malý výběr jídel. Výhrady se vyskytly i k restauračnímu prostředí, a to v souvislosti s nevhodnou hudbou či přeplněnému prostoru a mnoha rezervacím v hotelové restauraci i baru pro jiné hosty (Malý Pivovar). Tři respondenti (4 %), kteří byli spíše nespokojeni a jiní 3 (4 %), kteří byli nespokojeni, kritizovali nejčastěji taktéž snídaňovou nabídku. Snídaňový bufet je dle jejich názoru nutné do budoucna zlepšit, nyní jej shledávají vhodný spíše pro ubytování nižších kategorií (Budweis). Jeden host službu nevyužil, a proto nehodnotil.

Stravovací služby v tříhvězdičkových hotelech a hotelu garni byly hodnoceny s největší částí kladně, naprostou spokojenost projevilo 43 (74 %) hostů, spíše spokojeno bylo 9 (10 %) dotázaných. Výhrady se podobně jako u hotelů vyšší kategorie týkaly především nekvalitní a nedostatečné snídaňové nabídky, kritika se objevila i u obsluhy restaurace (U Solné Brány). Spíše nespokojeni byli 3 (5 %) hosté, pokrmy zhodnotili jako nekvalitní, zeleninu s prošlým datem spotřeby a jídla podávaná během dne ohřívána. Jeden host (2 %) byl nespokojen, připomínka se týkala opět jednoduché, nedostatečné a nekvalitní snídane (Zátkův Dům). Pět respondentů (9 %) službu nehodnotilo.

Graf 7: Spokojenost se stravovacími službami



Zdroj: autorka

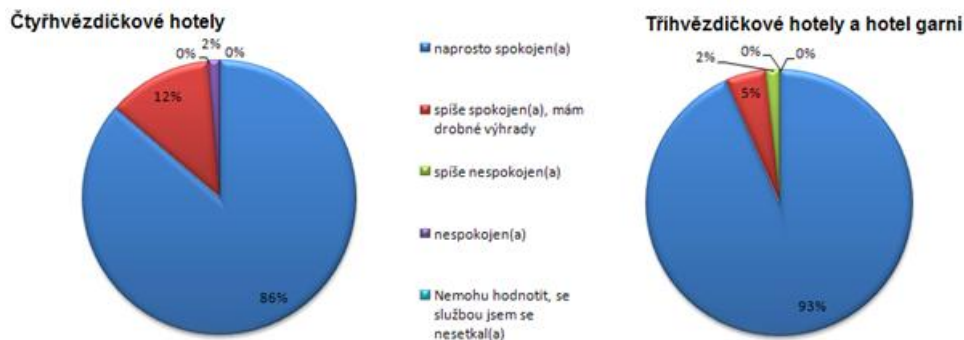
Recepční služba

V šetření ve všech hotelech byly v oblasti recepčních služeb získány obdobné hodnoty jako u průzkumu kvality personálu, jelikož spolu tyto oblasti úzce souvisí. V základě se jedná o zapojení lidského faktoru. Naprosto spokojen byl vysoký podíl dotázaných, celkem 120 (89 %). Spíše spokojeno bylo 12 (9 %) hostů, spíše nespokojen pouze 1 (1 %) a nespokojen také 1 (1 %) respondent.

Ve čtyřhvězdičkových hotelech je se službou naprosto spokojeno 63 (86 %) hostů, recepční pracovníci byli pochváleni za přátelské chování a ochotu řešit vzniklé problémy během dne i noci (Budweis). Spíše spokojeno bylo 9 (12 %) dotázaných, výhrada byla uvedena ke komplikované manipulaci s cestovním pasem (Budweis). Nespokojen byl pouze 1 (2 %) host. Stížnost se týkala špatně nastaveného kurzu při výměně peněz (Malý Pivovar). Ostatní možnosti odpovědí nebyly využity.

Co se týká naprosté spokojenosti, jsou hodnoty průzkumu v tříhvězdičkových hotelech a jednom hotelu garni o pár procentních bodů výše než u hotelů čtyřhvězdičkových. Spokojeno bez výhrad bylo 57 (93 %) hostů, spíše spokojeni 3 (5 %) dotázaní, jejichž připomínky se týkaly především neprofesionálního chování recepčních pracovníků, kteří byli shledáni neochotnými a nepřijemnými (Amadeus). Spíše nespokojen byl jen jeden (2 %) host, avšak výhradu neuvedl. Ostatní možnosti odpovědí nebyly využity.

Graf 8: Spokojenost s recepční službou



Zdroj: autorka

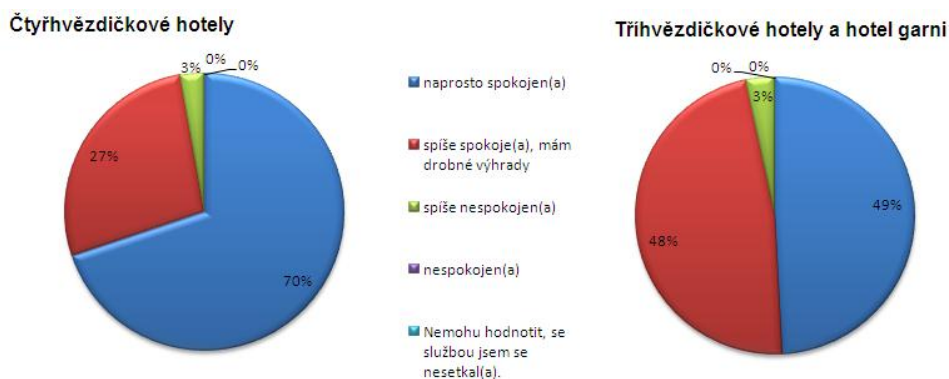
Vybavení zařízení

Hotelové vybavení patří stejně jako otázka personálu k častým podnětům k diskuzím. V mnoha českých hotelech bohužel platí trend postupného snižování kvality vybavení interiéru a jeho opotřebovávání bez přílišné snahy o jeho opravu či obměnu. Všeobecný názor respondentů se odráží v následujících hodnotách vycházejících z dotazníkového šetření. Naprosto spokojeno je 81 (60 %) hostů z celkového počtu 134 účastníků šetření. Spíše spokojeno bylo 49 (37 %) dotázaných, spíše nespokojeni 4 (3 %) hosté. Nespokojenost nevedl žádný respondent.

Výsledné hodnoty ve čtyřhvězdičkových hotelech vykazují naprostou spokojenost s vybavením u 51 (70 %) hostů, kteří hodnotili pokoje a jejich vybavení jako čisté, dostatečně prostorné s kvalitním a pohodlným vybavením (Malý Pivovar, Budweis). Spíše spokojeno bylo 20 (27 %) dotázaných, výhrady se týkaly prostorů výtahu, které se zdály být příliš malé (Gomel), dále nespokojenosti s vybavením pokoje – starý nábytek (Gomel), nekvalitní postele (Malý Pivovar). Vyskytly se také potíže s přistýlkami pro malé děti (Budweis). Spíše nespokojeni byli 2 (3 %) hosté, jako výhradu shodně uvedli problémy s připojením na internet, přestože služba je součástí nabídky zařízení (Gomel, Malý Pivovar). Ostatní možnosti odpovědi nebyly využity.

Spokojenost s vybavením zařízení u tříhvězdičkových hotelů a hotelu garni se v porovnání se spokojeností v čtyřhvězdičkových hotelech výrazně odlišuje. Naprosto spokojena byla zhruba polovina dotázaných hostů, celkem 30 (49 %). Spíše spokojeno bylo 29 (48 %) respondentů. Připomínky tito hosté vznášeli především k vybavení koupelny, kde by uvítali vysoušeč vlasů (Adler, U Solné Brány), dále by pak preferovali vhodněji, příjemněji a osobněji zařízený pokoj (Klika). Problémy byly dále zaznamenány v souvislosti s nefunkčním připojením na internet (Klika, Adler), rozbitými umyvadlovými bateriemi v koupelně (Adler). Výhrady se objevily i k nábytku zařízení, který se zdál být nemoderním (U Solné Brány), či k nepohodlným postelím (Klika). Jeden respondent uvedl, že by v zařízení uvítal zázemí pro wellness aktivity (U Solné Brány). Spíše nespokojeni byli 2 (3 %) hosté. Tito dotázaní postrádali na pokojích vysoušeč vlasů či trezor a dále byli nespokojeni s malými úložnými prostory pro svá zavazadla (U Solné Brány). Ostatní možnosti odpovědi nebyly využity.

Graf 9: Spokojenost vybavením zařízení



Zdroj: autorka

Zajištění kulturního a sportovního vyžití ze strany zařízení

Ubytovací zařízení by mělo v souvislosti se svou kategorií poskytovat nebo alespoň zajišťovat i jiné služby, nežli ubytování, stravování, prádelenské služby apod. Aby se host v zařízení cítil spokojeně a pohodlně, je třeba mu nabídku služeb v rámci možností co nejvíce rozšířit, poskytovat mu informace o možnostech využití volného času mimo hotel nebo přímo v hotelu. Informace lze podávat recepci, umisťovat nabídky, letáky, brožury přímo na hotelové pokoje a v neposlední řadě proklamovat na internetových stránkách. Měly by být k dispozici informace mimo jiné o komunálních službách (holičství, kadeřnictví, masážní salóny, půjčovny kol či lodí, taxislužba apod.), dále pak o poskytovatelích sportovních, kulturních, lázeňských nebo wellness služeb.

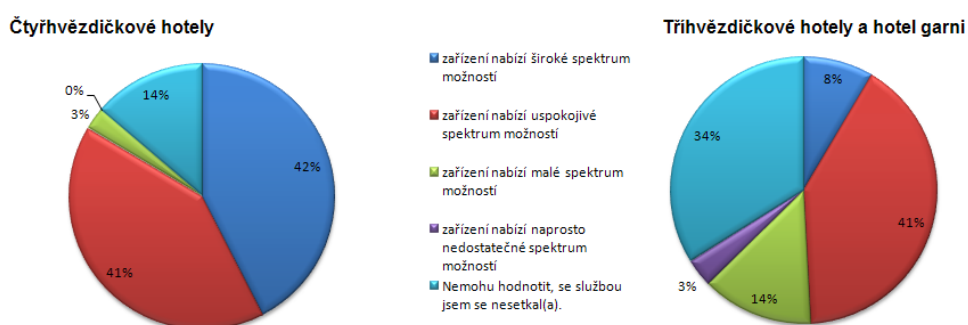
Dotazníkové šetření odhalilo výsledek, který udává, že z celkového počtu 134 respondentů jich 36 (27 %) shledává zajištění různých možností ze strany zařízení k strávení volného času jako dostatečné, respektive jim je nabízeno široké spektrum možností. Nejvyšší podíl – 55 (41 %) zaznamenaných odpovědí – připadl názoru, že zařízení nabízí uspokojivý rozsah možností. Celkem 9 (7 %) hostů shledává zajištěné možnosti jako malé, 2 (1 %) hosté jako naprosto nedostatečné a 32 (24 %) dotázaných se se službou v zařízení nesetkalo.

Ve čtyřhvězdičkových hotelech bylo s touto službou, resp. zprostředkováváním a zajišťováním kulturního, sportovního či dalšího vyžití, spokojeno nejvíce klientů v hotelu Malý Pivovar, podíl spokojených hostů v rámci vyplněných dotazníků pro tento hotel (30) vykázal 63 %. Hodnoty pro hotely Gomel a Budweis se pohybovaly okolo 30 %. Pro všechny čtyřhvězdičkové hotely byly výsledky následující: názor, že zařízení nabízejí široké spektrum

možností, zaujalo 31 (42 %) hostů, 30 (41 %) dotázaných považovalo spektrum možností jako uspokojivé, 2 (3 %) respondentů jako malé a 10 (14 %) hostů službu nehodnotilo.

V tříhvězdičkových hotelech převládal názor, že zařízení nabízejí uspokojivé spektrum možností. Nejvyšší hodnocení v této kategorii obdržel vzhledem k dotazníkům vyplněným pro toto zařízení hotel Klika. Nabídku jako uspokojivou zde shledalo 67 % dotázaných. Následoval hotel U Solné brány (41 %), Adler (33 %), Amadeus (20 %) a hotel Zátkův Dům s 12 %. Z celkového souhrnu všech tříhvězdičkových hotelů a hotelu garni shledávalo rozsah zajištěných možností jako široký celkem 5 (8 %) dotázaných, uspokojivý 24 (41 %), malý 8 (14 %), naprosto nedostatečný 2 (3 %) hostů a 20 (34 %) respondentů službu nehodnotilo.

