

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra strukturální politiky EU a rozvoje venkova

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Řízení a ekonomika podniku

Bakalářská práce

Analýza gastronomických služeb v Českém Krumlově

Vedoucí bakalářské práce:

Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová

Autor:

Dana Majerská

2011

Prohlášení

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci na téma Analýza gastronomických služeb v Českém Krumlově jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

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

V Českých Budějovicích dne Podpis studenta

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucí své bakalářské práce Dr. Ing. Dagmar Škodové Parmové za podnětné návrhy a připomínky, trpělivost a odborné vedení.

Mé poděkování patří také mé rodině za to, že mi po celou dobu byla oporou a umožnila mi studium.

Obsah

1. Úvod	1
2. Cíle a metodika	2
2.1. Cíle práce	2
2.2. Metodika	2
2.3. Pracovní hypotézy	3
3. Literární rešerše	4
3.1. Marketingový mix	4
3.1.1. Služby	5
3.1.1.1. Definice služeb	5
3.1.1.2. Třídění služeb	7
3.1.2. Cena	8
3.1.3. Distribuční cesty	9
3.2. Marketingová komunikace	11
3.2.1. Podpora prodeje	11
3.2.2. Reklama	12
3.2.3. Public relations	12
3.2.4. Lidské zdroje	12
3.3. Stravování	13
3.3.1. Charakteristika stravovacích služeb	13
3.3.2. Stravovací zařízení	15
3.3.2.1. Kategorizace hostinských zařízení	15
4. Provedení analýzy	17
4.1. Analýza sekundárních dat	17
4.1.1. Město Český Krumlov	17
4.1.1.1. Charakteristika města	17
4.1.2.1. Historie města	18
4.1.2.2. Kulturní památky	19
4.1.3. Stravování v Českém Krumlově	19
4.1.3.1. Restaurační zařízení	20
4.2. Analýza primárních dat	25
4.2.1. Dotazníkové šetření	25

4.2.2. Shrnutí dotazníkového šetření	38
5. Návrhová část	43
6. Závěr	46
7. Resumé.....	47
8. Použitá literatura.....	48
8.1. Literární zdroje	48
8.2. Internetové zdroje.....	48
9. Seznamy.....	53
9.1. Seznam obrázků.....	53
9.2. Seznam grafů	53
9.1. Seznam příloh	54
10. Přílohy	55

1. Úvod

Český Krumlov je po Praze druhým turisticky nejnavštěvovanějším místem České republiky. Nachází se v Jihočeském kraji a je středem nejjižnějšího okresu České republiky. Po listopadu 1989 se Krumlov stal jedním z nejvýznamnějších cílů zahraničních turistů v ČR a nastal zde obrovský rozvoj v oblasti gastronomických služeb.

Celý můj život je úzce propojen s Českým Krumlovem a za poslední roky jsem vypožorovala, že zde trh s gastronomickými službami velmi stagnoval. Všeobecně je známo, že gastronomie se jako obor vyvíjí velmi rychle. Důvodem pro rychlý vývoj jsou především neustálé změny v preferencích a požadavcích hostů, v jejich životním stylu a zlepšující se ekonomická situace. Zajímalo mě, jak skutečnost, že gastronomické služby v dané lokalitě stagnovaly, vnímají lidé z řad obyvatel a také, jak jsou s touto stávající nabídkou spokojeni turisté, kteří tvoří největší procento návštěvníků provozoven, které tyto služby nabízejí.

Z hlediska zákazníka stravovacích zařízení v dané lokalitě mne dále zajímalo, zda existuje nějaká možnost zpestření stávajících provozů či zavedení nového inovativního zařízení. Hlavním cílem bakalářské práce je tedy zhodnotit nabídku gastronomických služeb v dané lokalitě a navrhnout možná zlepšení pro jejich rozvoj.

2. Cíle a metodika

2.1. Cíle práce

Hlavním cílem této práce bude zhodnotit nabídku gastronomických služeb v Českém Krumlově. Na základě studia primárních a sekundárních dat nalézt nedostatky a navrhnout možné změny, které by vedly ke zlepšení současného stavu.

Dílčím cílem bude zanalyzovat spokojenost zákazníků s nabídkou gastronomických služeb ve vybrané oblasti.

2.2. Metodika

Tato práce bude složena z několika částí. První část bude spočívat ve studiu odborných literárních pramenů, ze kterých bude čerpáno k sepsání teoretické části, ve které budou popsány základní pojmy mající souvislost s tématem bakalářské práce.

Dále bude zpracována situační analýza, ve které budou využita primární a sekundární data. Sekundární data budou shromážděna z literárních zdrojů, internetového portálu informačního centra Český Krumlov a dále z internetových stránek provozovatelů jednotlivých zařízení. Zde bude vymezena zkoumaná oblast spolu s vymezením a popsáním gastronomických zařízení v dané lokalitě. Zdrojem primárních dat bude dotazníkové šetření, na jehož základě bude vyhodnoceno vnímání nabídky služeb ze strany zákazníka. Veškerá získaná data budou následně zpracována a vyhodnocena. Na základě syntézy vyplývající z provedených analýz budou navržena možná opatření pro zlepšení gastronomických služeb v dané lokalitě včetně kalkulace finančních dopadů.

2.3. Pracovní hypotézy

Pro primární výzkum je nutné stanovení základních hypotéz, které jím budou potvrzeny, či vyvráceny.

Hypotézy:

- 1) V dané lokalitě je příliš velké množství restauračních zařízení.
- 2) Ceny pokrmů jsou vysoké.
- 3) Zákazníci nejsou spokojeni s nabídkou restauračních zařízení ve zkoumané oblasti.

3. Literární rešerše

3.1. Marketingový mix

Marketingový mix je jedním z klíčových pojmů v moderní teorii marketingu. Jde o soubor taktických marketingových nástrojů – výrobní, cenové, distribuční a komunikační politiky, které firmě umožňují upravit nabídku podle přání zákazníků na cílovém trhu.¹

Nejznámější a nejdůležitější rozdělení marketingového mixu je do čtyř skupin – tzv. čtyři P: Product (výrobek, služba), Price (cena), Place (místo) a Promotion (propagace).

Pokud jde o gastronomické služby, tak podle Beránka a Kotka, se marketingový mix dělí do sedmi skupin, kde jde vždy o kombinaci následujících faktorů:

1. produkt;
2. cena;
3. distribuční kanály;
4. propagace;
5. reklama;
6. public relations (vztahy s veřejností);
7. pracovníci.²

Boučková přidává další možné rozdělení. Marketingové nástroje (tradiční 