Graf 10: Zajištění kulturního a sportovního vyžití ze strany zařízení



Zdroj: autorka

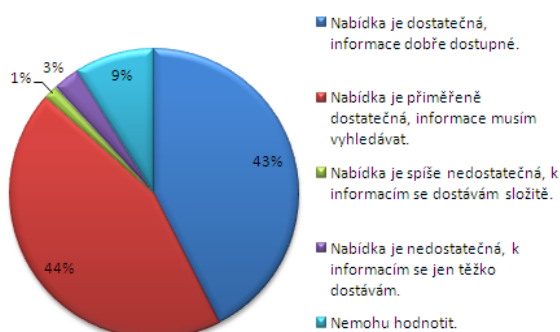
Nabídka ostatních služeb cestovního ruchu v regionu

Turisté využívají ubytovacích služeb z větší části proto, že je zkrátka nutné někde přenocovat, aby se mohli na vzdáleném místě, místě mimo místo trvalého pobytu věnovat poznávání nových lidí či kultur či věcí, vzdělávání, zábavě, sportu apod. Každý region by se proto měl věnovat tvorbě a následně vhodné propagaci možností, které návštěvník v dané oblasti může využít k realizaci vlastních cílů či tužeb nebo k využití volného času. Turistům by měla být na vhodných místech (informační centra, informační tabule, recepce hotelů apod.) k dispozici nejrůznější doporučení k návštěvám lokálních atraktivit či nabídka vstupenek (na různé akce, festivaly, do muzea, divadla), dále pak informace o sportovních či relaxačních možnostech (horolezecká centra, lanová centra, plovárny, otevřená koupaliště, lázně). Některá hotelová zařízení publikují na svých internetových stránkách například tipy na výlety v okolí. Dle výsledků průzkumu z oficiálních internetových stránek města České Budějovice

byla, co se týká návštěvnosti kulturních a historických památek nejvíce navštěvována místa jako Státní hrad a zámek Český Krumlov, Zoologická zahrada Hluboká nad Vltavou, Zámek Hluboká nad Vltavou, Jihočeské divadlo (a otáčivé hlediště v Českém Krumlově), Jihočeské muzeum, Pivovar Budvar, Černá věž, Informační centrum JE Temelín, Klášter Zlatá Koruna, Alšova jihočeská galerie Hluboká nad Vltavou, Muzeum Budvar a Muzeum historických vozidel a zemědělské techniky v Žimuticích – Pořežanech nedaleko Týna nad Vltavou. [22]

Z počtu 134 dotázaných hostů považuje nabídku ostatních služeb regionu jako dostatečnou a informace dobře dostupné 57 (43 %) dotázaných, 59 (44 %) shledává nabídku jako přiměřeně dostatečnou, informace musí dohledávat, pro 2 (1 %) hosty je nabídka spíše nedostatečná a k informacím se dostávají složitě, 4 (3 %) respondentů považuje nabídku dalších služeb cestovního ruchu v regionu za nedostatečnou a informace těžko dostupné a 12 (9 %) návštěvníků nabídku nijak neposoudilo.

Graf 11: Nabídka dalších služeb cestovního ruchu v regionu



Zdroj: autorka

Doporučení zařízení dalším osobám

Ze 134 respondentů by zařízení, ve kterém tito hosté přenocovali, dále doporučilo 128 (96 %) a z různých důvodů nedoporučilo 6 (4 %) dotázaných. Nejvíce nespokojeni se službami byli hosté čtyřhvězdičkových hotelů, záporně se jich vyjádřilo 5, což tvoří 7 % z vyplněných dotazníků pro tuto kategorii. Ve tříhvězdičkových hotelech se proti dalšímu doporučení vyjádřil pouze jeden (2 %) respondent. Při rozdělení respondentů na rezidenty a nerezidenty lze zmínit, že z celkového počtu rezidentů (45), by jich zařízení doporučilo 43 osob a nedoporučily celkem dvě (muž a žena). Ze souhrnného počtu 89 nerezidentů by zařízení dále doporučilo 85, přičemž převládaly kladné mužské odpovědi, a dále nedoporučili celkem 4 cizinci (3 ženy a 1 muž).

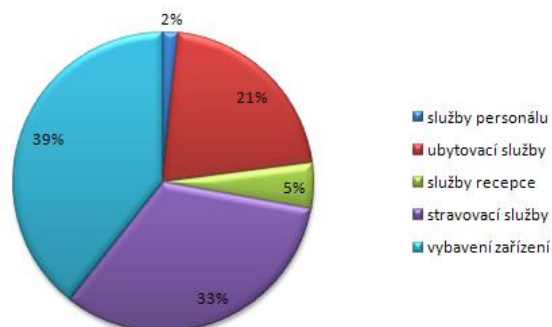
Lze uvést několik skupin dle různých hledisek. Dle národností platili za největší „stěžovatele“ tuzemští hosté, celkem uvedli 17 hlavních připomínek a větší podíl tvořili ženy. Nejvíce výhrad bylo vzneseno k vybavení zařízení a ke stravovacím službám. Za Čechy následovali Němci (12 připomínek), kteří negativně hodnotili hlavně stravovací služby. V pořadí třetí národností byli Rakušané (10 připomínek), jejich výhrady se týkaly především vybavení zařízení. Poslední významný podíl tvořili Italové (4 stížnosti), kteří byli nespokojeni se stravovacími službami.

Celkem bylo uvedeno 61 připomínek, které se týkaly různých oblastí služeb. Stížnosti konkrétně směřovaly k následujícím službám či prvkům: nejvíce výhrad bylo uvedeno k prostorám pokoje, jeho vybavení a také k vybavení koupelny (celkem 24). Konkrétně lze uvést 6 stížností na malý, tmavý a stroze zařízený pokoj, 13 stížností na jeho vybavení (starý nábytek, nevyhovující postele, problémy s přistýlkami, trezorem, okny, klíči od pokoje) a 5 doporučení na dodání vysoušeče vlasů do koupelny. Dále byly zaznamenány stížnosti ke stravovacím službám (celkem 20), především k nekvalitní snídani a nedostatečného výběru pokrmů při bufetové snídani (17 stížností) a zbylé připomínky se týkaly prostředí restaurace (nevhodná hudba), špatné obsluhy a přeplněné kapacity restaurace. Celkem 6 hostů uvedlo nespokojenost s připojením na internet, dále pak 4 stížnosti byly vzneseny na službu recepce (neochota, nepříjemnost, řešení administrativních záležitostí), 3 stížnosti shodně na nedostatečné parkovací kapacity a malý hotelový výtah. Následovaly výhrady k okolí hotelu (2), které bylo shledáno hlučným, jedna stížnost se týkala cenového ohodnocení hotelu (předražený) a poslední připomínka byla směřována k nedostatečnému zajištění hotelových wellness služeb.

Při dělení dle věku lze zmínit, že nejvíce stížností uvedli hosté v kategorii 20 až 39 let (48 %), a jejich stížnosti se týkaly hlavně služeb stravovacích a vybavení zařízení. Respondentů ve věku 40 – 59 let uvedlo výhrady celkem 38 %, připomínky byly zaměřeny taktéž na stravovací služby a vybavení zařízení. Nejméně stížností uvedli ubytovaní ve věku 60 a více let (14 %) a jejich výhrady směřovaly hlavně k vybavení zařízení. Respondent v kategorii do 19 let nebyl zaznamenán.

Z hlediska pohlaví si na služby více stěžovaly ženy (celkem 32), muži vznesli o 3 výhrady méně (29). Hodnoty jsou celkem vyrovnané u hodnocení všech služeb, nejvíce stížností z hlediska pohlaví bylo vzneseno na vybavení zařízení, následovaly stížnosti na stravovací služby a u žen převládala počet připomínek směřujících k ubytovacím službám.

Graf 12: Stížnosti na jednotlivé hotelové služby



Zdroj: autorka

4.2. Řízené rozhovory a mystery shopping

Bylo vyhodnoceno celkem 13 řízených rozhovorů vedených v jednotlivých hotelových zařízeních s pracovníky recepce, vedoucími recepce či majiteli zařízení a zároveň bylo provedeno vlastní pozorování v každém z hotelů. Bylo zapojeno 5 čtyřhvězdičkových hotelů (Dvořák, Gomel, Savoy, Budweis a Malý Pivovar), 7 tříhvězdičkových hotelů (Adler, Amadeus, Bohemia, Klika, Zátkův Dům, U Tří Lvů, U Solné Brány) a jeden hotel garni (Garni K.I.T.). Otázky byly zaměřeny na jednotlivé segmenty provozu ubytovacího zařízení. Vzor dotazníku pro řízený rozhovor a pro vlastní pozorování je uveden v příloze č. 8.

Poloha a vzhled hotelu

Po vyhodnocení odpovědí a pozorování týkajících se polohy hotelu lze uvést, že celkem 8 hotelů je na dobře přístupném místě, 5 hotelů je přístupno částečně a to z důvodu nedostatečného značení v centru města. Chybí ukazatele směru a polohy hotelů, které se nacházejí v odlehlejších lokalitách města. V 10 případech je z dálky na první pohled zřejmé, že se jedná o hotel, je tedy dobře a viditelně označen. U 3 zařízení je tomu tak částečně, a to především pokud je hotel součástí širší zástavby obytných a jiných domů (Dvořák), či se skládá z více budov (Bohemia). Kladným dojmem působí označení celkem 11 hotelů, 2 zbylé (Gomel, U Tří Lvů), vzhledem k použitým panelovým prvkům, působí kladným dojmem pouze částečně. Jako relativně velký problém lze uvést čistotu v okolí hotelů.

Jako hotel s čistým okolím byl ohodnocen pouze Savoy, U Tří Lvů a Amadeus. V částečně čistém okolí se nachází celkem 9 hotelů. Hlavním důvodem je mnohdy centrální nebo téměř centrální poloha hotelu, kdy se v blízkosti zařízení nacházejí nejrůznější pohostinská zařízení, kluby, stánky s občerstvením apod. U jednoho hotelu (Budweis) lze uvést, že blízké okolí hotelu je sice udržované a čisté, avšak vzdálenější okolí je nevyhovující, a to především kvůli vodní stoce, ve které se často nachází odpadky a další nečistoty.

Parkoviště, vstupní hala, výtah, toaleta

Velmi kladně lze hodnotit přítomnost vlastního parkoviště u všech 13 hodnocených hotelů. O poznání horší výsledek byl prokázán u samotného orientačního označení hotelového parkoviště. Zcela zřejmý a dobře označený příjezd se nachází pouze u 4 hotelů, 5 zařízení má svá parkoviště označena částečně, a 4 zařízení označená parkoviště nemají (Klika, Bohemia, U Solné brány, Garni K.I.T.). Pouze u 3 hotelů byl uveden dostatečný počet parkovacích míst pro ubytované hosty, zbylých 10 zařízení nedisponuje dostatečnou kapacitou míst nebo disponuje pouze částečně. Parkoviště jsou hlídána u všech 13 zařízení a jejich okolí je udržované a čisté.

Co se týká vnitřních prostor a interiéru, byly vstupní haly s ohledem na kvalitu vzduchu a dostatečnému osvětlení, hodnoceny většinou kladně, patrnější výkyv se projevil jen u příjemnosti a sladěnosti použitých interiérových barev – zde bylo kladně hodnoceno 46% hotelů (6 z 13 zařízení). Při shrnutí lze uvést, že vstupní hala ve 12 zařízeních působí čistým a udržovaným dojmem a v jednom je tomu částečně, a to především z důvodu použití tmavých barev, částečného osvětlení či čistého a kvalitního vzduchu.

Výtah se nalézá v 8 z 13 sledovaných zařízení. U všech zařízení lze uvést, že výtah je čistý, dobře osvětlen, všechny výtahové komponenty udržovány v čistotě (zrcadla, informační a funkční tabule s tlačítky). Všechny výtahy působí udržovaným dojmem i po technické stránce a jsou pravidelně kontrolovány. V hotelu Gomel byly prostory výtahu shledány příliš malými vzhledem ke kapacitě ubytovacích jednotek.

Společné prostory toalet pro ubytované hosty či hosty hotelových restaurací byly shledány čistými ve všech zařízeních. Všechny prohlédnuté toalety byly srozumitelně označeny jak pro pány, tak pro dámy, všechna zařízení (WC, umyvadla, vysoušeče rukou, nádoby na mýdla apod.) byla čistá a fungovala bezchybně, hygienické potřeby byly řádně doplněny. V 9 z 13 zařízení jsou veřejné toalety dostupné osobám s tělesným postižením. V hotelu Adler

se toalety nacházejí v prostorách bezbariérově přístupné restaurace v objektu hotelu, avšak přístup do ubytovací části hotelu pro osoby na invalidním vozíku zajištěn není. Ze 13 sledovaných zařízení tak má bezbariérový přístup zajištěno pouze hotelů 8, což odpovídá 62 %.

Provoz a služby recepce, personál recepce

Otevírací doba recepcí je u sledovaných zařízení shodně uváděna jako nepřetržitá, tedy funguje 24 hodin denně. Pracovníci recepce jsou ochotni v případě plné kapacity v zařízení poskytnout informace o jiných dostupných ubytovacích zařízeních v okolí. Ve 12 z 13 zařízení je na recepci možné na vyžádání obdržet aktuální hotelový informační materiál, zakoupit hygienické potřeby a vyměnit finanční prostředky. Ve všech zařízeních lze na recepci uschovat cennosti či objednat buzení na pokoj. Check – in probíhá téměř ve všech hotelích od 14:00, výjimečně od 11:00 nebo 12:00. Dvě zařízení ubytovávají hosty kdykoliv, nemají stanoven přesný čas. Téměř ve všech hotelech lze dle domluvy dobu nastoupení upravit. Check – out probíhá nejčastěji ve 12:00 nebo dříve, dobu lze dohodou pozměnit. Při příchodu do zařízení obdrží host ke klíči od pokoje či elektronické kartě hotelový (ubytovací) průkaz celkem v 6 zařízeních. Jedná se o všech 5 sledovaných čtyřhvězdičkových hotelů a jeden tříhvězdičkový (Zátkův Dům). Shodně ve všech zařízeních je hostu umožněno uhradit účet za ubytování v hotovosti, prostřednictvím faktury, platební kartou i v cizí měně, přičemž v některých hotelech lze však zaplatit v rámci cizí měny pouze v eurech.

Ve všech zařízeních hovoří personál recepce anglicky a zároveň německy. Francouzský jazyk je na českobudějovických hotelových recepcích využíván z 23 % a to zejména v zařízeních s velkým počtem francouzsky mluvících hostů (Gomel, Budweis, Zátkův Dům). Třetím nejfrekventovanějším jazykem je jazyk ruský (15 %), dalšími jazyky (slovenský, španělský, srbochorvatský) jsou schopni se domluvit pracovníci v 8 % všech zařízení (dle výše zmíněného pořadí – Gomel, Dvořák, Dvořák).

Co se týká chování a taktosti personálu recepce, ve všech zařízeních byl pozdrav na uvítanou i při loučení shledán vhodným, slušným a dostatečným. Personál recepce je ochotný, vstřícný a přátelský ve 12 zařízeních, v jediném (U Tří Lvů) byla pozorována mírná neochota spolupracovat či zodpovědět kladené otázky. U 12 zařízení byla povědomost o nabízených službách shledána jako naprosto dostatečná, v jediném (U Tří Lvů) jako částečně dostatečná. Co se týká oděvu recepčních pracovníků (převážně pracovník) bylo 10 pracovník

oděno vhodně, decentně a elegantně a ve 3 tříhvězdičkových hotelích (U Tří Lvů, U Solné Brány, Garni K.I.T.) byli pracovníci oblečeni civilně až neadekvátně.

Hotelová restaurace

Prostředí hotelové restaurace bylo v souvislosti s prvním dojmem ohodnoceno na stupnici od 1 do 5 (kde ohodnocení 1 se rovná dobrému dojmů - čisté a upravené restauraci a 5 špatnému dojmů a neupravenému prostředí) na 1 pouze ve dvou čtyřhvězdičkových zařízeních (Gomel a Budweis). Ohodnocení 2 obdrželo celkem 9 zařízení a zbylá dvě zařízení dostala známku 3, především za nedostatečnou sladěnost dekorací a interiéru, nepřiliš vhodnému uspořádání stolů či nedokonalosti v osvětlení. Osvětlení bylo shledáno vhodným a dostatečným v 7 zařízeních a v 6 zařízeních lze uvést, že bylo méně dostatečné a to zároveň v souvislosti s použitými tmavými barvami v interiéru. Co se týká nábytku, dekorací či koberců, převládala spíše mírná nespokojenost s těmito prvky (v celkem 10 zařízeních), v prostorách je často používáno větší množství nesourodých doplňků, ať už se jedná o dekorativní suché květy, obrazy, živé květiny a jiné předměty. Nábytek a inventáře byly shledány ve většině zařízení (12 hotelových restaurací) udržovanými, byl zvolen pohodlný typ židlí. Jako diskutabilnější problém lze uvést rozmístění stolů v jednotlivých hotelových restauracích. Je zřejmé, že pokud se jedná o menší rodinný hotel, není mnohdy možné zajistit rozmístění ideální. V 7 zařízeních je uspořádání stolů naprosto vyhovující, poskytuje hostům dostatek prostoru. V 5 zařízeních lze uspořádání ohodnotit jako spíše vhodné, a v jedné restauraci jako spíše nevhodné. Je tomu tak v hotelu Garni K.I.T., a to především kvůli malému prostoru, který je zároveň společenskou místností zařízení. Ve všech zařízeních se dbá na čistotu a udržovaný vzhled prostírání stolů. Co se týče koberců, parket či jiných materiálů na podlaze zařízení, v 9 zařízeních nebyl shledán nedostatek v podobě propálených, znečištěných či zašlých povrchů, ve 4 zařízeních (jednalo se především o tříhvězdičkové hotely).

Personál restaurace byl shledán jako naprosto vyhovující po vizuální stránce ve všech zařízeních, muži nejčastěji oblékají černé společenské kalhoty s košilemi či decentními triky, ženy černé kalhoty či sukně a společenské košile nebo jiná vhodná trika. Hotelová snídaňová nabídka je v 62 % zařízení (8) hodnocena jako dostatečná, v 5 zařízeních (Budweis, Malý Pivovar, Adler, U Solné Brány, Zátkův Dům) je snídaňová nabídka spíše dostatečná, pokrmy nejsou příliš rozmanité. Ve všech restauracích je k dispozici obsáhlý jídelní i nápojový lístek.

Problémem, který řeší většina pohostinských zařízení, je především rozdělení prostoru na kuřácký a nekuřácký. Ve všech hotelových zařízeních bývá pravidlem, že v čase snídaně se v prostorách nekouří, avšak během dne už může být jinak. Českobudějovické hotely podrobené analýze vykázaly poměrně dobrý výsledek. Ze 13 zařízení jich 11 uvádí, že prostor restaurací je rozdělen na kuřácký a nekuřácký, popřípadě je možno využít nekuřáckých salónek či jiných vyhrazených prostor. Částečně rozdělen je prostor restaurace v hotelu Adler. Hotel, který restauraci na tyto dva prostory striktně rozdělenou nemá, je pouze hotel Savoy.

Ubytování, pokoje, koupelny

Na základně hodnocení a pozorování ubytovacích prostor bylo zjištěno, že v každém pokoji v každém zařízení je vyvěšen ubytovací řád. V 10 zařízeních k uzamykání pokoje využívá klasického zámku na klíč, ve 3 čtyřhvězdičkových hotelech (Savoy, Gomel a Budweis) hosté k odemykání pokoje obdrží elektronickou kartu. V souvislosti s uzamykáním pokoje byla zkontrolována funkčnost zámků na dveřích do pokojů taktéž u všech zařízení, a byla shledána jako dostatečná a bez závažných nedostatků, jen v hotelu Adler byly pozorovány menší problémy s uzamykáním dveří zevnitř pokoje. Ve všech 13 zařízeních lze zhodnotit zařízení a vybavení pokoje jako odpovídající hotelové třídě. Interiér pokojů působí příjemně a sladně jen v 6 zařízeních. Jedná se o 4 zařízení čtyřhvězdičková (Malý Pivovar, Budweis, Savoy, Dvořák) a dva tříhvězdičkové hotely (Adler, Klika). Jako zařízení s drobnými nedostatky ve sladnosti nábytku a dekorací byly hodnoceny celkem 4 hotely, mimo jiné hotel Gomel. Ve třech zbylých hotelech působí zařízení pokoje přehuštěným až mírně nevkusným dojmem. Lépe hodnoceny jsou hotely v souvislosti s osvětlením, to se zdá být dostatečné ve všech zkoumaných zařízeních. Dalším analyzovaným prvkem je přítomnost psacího stolu s dostatečným osvětlením. Tuto část interiéru lze zmínit jako uspokojivě splněnou u 9 hotelů, přičemž se jedná o všechny čtyřhvězdičkové hotely a 4 hotely se třemi hvězdami. Ve dvou hotelech se stůl určený k pracovním aktivitám nenachází. Nábytek ve sledovaných zařízeních se nachází ve velmi dobrém stavu, pouze ve dvou (U Solné Brány, Gomel) jej lze označit jako celkem uspokojivý. Podlahy všech zařízení jsou udržovány v čistém stavu. Technická zařízení a vybavení pokojů (rádio, TV, vysoušeč vlasů, trezor) jsou plně funkční v 10 hotelech. Ve třech ubytovacích zařízeních byly shledány nedostatky především v topení či netěsnících umyvadlových bateriích (Adler, Zátkův Dům, Garni K.I.T.). Co se týče prostoru pokojů, dostatečným byl shledán v 9 zařízeních. Jako méně prostorný byl uveden pokoj v hotelech U Solné Brány, Zátkův Dům, Garni K.I.T. a Bohemia.

Prostory koupelen se vybavením i prostorem liší ve větší míře s přihlédnutím k hotelové třídě, velikosti hotelu a typu pokoje (jednolůžkový, dvoulůžkový apod.). Jen v 46% (6) navštívených koupelnách lze prostor nazvat jako dostatečně prostorný. Jedná se o všechny čtyřhvězdičkové hotely a hotel U Tří Lvů. Koupelnové prostory o poznání menší se nacházejí v 6 zařízeních a celkem neuspokojivě prostorná koupelna je k dispozici v hotelu Zátkův Dům. Všechny koupelny jsou však čisté a po technické stránce udržované, je instalováno i kvalitní a dostatečné osvětlení. Zařízení a vybavení koupelen (bodová světla nad zrcadly, vysoušeč vlasů, toaleta či umyvadla), jsou na občasné drobné a odstranitelné vady v pořádku ve všech koupelnách a působí udržovaným dojmem.

Výraznější výhrady lze vznést zvukové izolaci v jednotlivých pokojích navštívených zařízení. Jen ve 3 hotelech je možno uvést, že venkovní hluk není v pokoji patrný. Týká se to hotelů Adler (je umístěn cca 20 minut od centra v klidné části), Budweis a Klika (nachází se na relativně klidném místě nedaleko centra). V různé míře patrný hluk z okolí, ulic či silnic lze zaznamenat ve zbylých 10 hotelech, většinou se jedná o hotely s centrální polohou, kde se v blízkosti nacházejí zábavní a pohostinské podniky.

Jako celkem zajímavý jev lze považovat nepřítomnost dotazníků týkajících se spokojenosti hostů. 12 zařízení uvedlo, že dotazníky hostům buď nepředkládají, nebo tak učinila jen párkrát v minulosti, ale stále k dispozici takový formulář hosté nemají. Častým argumentem byla poznámka, že hosté si dotazníků přiložených k hotelovému materiálu nevšimnou, nebo nemají chuť ani čas formulář vyplnit. V některých případech dochází k tomu, že dotazník není vytvořen v mutaci jazyka hosta, který zároveň nemusí být schopen porozumět například anglicky, nebo německy. Jen jeden hotel (U Solné Brány) uvedl, že prostřednictvím dotazníků provádí pravidelné průzkumy spokojenosti zákazníků s nabízenými službami.

Společenské prostory, salónky

Pod společenské prostory byly v průzkumu zahrnuty také prostory s křesly a stolky v blízkosti recepcce, či jiné prostory pro krátkodobý odpočinek hostů. Ovšem i zde se v některých zařízeních odráží nepřilíš promyšlené skládání interiérových doplňků, a výsledný efekt lze občas označit jako příliš přehuštěný, přezdobený a nesladěný. V 5 zařízeních je interiér společenských prostor a salónek považovat za příjemný a sladěný. Jedná se o hotely Dvořák, Malý Pivovar, Savoy, Budweis a Klika. S drobnými nedostatky, za které lze považovat právě přehuštěnost doplňků a dekorací, se dle názoru autora práce potýká 8 zbylých zařízení.

Při užším pohledu na jednotlivé prvky interiéru lze konstatovat, že nábytek v těchto prostorách působí udržovaným dojmem a místnosti jsou čisté a uklizené. Co se týče velikosti místností, u 9 zařízení lze prostor považovat za prostorný a vyhovující, u 4 sice dostačující, ale relativně malé (U Solné Brány, Garni K.I.T., Bohemia, Zátkův Dům). Shodně hodnoceny byly aspekty týkající se osvětlení a kvality vzduchu v místnostech. U 10 zařízení nebyl shledán problém s nedostatečným osvětlením a nekvalitním vzduchem a u zbývajících 3 se pak drobné nedostatky ohledně osvětlení a zvláště pak vzduchu naskytly. Typický nevyvětraný zápach byl zaznamenán v prostorách s malým nebo žádným přístupem k oknu (prostory recepce – U Solné Brány) nebo z jiných důvodů v hotelech Adler a Bohemia.

Provozní záležitosti ubytovacích zařízení (řízené rozhovory)

Otázky směřující k pověřeným pracovníkům hotelů (recepčním pracovníkům, vedoucím pracovníkům recepce, či vedoucím pracovníkům a majitelům zařízení) se týkaly mimo jiné (a již výše zmíněné – viz kvalifikace či jazykové dovednosti recepčních pracovníků) také reklamací, rezervačního systému, struktury klientely, poskytovaných slev a balíčků služeb.

Téměř shodné odpovědi byly zaznamenány v případě řešení reklamací. Zprvu se zkoumá oprávněnost reklamace (může se týkat například nefunkčního zařízení na pokoji, nedostatečně uklizeného pokoje, otevřeného okna či dveří, nedostatků v prostorách koupelny, stížností na stravovací služby v hotelu apod.). V případě zmíněné oprávněnosti se většina zařízení nejprve snaží závadu napravit. Pokud to není možné, přistupuje se k více méně stejnému řešení ve všech zařízeních. Tato řešení představují například poměrné slevy z finančních částek uplatněných při ubytování při probíhajícím nebo následujícím pobytu, některá zařízení poskytují slevy do 15 – 20 % z pevné ceny za ubytování (Malý Pivovar), hotel Gomel je připraven jako kompenzaci poskytnout zdarma drink, lahev vína na pokoj či zdarma parking u hotelu, který je za běžných okolností hrazen hostem, dále se při oprávněné reklamaci praktikuje výměna pokoje (Garni K.I.T., Amadeus). Pokud dojde k domluvě na vrácení finančních prostředků v jakékoli výši, rychlost vrácení peněz se obvykle odvíjí od rychlosti transakcí zapojených bankovních institucí (většinou maximálně do 10 dnů). Neoprávněné reklamace vyřizují všechny hotely stejným způsobem, a to zamítnutím, s přihlédnutím ke storno podmínkám v ubytovací smlouvě.

Ve všech zařízeních je možno rezervovat pokoje prostřednictvím faxu, e-mailu či telefonního hovoru. Při průzkumu za pomoci metody mystery shopping byly rezervace

prostřednictvím e-mailu i telefonního hovoru ve všech zařízeních shledány jako vhodně a slušně vedené. Jednání recepčních pracovníků bylo rychlé, srozumitelné, bezproblémové, co se týče komunikace prostřednictvím e-mailu, nebyly zaznamenány žádné stylistické, pravopisné či jiné chyby. Nechyběl uvítací pozdrav ani slušná forma rozloučení na závěr e-mailu.

Rezervace ve všech hotelech (až na dva tříhvězdičkové – Adler, U Solné Brány – zde se k rezervacím používají sešity či nástěnné archy) se zaznamenávají prostřednictvím počítačových rezervačních programů. V případě volné kapacity se ve všech zařízeních může ubytovat také host bez rezervace, tedy náhodný host.

Co se týče klientů zařízení a jejich struktury, část hotelů lze zařadit jako preferované cíle firem, které zde pravidelně ubytovávají své zaměstnance vyslané na pracovní cestu či v rámci teambuildingu. Jedná se především o hotely Adler, U Solné Brány, Bohemia, Amadeus, Garni K.I.T.). Hosté a účastníci konferencí se ubytovávají nejčastěji v zařízeních s kongresovými prostory (Gomel, Budweis, U Tří Lvů). Domácí a zahraniční turisté, kteří přijeli za poznáním kraje a České republiky převažují v hotelech Malý Pivovar (v zimních měsících hlavně Asiaté, jinak rozmanité národnosti), Budweis (Němci, Rakušané, Italové, Skandinávci), Gomel (turisté z Východu - Poláci, Maďaři a dále Němci, Rakušané, Italové a Skandinávci), Savoy (převážně turisté ze západních zemí – Francie, Španělsko a dále Německo), Zátkův Dům (turisté ze Západu - Britové, Francouzi, Němci) či již výše zmiňovaný Adler (Francouzi, Němci, Rakušané, Poláci, Maďaři). Rodiny s dětmi vyhledávají ubytování hlavně v hotelech Budweis, Klika a Adler. Senioři se nejčastěji ubytovávají v hotelech Savoy, Adler, U Tří Lvů, U Solné Brány, Garni K.I.T. či Amadeus.

Slevy poskytované ubytovaným hostům se liší hotel od hotelu, avšak některé nabízené výhody jsou shodné ve všech zařízeních. Typickou slevou pro všechna zařízení jsou cenová zvýhodnění pro stálé klienty nebo větší skupiny osob (zpravidla organizované zájezdy cestovních kanceláří). Dále se poskytují slevy pro děti do určitého věku, slevy v rámci rozmanitých balíčků služeb, slevy odvozené od sezóny či individuální slevy.

Internetové stránky ubytovacích zařízení

Celkový vzhled a přehlednost stránek se liší od hotelové třídy jednotlivých zařízení. U všech čtyřhvězdičkových hotelů je zřejmý zájem o přehledné stránky podávající co nejvíce informací. Celkem 6 navštívených internetových stránek lze považovat za vhodné, vkusné, přehledné a s mnoha potřebnými informacemi. Internetové servery následujících třech zařízení (Savoy, U Solné Brány, Garni K.I.T.) je možné označit za sice vyhovující, avšak orientace je složitější. Další tři hotely (Adler, Bohemia, Klika) na svých stránkách uvádějí jen nutné, celkem neobsažné informace. Grafika i obsah zbývající hotelu Amadeus jsou velmi strohé a nepěkné. U všech zařízení lze poznamenat, že obsahují dostatečné informace o nabídce a struktuře pokojů, jejich cenách a také všechny potřebné kontaktní náležitosti. Celkem nedostatečná je informovanost zařízení o nabízených placených a neplacených službách (tyto informace poskytují zcela pouze hotely Adler, Bohemia, Gomel, Budweis, Savoy a U Tří Lvů). Částečné informace o těchto službách na svých stránkách výčtem uvádí 6 zařízení a hotel Garni K.I.T. tyto informace neposkytuje. Informace o cenách placených služeb neuvádí žádný z hotelů. Kvalitní informace o stravovacích službách (jídelníčky, popis a fotografie prostor) jsou k dispozici na 9 stránkách, na zbývajících 4 je tomu částečně (většinou se publikují pouze fotografie restaurací). Ve většině případů internetových stránek nejsou plně aktualizovány novinky. Na třech stránkách se publikováním aktualit zařízení vůbec nezabývá.

Jako celkem velký nedostatek je považováno neumístování tipů na výlety do okolí, chybí doporučení návštěv zajímavých míst v centru i na okrajích města, či v jeho blízkém a dalekém okolí, nabídka exkurzí apod. Ze 13 zařízení plnohodnotné informace tohoto typu publikuje pouze 5 zařízení (Adler, Malý Pivovar, Savoy, U Tří Lvů, Gomel), náznaky tipů na výlety jsou umístěny na stránkách hotelů Dvořák, Budweis a Amadeus. Tipům na výlety nevěnují na svých stránkách místo zařízení Klika, Bohemia Garni K.I.T., Zátkův Dům a U Solné Brány.

4.3. Celkové zhodnocení kvality ubytovacích služeb

V průzkumu celkové spokojenosti s jednotlivými zkoumanými ubytovacími zařízeními v závislosti na kvalitě byl nejlépe zhodnocen, dle podílu naprosto spokojených hostů s jednotlivými poskytovanými službami, Garni hotel K.I.T. Naprosto spokojeno bylo 97 % ubytovaných hostů. Na druhé příčce se umístil hotel Budweis (83 % naprosto spokojených hostů), dále pak hotel Gomel, Adler a Zátkův Dům (shodně 75 %), hotel U Solné Brány (74 %), hotel Malý Pivovar (73 %), dále hotel Klika (70 %) a na posledním místě se umístil hotel Amadeus se 64 % naprosto spokojenými respondenty. Relativně nízké umístění hotelu Malý Pivovar je dáno především kritikou stravovacích služeb, hlavně nedostatečné snídaňové nabídky, dále pak byla projevena nespokojenost se složitým parkováním a nedostatkem parkovacích míst či hlukem z okolí hotelu. V celkovém hodnocení spokojenosti s hotelem Gomel se nejvíce negativně projevilo nahlížení na hotelové vybavení, kdy bylo naprosto spokojeno pouze 30 % hostů. Poslední místo připadlo hotelu Amadeus především kvůli špatnému hodnocení ubytovacích a stravovacích služeb a hotelového vybavení.

Na základě provedeného dotazníkového šetření se nepotvrdil všeobecný názor na nekvalitní služby personálu. Celkem 90 % dotázaných bylo se službou spokojeno. Méně kvalitní služby byly shledány v tříhvězdičkových hotelech. Služby recepce jsou rovněž kvalitní, odpovídají možnostem a hlavně konkrétní hotelové třídě, v níž jsou poskytovány. Na základě poznatků získaných metodou mystery guest při fiktivní rezervaci ubytování jak telefonicky, tak prostřednictvím e-mailu, lze uvést, že co se týče slušnosti a kvality jednání pracovníků na recepci a jejich profesionality, jsou zařízení na velmi dobré úrovni. Jediné, co je možno recepčním pracovníkům v některých zařízeních vytknout, je nevhodně zvolený oděv.

S kvalitou ubytovacích prostor bylo spokojeno 74% respondentů. Kritika se nejčastěji snášela na velikost pokojů a koupelen a jejich vybavení (39 % nespokojených hostů), dále pak na nedostatek parkovacích míst či prostředí restaurace. Za celkem velký nedostatek lze považovat nepřítomnost dotazníků týkajících se spokojenosti hostů, které by pomohly zařízení k zlepšování a zkvalitňování služeb.

Za segment s nejméně kvalitní službou lze považovat stravovací zařízení a zejména jejich snídaňovou nabídku. Již zmíněné prostředí restaurací působí ve většině zařízení celkem kladným dojmem, avšak občas je interiér nevhodně dekorován nebo nedostatečně osvětlen, stejně tak jako ostatní místnosti ubytovacích zařízení (společenské místnosti, salóňky i pokoje).

Českbudějovické hotely se nacházejí na vhodných místech, občas chybí přesnější navigace na polohu hotelu ve městě, což zahraničním, ale i tuzemským turistům situaci mnohdy

velmi ztěžuje. Počet parkovacích míst u objektů je velmi sporadický. Všechna zařízení se snaží místa zajistit, avšak jejich počet je většinou nedostatečný. Do celkem nevýhodné pozice staví jednotlivé hotely nezajištění bezbariérového přístupu pro tělesně postižené hosty (celkem 9 z 19 hotelů v Českých Budějovicích).

Za relativně nekvalitní služby lze uvést poskytování informací na internetových stránkách hotelů, kde se často nachází nedostatečné informace o stravovacích službách, placených a neplacených službách a v neposlední řadě tipy na výlety.

5. NÁVRHOVÁ ČÁST

5.1. Návrhy a doporučení pro zlepšení situace v ubytovacích zařízeních

Na základě dotazníkového šetření, řízených rozhovorů a metody mystery shopping byla odhalena určitá míra nedostatků v ubytovacích zařízeních v Českých Budějovicích a dále pak i v ostatních službách cestovního ruchu, které s ubytováním souvisejí. Návrhy na zlepšení lze vzhledem k nedostatkům rozdělit do několika okruhů.

1. Ubytovací prostory, vybavení a sociální zařízení

Vzhledem k charakteru nedostatků vybavení ubytovacích prostor výše analyzovaných, je nasnadě doporučení na jejich častou revizi, kontrolu a snahu o jejich udržování. Většinou jde o odstranitelné vady, viz málo světla, problémy s trezorem, přistýlkami, okny apod. Co se týká hluku či znečištění okolí, zařízení může proti těmto problémům bojovat jen obtížně. Doporučit lze pořízení zvukotěsných oken, které se skládají z více skleněných tabulí a tím tvoří neprostupnou překážku, což ještě v kompetenci hotelu je, avšak problém znečištěného okolí lze řešit ze strany zařízení hůře. Zvláště pokud se hotel nachází přímo v centru města. V dnešní době různých komunikačních sítí je pro zařízení velmi závažnou věcí publikování internetových recenzí na webové rezervační servery, kdy si dojmy mohou sdělovat lidé ze všech koutů světa. Důležitá je i snaha všech zařízení o certifikace, nebo alespoň všech hotelů tříhvězdičkových, jelikož certifikace a udělený Klasifikační znak již sám o sobě zajišťuje vysokou kvalitu služeb, která je k jeho získání nutná a v neposlední řadě působí velmi kladně a mnohdy zásadně na potenciální klienty zařízení. Ubytovací zařízení by měla brát v úvahu republikové či světové trendy v hotelnictví a v rámci možností je aplikovat ve svých zařízeních, protože trh ubytovacích služeb je trhem s poměrně velkou konkurencí.

Za jistý druh nedostatku je možno uvést i nedostatečné zajištění komfortu pro maminky s dětmi, respektive nejmenšími návštěvníky – miminky. Na toaletách nacházejících se ve společných prostorách hotelů či hotelových restauracích ve většině zařízení chybí vybavení přebalovacím pultem. Ze 13 zařízení přebalovacím pultem nedisponuje celkem 9 hotelů. Toto vybavení má na toaletách k dispozici pouze hotel Budweis a přebalovací prostor na pokoji nabízí dále hotel Dvořák, Malý Pivovar a hotel U Solné Brány. Kvůli tomuto zjištění je nasnadě doporučení k umístění přebalovacího pultu do prostor toalet v místnostech společných či restauračních, jelikož v prvé řadě je třeba zajistit hostu komfort v nejvyšší možné míře.

2. Stravování

Na kvalitní stravování si potrpí téměř každý zákazník. Vyžaduje samozřejmě i příjemné, rychlé a slušné jednání ze strany obsluhy. Pokud některý z uvedených prvků nedosahuje požadované kvality, je třeba se snažit o zlepšení situace. Důležitým faktorem v hotelové kuchyni je kvalitní a schopný kuchař. Je tedy důležité zaměstnávat v oboru vzdělaného člověka, který zároveň „svou práci žije“ a má k ní kladný vztah. Schopný kuchař si kolem sebe snadno vytvoří dobrý tým a výsledná spolupráce se zcela jistě projeví na spokojenosti zákazníků. Dobré je také sledovat trendy v gastronomii s ohledem na nové druhy spotřebičů do kuchyní, pokud možno odebírat odborná periodika z oblasti stravování a obměňovat nabízené pokrmy. Provozovatelé by se také měli zaměřit na důkladné prověření dodavatelů potravin, aby nedocházelo k odběru nekvalitních potravin. Co se týká obsluhy restaurace, je nasnadě stejné pravidlo jako u výběru personálu do úseku kuchyně. Číšník/číšnice musí svou práci vykonávat profesionálně, maximálně se snažit o uspokojení potřeb hosta. Majitel či provozovatel jak ubytovacího, tak stravovacího či jiného zařízení by měl předcházet problémům se zaměstnanci jejich pravidelným vysíláním na školení, semináře apod.

3. Zajištění různých možností aktivit ze strany hotelu

Jelikož pouze 27 % dotázaných shledává zajištění možnosti vyžití ze strany hotelu za dostatečné, je třeba hledat řešení pro zvýšení tohoto podílu. Řešením je umístování různých letáků, brožur, pozvánek či jiných materiálů informujících o službách, které se ve městě nachází. Jiným, i když poněkud nákladnějším řešením, může být přímo vybavení ubytovacího zařízení nejrůznějšími prvky či prostory pro rekreaci, zábavu, či jiného využívání volného času, například vybudování sauny, whirlpool vany a jiných relaxačních vybavení, solné jeskyně, tenisového kurtu či kupříkladu instalace stolů na oblíbenou hru ping – pong. Tento návrh však úzce souvisí jak s odlišnými finančními možnostmi provozovatele, tak s kapacitou hotelu, kterou je obtížné ve stávajícím zařízení jakkoliv navyšovat. V neposlední řadě by měl každý hotel v rámci svých možností sestavovat a nabízet klientům balíčky služeb (wellness balíčky), zcela jistě tento krok vedl k vyšší prestiži na trhu.

4. Propagace nabídky služeb cestovního ruchu v regionu

Fakt, že 58 % návštěvníků města shledává nabídku ostatních služeb cestovního ruchu za přiměřenou, až nedostatečnou signalizuje nejen průměrnou propagaci, ale i poukazuje na špatně provedené řešení infrastruktury z hlediska informování o těchto službách. V okolí Českých Budějovic se nachází mnoho atraktivit, avšak jen těžko se turista neznalý kraje dokáže zorientovat. Řešení této situace je již zahrnuto do plánovaných projektů Magistrátu města České

Budějovice, jejichž podrobnější popis je uveden v kapitole následující pod odstavcem „Infrastruktura ve městě, informační služby“. V podstatě se jedná o instalaci doprovodných informačních a na zajímavá místa navádějících tabulí apod.

5. Vylepšení internetových stránek ubytovacích zařízení

Internetové stránky jsou mnohdy prvním podnětem pro utvoření dojmu o ubytovacím zařízení. Největší podíl tuzemských i zahraničních klientů (celkem 35 %) vyhledávalo informace o zařízení právě prostřednictvím jejich internetových stránek, proto je důležité, aby stránky byly přehledné, aktualizované a tvořily celkový dobrý dojem. Investice do vyhovujících internetových stránek nejsou příliš vysoké a vyplatí se hned dvakrát. Jednak kvůli dobré image zařízení, které se takto může relativně levně prezentovat – vytvoření internetových stránek od profesionála stojí od 7 000 do 20 000 Kč dle konkrétního návrhu (pokud se jedná o standardní formát a grafiku) a za druhé poskytování přehledných a obsáhlých informací publikovaných na internetových stránkách přiláká větší objem klientů.

6. Navigace na polohu hotelu

Jak již bylo výše uvedeno, mnohdy bývá pro zahraniční i domácí turisty obtížné se ke zvolenému objektu vůbec dopravit. Jedním z nejsnazších a nepříliš nákladných řešení je pouhé umístění souřadnic ubytovacího zařízení na propagační materiály, vizitky či internetové stránky. V současné době využívá služeb GPS navigace čím dál více řidičů, ať už se jedná o řidiče zájezdového autobusu či osoby ve vlastním osobním voze, proto je pro usnadnění nalezení cíle vhodné tyto souřadnice polohy zařízení zahrnout do základních informací o hotelu.

5.2. Kalkulace finančních nákladů na rozvoj služeb cestovního ruchu v Českých Budějovicích

Pro období let 2008 – 2013 bylo naplánováno a zpracováno přes 40 zajímavých projektů pro podporu cestovního ruchu a jeho služeb ve městě. Celkový objem plánovaných financí na realizaci projektů činí přibližně 790 mil. Kč. Vybrané projekty lze rozdělit dle zaměření na několik okruhů. [22]

Zařízení pro volný čas

1. Město a voda

Projekt se týká splavnění Vltavy na úseku v Českých Budějovicích, mimo jiné vybudování plavební komory, ochranného přístavu a modernizace jezu. Subjekty spolupracující na realizaci jsou Magistrát ČB a Regionální operační program (ROP) pro Jihočeský kraj. Výše investic se pohybuje okolo 150 mil. Kč.

2. Koněspřežná dráha

Jedná se o revitalizaci dráhy za účelem rozšíření nabídky cestovního ruchu ve městě a tím jeho konkurenceschopnosti, zvýšení návštěvnosti a délky pobytu návštěvníků ve městě a regionu. Náklady na stavbu plynou od soukromého investora. Finanční nároky na projekt činí přibližně 73 mil. Kč.

Kongresový cestovní ruch

1. Zmapování stávající nabídky kapacit

Projekt je zaměřen na průzkum nabídky kapacit pro kongresový cestovní ruch ve městě a shromáždění podkladů pro marketingovou činnost v této oblasti. Projekt spolufinancuje Magistrát ČB, podnikatelé v oblasti HORECA, Jihočeský kraj, Jihočeská Komora, dále pak ROP, Jihočeský kraj. Celkový předpokládaný objem investic je 0, 1 mil. Kč.

2. Vybudování nových kongresových kapacit

Cílem je navýšení kapacity možností kongresového a incentivního cestovního ruchu. Projekt je financován za pomoci Podnikatelé a investoři v oblasti HORECA a ROP, objem financí se pohybuje v rozmezí 20 až 50 mil. Kč.

3. Vytvoření katalogu kongresového a incentivního cestovního ruchu

Jako cíl této aktivity je uváděno zvýšení návštěvnosti města, růst prestiže destinace a překonání konkurence. Na projektu spolupracujícími subjekty jsou magistrát ČB, podnikatelé v oblasti HORECA, Jihočeský kraj, Jihočeská Komora a ROP, Jihočeský kraj. Finanční nároky činí 0,1 až 0,3 mil. Kč.

4. Výstavba nového pavilonu v areálu Výstaviště

Cílem je rozšíření nabídky areálu o multifunkční krytý pavilon T, který lze propojit s již stávajícím pavilonem Z a sloužit by měl k víceúčelovému využití. Do projektu zapojeným investorem je Výstaviště České Budějovice a.s. a předpokládané náklady se pohybují okolo 190 mil. Kč. [70]

Pohostinské služby

1. Aktivity týkající se slavností piva

Jedná se o snahu rozšířit a propagovat tradiční slavnosti piva do centra města a i do zahraničí. Cílem je přilákat co největší množství návštěvníků města a tím zvýšit povědomí o Českých Budějovicích jako destinaci cestovního ruchu. Plánované investice jsou přibližně 0,3 mil. Kč. Spolupracujícími subjekty jsou Pivovar Budvar, Měšťanský pivovar Samson, Magistrát ČB, kulturní instituce, další pivovary v regionu. Další finanční prostředky poskytnou ROP, Jihočeský kraj a Jihočeská hospodářská komora.

2. Zmapování restaurací s nabídkou tradičních jídel

Cílem je průzkum aktivit podnikatelů v gastronomii ve městě a stavu nabídky tradičních jídel v pohostinských zařízeních. Do projektu jsou zapojeni podnikatelé v oblasti HORECA a Magistrát ČB. Finanční objem na provedení výzkumu se pohybuje okolo 0,4 mil. Kč.

3. Vytvoření produktu „Pivní okruh“

Projekt je soustředěn na vytvoření komplexního produktu s mnoha aktivitami, jako jsou například exkurze s ochutnávkami piva, prohlídkou historických objektů se službami průvodce či exkurze do varen piva. Zúčastněným bude poskytnuta sleva na ubytování (navrhuje se například ve formě pohlednice). Na projektu se podílí Podnikatelé v oblasti HORECA, Magistrát ČB, ROP, Jihočeský kraj a Jihočeská hospodářská komora.

Infrastruktura ve městě, informační služby

1. Zřízení on-line platebního systému pro ubytovací portál

Cílem projektu je zvýšení komfortu pro turisty při využívání ubytovacích kapacit ve městě. Spolupracujícími subjekty jsou Magistrát ČB a provozovatelé ubytovacích zařízení. Dalšími finančními zdroji jsou ROP, Jihočeský kraj a Jihočeská hospodářská komora. Finanční nároky na aktivitu činí 0,5 mil. Kč.

2. Orientační ukazatele a směrovky na různá místa ve městě

Cílem je zvýšit povědomí o zajímavých místech ve městě a jejich návštěvnost. Na projektu spolupracují Magistrát ČB, podnikatelé, provozovatelé turistických atrakcí a ROP, Jihočeský kraj. Investiční nároky se pohybují okolo 0,05 - 0,2 mil. Kč.

3. Instalace navigačních cedulí na příjezdové komunikace směrem k městu

Projekt se zaměřuje na zlepšení orientace ve městě při navádění na turistické i jiné cíle, například ukazatele na umístění ubytovacích zařízení apod. Do aktivity zapojené subjekty jsou Magistrát ČB, ROP, Jihočeský kraj a Ředitelství silnic a dálnic. Plánované investice činí 0,1 až 0,5 mil. Kč.

Poptávka v CR v Českých Budějovicích

1. Monitoring spokojenosti návštěvníků města

Cílem aktivity je získání názorů, připomínek, poznámek (zpětné vazby) hostů a návštěvníků města, zjištění příležitostí rozvoje a nedostatků v rámci poskytovaných služeb. Na projektu spolupracují Magistrát ČB a ROP. Investice činí 0,1 – 0,2 mil. Kč.

Marketing cestovního ruchu

1. Rozšíření webové prezentace pro potřeby turistů

Jedná se o vytvoření vícejazyčného turistického portálu města pro potřeby českých i zahraničních návštěvníků. Snahou je usnadnit přístup k informacím pro jednotlivé cílové skupiny. Na projektu spolupracují Magistrát ČB, Jihočeská centrála cestovního ruchu, soukromí podnikatelé a ROP, Jihočeský kraj. Do projektu bude investováno okolo 1 mil. Kč.

2. Překlad informačních materiálů do cizích jazyků a tvorba cizojazyčných propagačních materiálů

Cílem je zvýšení povědomí o nabízených službách v Českých Budějovicích na zahraničních trzích. Do projektu se zapojují Magistrát ČB , JCCR, CzechTourism, Jihočeský kraj, soukromí podnikatelé, Jihočeský kraj, ROP a Operační program Přeshraniční spolupráce ČR – Rakousko. Finanční nároky činí 0,2 mil. Kč.

6. ZÁVĚR

Ubytovací služby jsou nedílnou součástí cestovního ruchu, který pro téměř každou zemi představuje nějaký ekonomický přínos. Je důležité dbát na kvalitu poskytovaných služeb, jelikož od kvality se odvíjí spokojenost návštěvníka. Trh cestovního ruchu je trhem dynamickým, neustále se vyvíjejícím a poskytovatelé služeb musí kvůli konkurenceschopnosti svého podniku sledovat změny, ke kterým na trhu dochází.

Cíle práce byla analýza nabídky ubytovacích služeb v Českých Budějovicích. Do analýzy bylo zapojeno 13 ubytovacích zařízení hotelového typu (čtyřhvězdičkové, tříhvězdičkové hotely a hotel garni) a na průzkumu kvality služeb se formou dotazníků připojilo 134 respondentů. Zanalyzovány byly postupně všechny úseky ubytovacích zařízení (služby recepce, ubytovací, stravovací služby), personál, poloha hotelu či nabídka ostatních služeb cestovního ruchu (kulturně – společenské, kongresové, informační, sportovně – rekreační, lázeňské a wellness).

Z provedeného výzkumu vyplývá několik zajímavých postřehů. Především se týkají kvality ubytovacích služeb v souvislosti s vybavením zařízení, se kterým bylo nespokojeno 39 % dotázaných. Důležité je dbát na to, aby se počet připomínek hostů k těmto aspektům snižoval, protože každý host je nadále nositelem špatné nebo naopak dobré reklamy. Stravovací služby byly terčem výtek u 33 % respondentů a to zvláště kvůli nedostatečné a nekvalitní bufetové nabídce v době snídaně. Dle nepsaného pravidla „hladový člověk, nespokojený člověk“ je důležité toto procento snížit na minimum, pokud chce zařízení zaujímat dobré postavení na konkurenčním trhu. Nespokojenost, i když v porovnání s výše uvedenými službami poněkud malá, činila pouze 5 %, se týkala služeb recepce. I když by se toto nízké číslo dalo považovat za celkem kladné a dobré, je třeba poznamenat, že v tomto úseku by neměly být připomínky uvedeny žádné. Jde o lidský faktor, o přímé zacházení a jednání s klientem, které by mělo být naprosto korektní, slušné a vhodné. Doporučit lze jen precizní volba pracovníka recepce, který mnohdy přichází do styku s hostem jako první osoba v zařízení, je tedy nasnadě, aby byl pracovník k této činnosti naprosto kompetentní a jednal profesionálně a to za každých (i nepříjemných) situací a okolností. Do dotazníkového šetření se zapojilo celkem 22 národností, největší podíl (kromě Čechů) tvořili naši nejbližší sousedé – Němci a Rakušané, kteří hned po tuzemských návštěvnících vznesli nejvíce připomínek k poskytovaným službám.

V ubytovacích službách (zaměřeno na hotely) podnikají převážně soukromníci. Vzhledem k celkovému hodnocení dosaženého prostřednictvím metody mystery guest je třeba poznamenat, že v mnohých zařízeních do jistých prvků (nevyhovující zařízení, které na dle

prvního pohledu nebylo revidováno od samého otevření zařízení apod.) zkrátka investuje málo, nebo vůbec. Provozovatel čeká, až se na zařízení objeví porucha, a pak až jej opraví, nebo obmění. Často se potom v hotelu nacházejí zařízení, které již nejsou moderní, nebo technicky vyhovující. Lze jen doporučit sledování trendů v oboru a častá revize vybavení zařízení. Lepší situace se v posledních letech projevuje spíše v projektech financovaných zčásti městem a zčásti soukromými investory či organizacemi a asociacemi spojenými s cestovním ruchem. Magistrát města České Budějovice v rámci speciálního plánu připravil na 40 projektů s celkovým objemem plánovaných financí okolo 790 mil. Kč., které se mimo jiné zaměřují i na zlepšení situace nabídky cestovního ruchu v ČB, městské infrastruktury (dopravní i informační) apod.

Ačkoliv bylo odhaleno několik celkem závažných nedostatků, všeobecně lze říci, že ubytovací služby v Českých Budějovicích jsou na dobré úrovni. Z provedené analýzy vyplývá celková spokojenost s nabídkou ubytovacích služeb 76, 2 %. Nabídka ostatních služeb ve městě byla ohodnocena 43% spokojeností. Město České Budějovice ve spolupráci s dalšími subjekty na zkvalitňování nabídky intenzivně pracuje a do rozšiřování nabídky investuje nemalé částky. Dotazníkové šetření, řízené rozhovory a mystery shopping byly prováděny v časovém období září 2010 až leden 2011. Téměř ve všech navštívených zařízeních se autorovi dostalo vřelého přijetí a oslovení hosté i pracovníci byli ochotní se o informace a názory podělit.

Účelem práce je mimo jiné i poskytnout získané poznatky jako základ pro případné další studie a napomoci tak k rozvoji nabídky ubytovacích služeb (a i dalších v práci druhotně analyzovaných) v Českých Budějovicích.

7. SUMMARY

The thesis is mainly focused on accommodation services in Ceske Budejovice. Catering and the relevant services are also mentioned as they are an essential part of tourism. With regard to the predominant use of hotel services the thesis is more specifically concentrated only on this area.

The main goal of the thesis is the analysis of the accommodation facilities in Ceske Budejovice. The importance of the thesis consists in identifying the state of the supply of accommodations services, the level and the quality of the accommodation facilities in Ceske Budejovice. The study includes assessment of the current services, the breadth and the depth. The observation and status of services are implemented by the method of so-called mystery shopping, on the basis of the technical evaluation of material offer parameters, as well as a questionnaire survey and structured interviews with competent persons. The secondary sources are mainly taken from the recommended literature, professional journals and the internet resources. The evaluation of the services in relation to the current market needs can be indicated as an objective assessment.

In order to elaborate this thesis 134 questionnaires in the survey were obtained, 13 out of 19 hotels in Ceske Budejovice participated in the interviews. The analysis was conducted using the mystery guest services. Surprisingly, a number of significant weaknesses was revealed although in general the accommodation services in Ceske Budejovice are of good quality. The analysis shows overall satisfaction with the offer of accommodation services – 76,2 %. The offer of the other services in the city has been rated 43 % satisfaction. Ceske Budejovice Municipality in cooperation with other economic entities have been working intensively to improve the services and have invested significant sums to widen the offer.

Questionnaire surveys, interviews and mystery shopping were conducted during a period from September 2010 to January 2011. The author of this thesis received a warm welcome in almost every visited establishment and the addressed guests and staff were willing to share their informations, opinions and ideas.

The purpose of this thesis is also to provide observations gained as a basis for the future studies, to help develop the supply of accommodation services (and even more in the work of sub-analyzed services) in Ceske Budejovice.

8. POUŽITÁ LITERATURA

- [1] PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J.: Cestovní ruch, výkladový slovník. Česká republika, Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002, s. 94
- [2] HESKOVÁ, M. a kol.. *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2006. 224s., ISBN 80-7168-948-3
- [3] ČERTÍK, M. a kol.. *Cestovní ruch: Vývoj, organizace a řízení*. 1.vyd. Praha: OFF, s.r.o., 2001. 352s., ISBN 80-238-6275-8
- [4] HORNER, S. – SWARBROOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9
- [5] JANEČKOVÁ, L., VAŠTIKOVÁ, M.: *Marketing služeb*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. 180s., ISBN 80-7169-995-0
- [6] KOTLER, P. – KELLER, K. L.: *Marketing Management*. Prentice Hall; 12 edition. 816 s. ISBN: 978-0131457577
- [7] PARMOVÁ, D.: *Řízení služeb: přednášky*. 1.vyd. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích Zemědělská fakulta, 2004. 96 s., ISBN 80-7040-673-9
- [8] BERÁNEK, J. – KOTEK, P.: *Řízení hotelového provozu*. 3. přeprac. vyd.. Praha: MAG Consulting s.r.o., Grada Publishing a.s., 2003. 218 s. ISBN 80-86724-00-X
- [9] PARMOVÁ, D. – PARMOVÁ, D.: *Provoz služeb v cestovním ruchu* 1. vyd.. - České Budějovice: Jihočeská univerzita, 2003 - 77, 84 s. ISBN 80-7040-611-9
- [10] BERÁNEK, J.: *Provozujeme pohostinství&ubytování*. 1.vyd. Praha: MAG Consulting s.r.o., Grada Publishing a.s., 2004. 180 s. ISBN 80-86724-02-6
- [11] ORIEŠKA, J.: *Služby v cestovním ruchu*. 1.vyd. Praha: IDEA SERVIS, 2010. 405 s. ISBN 978-80-85970-68-5

Odborné časopisy

- [12] *RevueHotel* 9/2008 Hotelnictví a cestovní ruch – propojené nádoby, Černý, I. s. 22 – 23.
- [13] *RevueHotel* 2/2009 Cestovní ruch – co bylo loni a co bude letos, Navara, M. s. 14 – 15.
- [14] *RevueHotel* 5/2008 A co děti? Mají si kde hrát?, Dupal, D. s. 16 – 17.
- [15] *COT Business* 1/2010 Rozbíhá se evropská hotelová klasifikace, Stárek, V. s. 60.
- [16] *COT Business* 4/2010 OREA Hotels podporuje cestování s dětmi, redakce. s. 58.
- [17] *COT Business* 1/2010 Domácí turisté zachraňují české hotely, čtk; japo. s. 28.
- [18] *COT Business* 4/2010 Firemní klientela v době krize, Špaček, O. s. 52 – 53.
- [19] *Právo*, číslo 44 ze dne 22. 2. 2011, Hoteliéři: jde o likvidaci cestovního ruchu v ČR, vydavatelství Borgis, a.s.

Internetové zdroje

- [20] ČSÚ, *Regionální struktura pohostinských a ubytovacích provozoven za rok 2001*. Tabulková část 1.1, Počet ubytovacích zařízení podle kategorií [cit. 26. 4. 2010]. Dostupné na WWW: [http://www.czso.cz/csu/2002edicniplan.nsf/t/BB002BA3E3/\\$File/9105nA11.pdf](http://www.czso.cz/csu/2002edicniplan.nsf/t/BB002BA3E3/$File/9105nA11.pdf)
- [21] ČSÚ, *Jihočeský kraj*, [cit. 14. 9. 2010]. Dostupné na WWW: <http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/home>
- [22] Oficiální stránky Statutárního města České Budějovice, *Strategie rozvoje cestovního ruchu města České Budějovice* [cit. 15. 9. 2010]. Dostupné na WWW: http://www.cbudejovice.cz/SiteCollectionDocuments/Strategierozvojecestovnihoruchu10_9_2008-3070.pdf
- [23] BusinessInfo.cz, *Počet turistů klesl o 4 procenta* [online]. [cit. 16. 9. 2010]. Dostupné na WWW: <http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/leden-2010/pocet-turistu-klesl-2009-o-4-procenta/1001862/56099/>
- [24] Turistický portál statutárního města České Budějovice. *Město kultury* [online]. [cit. 9. 10. 2010]. Dostupné na WWW: <http://www.cb-info.cz/cz/mesto-kultury/stranky/mesto-kultury.aspx>
- [25] Oficiální stránky Statutárního města České Budějovice, *Strategie rozvoje cestovního ruchu města České Budějovice*, [cit. 9. 10. 2010]. Dostupné na WWW: http://www.cbudejovice.cz/SiteCollectionDocuments/Strategierozvojecestovnihoruchu10_9_2008-3070.pdf
- [26] ČSÚ, *Tab. 1.1 Kapacita hromadných ubytovacích zařízení v krajích (NUTS III)*, [cit. 10. 10. 2010]. Dostupné na WWW: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru_cr
- [27] ČSÚ, *Kapacita hromadných ubytovacích zařízení v okresech* [cit. 10. 10. 2010]. Dostupné na WWW: http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/cestovni_ruch_v_okresech_jihoceskeho_kraje_za_rok_2008
- [28] ČSÚ, *Tab. 2.3.2 Počet přenocování hostů v hromadných ubytovacích zařízeních podle zemí v ČR a krajích (NUTS III)*, [cit. 10. 10. 2010]. Dostupné na WWW: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru_cr
- [29] JCCR, *Jihočeská centrála cestovního ruchu*, [cit. 11. 10. 2010]. Dostupné na WWW: <http://www.jccr.cz/>
- [30] Oficiální stránky Statutárního města České Budějovice, *Šetření a vyhodnocení statistických dat návštěvníků ubytovaných v ČB* [cit. 11. 2. 2011]. Dostupné na WWW: <http://www.cbudejovice.cz/cz/rozvojmesta/Documents/Tabulky%20a%20grafy%20ubytovanych%20navestevniku%202009.pdf>
- [31] Hotelstars Union, *Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky* [online]. [cit. 10. 1. 2011] Dostupné na WWW: <http://www.hotelstars.cz>
- [32] ČSÚ, *Kapacita hromadných ubytovacích zařízení v krajích (NUTS III)*. Dostupné na WWW: http://www.cbudejovice.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru_cr

- [33] Hotel-marketing, *Zelený trend v hotelnictví* [online]. [cit. 27. 2. 2011]. Dostupné na WWW: <http://www.mip-s.cz/hotelovy-marketing-2010/zeleny-trend-v-hotelnictvi/>
- [34] Wellnessnoviny.cz, *Vývoj a optimalizace wellness* [online]. [cit. 1. 3. 2011]. Dostupné na WWW: www.wellnessnoviny.cz/clanek/vyvoj-a-optimalizace-wellness/
- [35] MMR, *Průzkum potřeb zákazníků pro sektor WELLNESS* [online]. [cit. 1. 3. 2011]. Dostupné na WWW: <http://www.mmr.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=0e605e00-9a9d-4667-bfcd-f20317cd8d1d>
- [36] Hotel-marketing, *Hotel budoucnosti* [online]. [cit. 2. 3. 2011]. Dostupné na WWW: <http://www.mip-s.cz/hotelovy-marketing-2011/hotel-budoucnosti/>
- [37] GastroTrend, *Jaký bude hotel budoucnosti* [online]. [cit. 2. 3. 2011]. Dostupné na WWW: <http://www.gastrotrend.cz/7-rubriky-clanky/9-hotel-wellness-spa/75-rozliseni-vin-dle-odrudy/1524-jaky-bude-hotel-budoucnosti.html>
- [38] Oficiální stránky Statutárního města České Budějovice, *Porovnání a vyhodnocení statistických dat návštěvnosti v Českých Budějovicích*, [cit. 3. 3. 2011]. Dostupné na WWW: <http://www.c-budejovice.cz/cz/rozvoj-mesta/Documents/Srovnání%20let%202005,%202006,%202007,%202008%20a%202009.pdf>
- [39] Veřejná databáze ČSÚ, *Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie v obcích vybraného okresu*, [cit. 3. 3. 2011]. Dostupné na WWW: http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?vo=tabulka&childsel0=3&cislotab=CRU9010PUOB2.12&kapitola_id=39&voa=tabulka&go_zobraz=1&childsel0=3&verze=0&cas_3_17=2009
- [40] ČSÚ, *Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu podle zemí*, [cit. 3. 3. 2011]. Dostupné na WWW: <http://www.czso.cz/csu/2010edicniplan.nsf/krajkapitola/311011-10-2010-16>
- [41] CPI Group, *CPI Group zahájila rekonstrukci českobudějovického hotelu Gomel* [online]. [cit. 5. 3. 2011]. Dostupné na WWW: <http://www.cpi.cz/pages/cz/default.aspx>
- [42] Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR, *Pohostinství a ubytování do listopadu 2010 – tržby i návštěvnost hotelů rostly* [online]. [cit. 6. 3. 2011]. Dostupné na WWW: <http://www.socr.cz/scripts/detail.php?id=5410>
- [43] ČSÚ, *Počet pohostinských provozoven podle typu poskytovaných služeb*, [cit. 7. 3. 2011], Dostupné na WWW: <http://www.czso.cz/csu/2002edicniplan.nsf/p/9105-02>
- [44] Hotel Gomel [cit. 28. 11. 2010]. Dostupné na WWW: <http://www.hotelgomelceskebudejovice.com/cs/rooms/>
- [45] Grandhotel Zvon [cit. 28. 11. 2010]. Dostupné na WWW: http://www.hotel-zvon.cz/executive_suite.php
- [46] Hotel Budweis [cit. 28. 11. 2010]. Dostupné na WWW: <http://www.hotelbudweis.cz/ubytovani>
- [47] Hotel Savoy [cit. 28. 11. 2010]. Dostupné na WWW: <http://www.hotel-savoy-cb.cz/cz/accomm.php>
- [48] Hotel Dvořák [cit. 28. 11. 2010]. Dostupné na WWW: <http://www.hoteldvorakcb.cz/cz/page/ubytovani>

- [49] Hotel Malý Pivovar [cit.28.11.2010]. Dostupné na WWW: <http://www.malypivovar.cz/cz/ubytovani>
- [50] Hotel Adler [cit.28.11.2010]. Dostupné na WWW: <http://www.hotel-adler.cz/ubyt01.html>
- [51] Hotel U Tří Lvů [cit. 28. 11. 2010]. Dostupné na WWW: <http://www.hotelutrivilvu.cz/index.php?nid=6855&lid=CZ&oid=1113216>
- [52] Hotel U Silné Brány [cit. 28. 11. 2010]. Dostupné na WWW: <http://www.hotelusolnebrany.cz/hotel.php?cz/ubytovani-ceske-budejovice/ubytovani/>
- [53] Hotel Bohemia [cit. 28. 11. 2010]. Dostupné na WWW: <http://www.bohemiacb.cz/>
- [54] Hotel Zátkův Dům [cit.28.11.2010]. Dostupné na WWW: <http://www.zatkuvdum.cz/hotel.htm>
- [55] Hotel Klika [cit. 28. 11. 2010]. Dostupné na WWW: <http://www.hotelklika.cz/ubytovani.php?lang=cz>
- [56] Hotel Filip [cit. 28. 11. 2010]. Dostupné na WWW: <http://www.hotelfilip.com/ubytovani.html>
- [57] Hotel Amadeus [cit. 28. 11. 2010]. Dostupné na WWW: http://www.volny.cz/hotel-amadeus/frame_c.htm
- [58] Hotel CB Royal [cit. 28. 11. 2010]. Dostupné na WWW: <http://www.cbroyal.cz/index.php?lang=&page=hotel>
- [59] Hotel Atrium [cit. 28. 11. 2010]. Dostupné na WWW: <http://ubytovani.kamsi.cz/jizni-cechy/hotel/-hotel-atrium/detail/3765>
- [60] Hotel Grand [cit. 28. 11. 2010]. Dostupné na WWW: <http://www.hotelgrand.wz.cz/>
- [61] Garni Hotel K.I.T. [cit. 28. 11. 2010]. Dostupné na WWW: <http://www.hotelkit.cz/cz/ubyto.html>
- [62] Hotel Garni P.V.T. [cit. 28. 11. 2010]. Dostupné na WWW: http://hotelgarnicb.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=19&Itemid=27&lang=cs
- [63] Dopravní podnik města České Budějovice, *Současná MHD* [online].[cit. 8. 3. 2011]. Dostupné na WWW: <http://www.dpmcb.cz/o-spolecnosti/soucasna-mhd/>
- [64] Oficiální stránky Statutárního města České Budějovice, *Slovo úvodem*, [cit. 8. 3. 2011]. Dostupné na WWW: <http://www.c-budejovice.cz/cz/zivotni-prostredi-bydleni-doprava/ipod/stranky/uvodni-slovo.aspx>
- [65] ČSÚ, *Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu podle kategorie*, [cit. 8. 3. 2011]. Dostupné na WWW: <http://www.czso.cz/lexikon/uz.nsf/openkraj?openform&:cz031>
- [66] Veřejná databáze ČSÚ, *Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie v okresech*, [cit. 8. 3. 2011]. Dostupné na WWW: http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?voa=tabulka&cislotab=CRU9010PU_OK&q_rezim=1&vo=tabulka&q_text=&kapitola_id=39
- [67] FoodService, *Top 2009 celkové pořadí* [online].[cit. 8. 3. 2011]. Dostupné na WWW: http://www.foodservice.cz/www/foodservice_cz/flash/File/top2009/Top2009web%201.pdf

- [68] Českobudějovický deník, Hradby a věže byly trnem v oku mlynářům [online].[cit. 9. 3. 2011]. Dostupné na WWW: http://ceskobudejovicky.denik.cz/zpravy_region/putovani_mlynska_ulice_cb20081219.html
- [69] TravelGuide [online].[cit. 8. 3. 2011]. Dostupné na WWW: <http://www.travelguide.cz/searchHG.asp?lngTownID=2191>
- [70] Výstaviště České Budějovice a.s., *Celá tisková zpráva* [online].[cit. 29. 3. 2011]. Dostupné na WWW: http://www.vcb.cz/files/pavilonT/Pavilon_T.pdf
- [71] COT Business, *Jižní Čechy pohostinné - nový impuls ke změně* [online].[cit. 26. 3. 2011]. Dostupné na WWW: http://www.cot.cz/data/cesky/00_12/12_trend_6.htm

SEZNAM TABULEK A GRAFŮ

- Tabulka 1: Porovnání cen jednolůžkových a dvoulůžkových pokojů
- Tabulka 2: Porovnání nejvýznamnějších kongresových kapacit v ČB a Hluboké nad Vltavou
- Graf 1: Důvod návštěvy Českých Budějovic dle pohlaví návštěvníků
- Graf 2: Národnostní struktura návštěvníků zařízení z geografického hlediska
- Graf 3: Věková struktura hostů v jednotlivých hotelových kategoriích
- Graf 4: Využití zdroje informací o ubytovacích zařízeních
- Graf 5: Spokojenost s kvalitou personálu
- Graf 6: Spokojenost s ubytovacími službami
- Graf 7: Spokojenost se stravovacími službami
- Graf 8: Spokojenost s recepční službou
- Graf 9: Spokojenost vybavením zařízení
- Graf 10: Zajištění kulturního a sportovního vyžití ze strany zařízení
- Graf 11: Nabídka dalších služeb cestovního ruchu v regionu
- Graf 12: Stížnosti na jednotlivé hotelové služby

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1: Služby poskytované v zařízeních hotelového typu v ČB – hotely****

Příloha 2: Služby poskytované v zařízeních hotelového typu v ČB – hotely***

Příloha 3: Zařízení a vybavení v hotelech v ČB – třída „First Class“

Příloha 4: Zařízení a vybavení v hotelech v ČB – třída „Standard“

Příloha 5: Vývoj tržeb v ubytování, stravování a pohostinství

Příloha 6: Návštěvnost v hotelech v ČR do listopadu 2010 (rezidenti/nerezidenti)

Příloha 7: Formulář pro dotazníkové šetření

Příloha 8: Formulář pro řízený rozhovor a vlastní pozorování

PŘÍLOHY

*Příloha 1: Služby poskytované v zařízeních hotelového typu v ČR – hotely*****

Informační služba	Přijímání platebních karet
Praní prádla	Možnost ubytování se s domácím mazlíčkem
Žehlení prádla	Prodej vybraných druhů zboží (květiny, suvenýry, hygienické potřeby)
Cateringové služby	Wi-fi připojení na internet
Pokojová služba	Bezpečnostní schránky na recepci
Cateringové služby	Sekretářské služby (zprostředkování telefonního hovoru, faxového, telefaxového a e-mailového spojení, odesílání pošty, přijímání a odevzdávání vzkazů)
Zajištění kulturních a sportovních akcí	Obsluha na pokoj - Room Service
Směnárna	Kongresové a školící služby
Recepce 24 hodin denně 7 dní v týdnu	Zprostředkování vyhlídkových jízd
Zajištění průvodcovských služeb	
Zprostředkování taxislužby	
Půjčování denního tisku, map, apod.	
Zajištění jízdenek, letenek a vstupenek	

Zdroj: autorka, vlastní průzkum

*Příloha 2: Služby poskytované v zařízeních hotelového typu v ČR – hotely*****

Informační služba	Přijímání platebních karet
Praní prádla	Možnost ubytování se s domácím mazlíčkem
Žehlení prádla	Prodej vybraných druhů zboží (suvenýry, hygienické potřeby)
Cateringové služby	Wi-fi připojení na internet
Pokojová služba	Bezpečnostní schránky na recepci
Zajištění kulturních a sportovních akcí	Sekretářské služby (zprostředkování telefonního hovoru, faxového, telefaxového a e-mailového spojení, odesílání pošty, přijímání a odevzdávání vzkazů)
Směnárna	Obsluha na pokoj - Room Service
Recepce 24 hodin denně 7 dní v týdnu	Kongresové a školící služby
Zajištění průvodcovských služeb	Zprostředkování vyhlídkových jízd
Zprostředkování taxislužby, transferové služby	
Půjčování denního tisku, map, apod.	
Zajištění jízdenek, letenek a vstupenek	

Zdroj: autorka, vlastní průzkum

Příloha 3: Zařízení a vybavení v hotelech v ČB – třída „First Class“

Konferenční místnost	Restaurace
Společenská místnost	Bar, Lobby bar, Snack bar
Bezbariérový přístup	Vinárna a kavárna
Nekuřácké pokoje	Venkovní terasa
Trezor, úschovna jízdních kol	Salonky
Internetový koutek	Pivnice
Přednáškový sál	Cukrárna
Výtah	Internetová kavárna
Parkoviště, garáže	Kasino
Kadeřnictví, holičství	Klimatizace

Zdroj: Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení v ČR

Příloha 4: Zařízení a vybavení v hotelech v ČB – třída „Standard“

Společenská místnost	Restaurace
Bezbariérový přístup	Bar
Nekuřácké pokoje	Venkovní terasa
Výtah	Salonky
Parkoviště, garáže	Klimatizace
Trezor, úschovna jízdních kol	Internetová místnost

Zdroj: Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení v ČR

Příloha 5: Vývoj tržeb v ubytování, stravování a pohostinství

Období		Ubytování a stravování CZ NACE 55+56		Hotely, kempy a jiná hrom.ubyt.zařízení CZ NACE 55		Restaurace, výčepy, bary, úcel.stravování CZ NACE 56	
		<i>dř. OKEČ 55</i>		<i>dř. OKEČ 55.1, 2</i>		<i>dř. OKEČ 55.3-5</i>	
		b. c.	s. c.	b. c.	s. c.	b. c.	s. c.
2007	rok	106,3	103,9	104,3	103,7	107,2	104,0
2008	rok	97,5	92,6	95,7	95,3	98,4	91,3
2009	rok	90,4	89,1	86,4	87,1	92,3	90,1
2010	I. čtvrtletí	93,6	92,5	90,5	93,7	94,8	92,0
	II. čtvrtletí	94,1	93,3	92,8	96,6	94,8	91,5
	I. pololetí	93,9	92,9	91,8	95,3	94,8	91,8
	III. čtvrtletí	98,7	97,7	99,9	102,8	98,1	94,9
	říjen	100,4	100,1	107,5	111,5	97,2	94,2
	listopad	99,4	98,1	104,2	106,7	97,8	96,2
	leden - listopad	96,4	95,4	96,7	100,0	94,8	93,2

Zdroj: Svaz obchodu a cestovního ruchu, dle údajů ČSÚ

Příloha 6: Návštěvnost v hotelech v ČR do listopadu 2010 (rezidenti/nerezidenti)

Období	Počet hostů			Počet přenocování		
	celkem	nerezidenti	rezidenti	celkem	nerezidenti	rezidenti
listopad 2008	632 988	374 863	258 125	1 582 898	1 074 983	507 915
listopad 2009	603 748	364 789	238 959	1 482 021	1 008 196	473 825
listopad 2010	655 730	395 556	260 174	1 641 135	1 126 847	514 288
za leden - listopad 2008	8 268 415	5 436 520	2 831 895	22 392 289	15 762 407	6 629 882
za leden - listopad 2009	7 702 108	4 975 427	2 726 681	20 875 727	14 282 914	6 592 813
za leden – listopad 2010	8 312 144	5 405 107	2 907 037	22 280 646	15 329 220	6 951 426
<i>Index listopad 2010/2009</i>	<i>108,6</i>	<i>108,4</i>	<i>108,9</i>	<i>110,7</i>	<i>111,8</i>	<i>108,5</i>
<i>Index listopad 2010/2008</i>	<i>103,6</i>	<i>105,5</i>	<i>100,8</i>	<i>103,7</i>	<i>104,8</i>	<i>101,3</i>
<i>Index leden až listopad 2010/2009</i>	<i>107,9</i>	<i>108,6</i>	<i>106,6</i>	<i>106,7</i>	<i>107,3</i>	<i>105,4</i>
<i>Index leden až listopad 2010/2008</i>	<i>100,5</i>	<i>99,4</i>	<i>102,7</i>	<i>99,5</i>	<i>97,3</i>	<i>104,8</i>

Zdroj: Svaz obchodu a cestovního ruchu, dle údajů ČSÚ

DOTAZNÍK

Dobrý den, chtěla bych Vás poprosit o Vaši pomoc a Váš čas. Tento dotazník slouží k analýze nabídky ubytovacích služeb v Českých Budějovicích a toto téma je zároveň tématem mé bakalářské práce, která je vypracována pod záštitou Jihočeské university v Českých Budějovicích.

Dotazník nezabere více než 10 minut.

Děkuji Vám za Vaši ochotu a Váš čas.

Adéla Podlešáková, studentka JČU v Českých Budějovicích, addeella @seznam.cz

QUESTIONARY

Hello, I would like to politely ask you for your help and your time. This questionnaire will be used to supply analyse of the accomodation services in České Budějovice. This topic is also the topic of my bachelor thesis, which is made under the auspices of the University of South Bohemia in České Budějovice.

The questionnaire will not take more than 10 minutes.

Thank you for your willigness and your time.

FRAGENBOGEN

Guten Tag, ich wollte Sie um Ihre Hilfe und Ihre Zeit bitten. Dieser Fragebogen dient zu der Angebotanalyse der Services der Unterkunft in České Budějovice. Diese Thema ist gleichzeitig das Thema meiner Bachelorarbeit, die unter der Schimherrschaft der Südböhmischer Universität ausarbeitende ist.

Der Fragebogen dauert länger als 10 Minuten nicht.

Vielen Dank für Ihre Willigkeit und Ihre Zeit.

1. Jaký je důvod Vaší návštěvy Českých Budějovic?

/What is the reason for your visit to České Budějovice?/ Was ist der Grund für Ihren Besuch in České Budějovice?/

- za poznáním** /Getting to know/Erkennung/
- za aktivní dovolenou** /active holidays/aktive Urlaub/
- za odpočinkem a wellness aktivitami** /Relaxation and Wellness/Ausruhen und Wellness/
- jiný (uveďte jaký:.....)**
/Another reason – which/ein weiterer Grund – welcher/

2. Z jakých zdrojů jste získali informace o tomto ubytovacím zařízení?

/What were your information sources about this accomodation?/Aus welchen Quellen haben sie die Informationen über diese Unterkunft erhalten?/

- internetové stránky tohoto zařízení**
/websites of this accomodation/die Website dieserUnterkunft/
- katalog cestovní kanceláře či agentury**
/catalog of travel agencies or travel offices/der Katalog der Reisebüros oder Reisenagenturen/
- doporučení známé osoby**
/recommendation (friends,...)/die Empfehlung der Bekannten/

- informační centrum/infocentres/Infocenter/**
- jiný zdroj (uved'te jaký:.....)**
/Another source – which/eine weitere Quelle – welche/

3. Jste spokojen(a) s kvalitou personálu?

/Are you satisfied with quality of staff?/Sind Sie mit der Qualität des Personals zufrieden?/

- naprosto spokojen(a), personál je vstřícný a ochotný**
/absolutely satisfied, staff is helpful and willing/voll und ganz zufrieden, das Personal ist freundlich und hilfsbereit/
- spíše spokojen(a), mám drobné výhrady (jaké:.....)**
/rather satisfied, I take a few exceptions (which)/ eher zufrieden, ich habe kleine Vorbehalts(welchen)/
- spíše nespokojen(a), personál není příliš vstřícný a ochotný**
/rather dissatisfied, staff is not too helpful and willing/eher unzufrieden, das Personal ist nicht zu viel freundlich und hilfsbereit/
- nespokojen(a)(důvod:.....)**
/dissatisfied(reason)/ unzufrieden(der Grund)/
- nemohu hodnotit**
/I can not evaluate it, I have not met with this service./ Ich kann nicht werten, ich traf mich nicht mit diesem Service/

4. Jste spokojen(a) s nabízenými ubytovacími službami?

/Are you satisfied with offered accommodation services?/Sind Sie mit den angebotenen Services der Unterkunft zufrieden?/

- naprosto spokojen(a)/absolutely satisfied/voll und ganz zufrieden/**
- spíše spokojen(a), mám drobné výhrady (jaké:.....)**
/rather satisfied, I take a few exceptions (which)/ eher zufrieden, ich habe kleine Vorbehalts(welchen)/
- spíše nespokojen(a)/rather dissatisfied/ eher unzufrieden/**
- nespokojen(a)(důvod:.....)**
/dissatisfied(reason)/ unzufrieden(der Grund)/
- nemohu hodnotit**
/I can not evaluate it, I have not met with this service./ Ich kann nicht werten, ich traf mich nicht mit diesem Service/

5. Jste spokojen(a) s nabízenými stravovacími službami a doplňkovým prodejem?

/Are you satisfied with offered catering services and an additional selling?/ Sind Sie mit den angebotenen Services der Verpflegung und dem zusätzlichen Verkauf zufrieden?/

- naprosto spokojen(a)/absolutely satisfied/voll und ganz zufrieden/**
- spíše spokojen(a), mám drobné výhrady (jaké:.....)**
/rather satisfied, I take a few exceptions (which)/ eher zufrieden, ich habe kleine Vorbehalts(welchen)/
- spíše nespokojen(a)/rather dissatisfied/ eher unzufrieden/**
- nespokojen(a)(důvod:.....)**
/dissatisfied(reason)/ unzufrieden(der Grund)/

nemohu hodnotit

I can not evaluate it, I have not met with this service./ Ich kann nicht werten, ich traf mich nicht mit diesem Service!

6. Jste spokojen(a) s recepční službou?

/Are you satisfied with reception services?/Sind Sie mit den angebotenen Services des Empfangsbüros zufrieden?/

naprosto spokojen(a)*/absolutely satisfied/voll und ganz zufrieden/*

spíše spokojen(a), mám drobné výhrady (jaké:.....)
/rather satisfied, I take a few exceptions (which)/ eher zufrieden, ich habe kleine Vorbehalts(welchen)/

spíše nespokojen(a)*/rather dissatisfied/ eher unzufrieden/*

nespokojen(a)(důvod:.....)
/dissatisfied(reason)/ unzufrieden(der Grund)/

nemohu hodnotit

I can not evaluate it, I have not met with this service./ Ich kann nicht werten, ich traf mich nicht mit diesem Service!

7. Jste spokojen(a) s vybavením zařízení?

/Are you satisfied with hotel equipment?/Sind Sie mit der Hotelausstattung zufrieden?/

naprosto spokojen(a)*/absolutely satisfied/voll und ganz zufrieden/*

spíše spokojen(a), mám drobné výhrady (jaké:.....)
/rather satisfied, I take a few exceptions (which)/ eher zufrieden, ich habe kleine Vorbehalts(welchen)/

spíše nespokojen(a)*/rather dissatisfied/ eher unzufrieden/*

nespokojen(a)(důvod:.....)
/dissatisfied(reason)/ unzufrieden(der Grund)/

nemohu hodnotit

I can not evaluate it, I have not met with this service./ Ich kann nicht werten, ich traf mich nicht mit diesem Service!

8. Je podle vás dostatečně zajištěno kulturní a sportovní vyžití ze strany zařízení?

/Do you think that the cultural and sport activities are sufficiently assured on the part of hotel?/ Denken Sie sich, dass die kulturellen und sportlichen Aktivitäten seitens des Hotels ausreichende sichergestellt?/

zařízení nabízí široké spektrum možností

/The hotel offers wide spectrum of possibilities./ Das Hotel bietet ein breites Spektrum von den Möglichkeiten an./

zařízení nabízí uspokojivé spektrum možností

/The hotel offers satisfying spectrum of possibilities./ Das Hotel bietet ein zufrieden stellendes Spektrum von den Möglichkeiten an./

zařízení nabízí malé spektrum možností

/The hotel offers small spectrum of possibilities./ Das Hotel bietet ein kleines Spektrum von den Möglichkeiten an./

- zařízení nabízí naprosto nedostatečné spektrum možností**

/The hotel offers absolutely insufficient spectrum of possibilities./ Das Hotel bietet ein völlig unzureichendes Spektrum von den Möglichkeiten an./

9. Považujete nabídku dalších služeb cestovního ruchu v regionu (např. doporučení atraktivit či nabídku vstupenek na různé akce, festivaly, do muzea, divadla) jako dostatečnou?

/Do you consider the offer of another services of tourism in this region(for example recommendation of attractions or an offer of entrance tickets on variol actions, festivals, museum, theatre) sufficient?/ Betrachten Sie das Angebot der anderen Dienste den Reiseverkehr in diesem Region (zum Beispiel die Empfehlung der Atraktivitäten oder Eintrittskarten in der verschiedenen Aktionen, Festivals, Museen, Theaters) als ausreichend?

- Nabídka je dostatečná a informace dobře dostupné.**

/The offer is sufficient, info easy accessible./Das Angebot ist ausreichend, Infos gut erreichbar./

- Nabídka je přiměřeně dostatečná, informace musím vyhledávat.**

/The offer proportionally sufficient, I have to search info./Das Angebot ist angemessen ausreichend, Infos muss ich suchen./

- Nabídka je spíše nedostatečná, k informacím se dostávám složitě.**

/The offer is rather insufficient, I difficulty get the info./Das Angebot ist eher unzureichend, Infos stelle ich kompliziert fest./

- Nabídka je nedostatečná, informacím se jen těžko dostávám.**

/The offer is insufficient, I get the info very difficulty./Das Angebot ist unzureichend, zur Infos bekomme ich sehr kompliziert./

10. Doporučil(a) byste toto zařízení příbuzným či známým?

/Would you recommend this hotel for your friends and relations?/Würden Sie dieses Hotel (Unterkunft) die Verwandten und Bekannten empfehlen?/

- ano/yes/ ja/**

- ne/no/nein/**

11. Národnost:

/Nationality/Die Nationalität/.....

12. Místo trvalého pobytu:

/Place of residence/Ständige Aufenthaltsort/.....

13. Věková kategorie:

/Age group/Die Alterskategorie/ **do 19 /to 19 years/ bis 19 Jahren/**

- 20 – 39**

- 40 – 59**

- 60 a více /60 and more/60 und mehr/**

14. Pohlaví:

/Gender /Das Geschlecht/ **žena /woman/die Frau/**

- muž /man/der Herr/**

Děkuji za spolupráci!

/Thank you for your cooperation!/Vielen Dank für Ihre Mitarebeit!/

Analýza nabídky ubytovacích zařízení

*Povinné pole

POLOHA HOTELU A VZHLED HOTELU

Je hotel na dobře přístupném místě? *

- ano
 částečně
 ne
 Jiné:

Lze již z dálky poznat, že se jedná o hotel? *

- Ano, hotel je dobře a viditelně označen.
 Částečně
 Ne, hotel není dobře označen.
 Jiné:

Působí označení hotelu kladným dojmem? *

- ano
 částečně
 ne
 Jiné:

Jaký dojem činí fasáda a hotel celkově na první pohled? *

1 2 3 4 5
velmi dobrý velmi špatný

Nachází se u hotelu parkoviště? *

- ano
 ne
 Jiné:

Je okolí hotelu čisté? *

- ano
 částečně
 ne

Poznámky

PARKOVIŠTĚ, VSTUPNÍ HALA, VÝTAH, TOALETA

Parkoviště *

	ano	částečně	ne
Je příjezd k parkovišti zcela zřejmý a dobře označen?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je počet parkovacích míst dostatečný?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je parkoviště hlídané?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je parkoviště udržované a čisté?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Vstupní hala *

	ano	částečně	ne
Je vzduch v hale čerstvý a příjemný?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jsou barvy příjemné a světlé?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je vstupní hala dostatečně a příjemně osvětlena?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Působí vstupní hala čistým a udržovaným dojmem?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Nachází se v hotelu výtah? *

- ano
 ne

Výtah

	ano	částečně	ne
Je výtah čistý a dobře osvětlený?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jsou zrcadla a skleněné plochy čisté?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jsou informační tabule čisté a udržované?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Působí výtah po technické stránce udržovaným dojmem?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je výtah pravidelně kontrolován a uklízen?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Toaleta *

	ano	částečně	ne
Je cesta k toaletám čistá?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jsou označení Dámy/Páni jasná a dobře čitelná?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je vzduch čerstvý a příjemný?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jsou toalety čisté?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fungují všechna zařízení bezchybně?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Odpovídá vybavení a provedení toalet typu hotelu?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jsou toalety pravidelně kontrolovány?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jsou pravidelně doplňovány hygienické potřeby?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jsou toalety přístupné postiženým hostům?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Poznámky

RECEPCE

Jakou otevírací dobu má recepce? *

Jakými cizími jazyky pracovník recepce hovoří? *

německý jazyk

anglický jazyk

Jiné:

Recepce *

	ano	ne
Je možné na vyžádání obdržet aktuální hotelový informační materiál?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je možné zakoupit základní hygienické potřeby na recepci?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lze na recepci vyměnit finanční prostředky?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lze na recepci uschovat cennosti?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lze objednat buzení na pokoj?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Personál recepce *

	ano	částečně	ne
Je host při příchodu náležitě pozdraven?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Loučí se pracovník recepce s hostem adekvátně?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je pracovník recepce vhodně oblečen?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je pracovník recepce vstřícný, ochotný, přátelský?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Má pracovník znalost a povědomost o nabízených službách?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Od kolika hodin je možný check-in? *

Od kolika hodin probíhá check-out? *

Je ke klíči/elektronické kartě vydán hotelový (ubytovací) průkaz? *

ano

ne

Poznámky

HOTELOVÁ RESTAURACE

Hotelová restaurace *

	ano	spíše ano	spíše ne	ne
Je restaurace vhodně osvětlena?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jsou nábytek, dekorace či koberce vhodně sladěny?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je nábytek a inventář v dobrém stavu?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jsou židle pohodlné?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je uspořádání stolů vyhovující?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jsou stoly vhodně a čistě prostřeny?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je v restauraci oddělen prostor pro nekuřáky?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nejsou koberce sešlé, špinavé a propálené?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je personál restaurace vhodně a čistě oblečen?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je snídaňová nabídka pokrmů dostatečná?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je nápojový a jídelní lístek dostatečně obsáhlý?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Jakým dojmem působí celkový vzhled restaurace? *

1 2 3 4 5

dobrý, čistý, upravený špatný, neupravený

Poznámky

UBYTOVÁNÍ

Ubytování - pokoj *

	ano	spíše ano	spíše ne	ne
Je v pokoji vyvěšen ubytovací řád?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jsou dveře a zámky v pořádku?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Odpovídá vybavení pokoje typu hotelu?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Působí interiér pokoje příjemně a sladěně?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je pokoj dobře osvětlen?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je možno v pokoji pracovat? (psací stůl s vhodným osvětlením)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je nábytek v dobrém stavu?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je v pokoji slyšet hluk? (venkovní provoz, ostatní pokoje)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je podlaha čistá?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Existuje dotazník pro hosty týkající se jejich spokojenosti?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fungují všechna technická zařízení na pokoji? (rádio, TV, fén)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je koupelna čistá?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je toaleta i umyvadlo čisté a funkční?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je koupelna dobře osvětlena?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je pokoj dostatečně prostorný?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je koupelna dostatečně prostorná?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Jaký je způsob uzamykání pokoje? *

- klasický klíč
- elektronická karta

Poznámky

SPOLEČENSKÉ PROSTORY, SALÓNKY

Společenské prostory, vzhled a vybavení *

	ano	spíše ano	spíše ne	ne
Působí společenské prostory či salónky příjemným dojmem?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jsou nábytek a jiná vybavení udržovaná?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je místnost čistá, udržovaná?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jsou prostory dostatečně osvětleny?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jsou dekorace a bary vhodně sladěny?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je v prostorách čistý vzduch?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jsou místnosti dostatečně prostorné?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Poznámky

ZPŮSOB PLATBY

Způsob platby *

- Účet lze uhradit v hotovosti.
- Účet lze uhradit prostřednictvím faktury.
- Účet lze uhradit platební kartou.
- Účet lze uhradit v cizí měně.

REKLAMACE

Jaký je způsob vyřizování reklamace? *

nespokojenost hosta, neuklizený pokoj, otevřené dveře či okna apod.

Je vyřízení reklamace, vrácení peněz či jiná kompenzace dostatečně rychlé? *

Jak hotel přistupuje k neoprávněným reklamacím? *

Poznámky

REZERVAČNÍ SYSTÉM

Rezervace ubytování, jednání s klientem - telefonicky *

1 2 3 4 5

slušné jednání, rychlá a srozumitelná rezervace nevhodné jednání, nesrozumitelná rezervace

Rezervace ubytování, jednání s klientem - e-mail *

1 2 3 4 5

vhodný styl psaní, rychlá a bezproblémová rezervace nevhodný styl psaní, pomalá a nesrozumitelná rezervace

Jakým způsobem se zaznamenávají rezervace? *

- prostřednictvím počítačového systému
- do sešitu či nástěnného archu

Lze rezervovat: *

- prostřednictvím faxu
- prostřednictvím telefonního hovoru
- prostřednictvím e-mailu

Je recepční pracovník v případě obsazenosti hotelu ochoten pomoci při vyhledání jiného zařízení? *

- ano
- částečně
- ne

Poznámky

KLIENTELA

Jaká je struktura klientů? *

Jednotlivci, páry, rodiny s dětmi, senioři

Jaká je národnostní struktura klientů? *

SLEVY POSKYTOVANÉ HOTELEM

Jaké slevy hotel poskytuje svým zákazníkům? *

INTERNETOVÉ STRÁNKY HOTELU

Vzhled, funkčnost, náležitosti internetových stránek zařízení *

	ano	částečně	ne
Jsou internetové stránky zařízení přehledné?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jsou dostupné informace o nabídce a struktuře pokojů?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jsou dostupné informace o cenách pokojů?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jsou dostupné informace o placených a neplacených službách?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jsou dostupné informace o cenách placených služeb?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jsou dostupné informace o stravovacích službách?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jsou na stránkách umístěny tipy na výlety do okolí?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jsou na stránkách aktualizovány novinky?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Obsahuje stránka všechny potřebné kontaktní náležitosti?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Celkový vzhled stránky je: *

1 2 3 4 5
vhodný, pěkný nevhodný, nevkusný, nepřehledný

NÁZEV HOTELU

Název hotelu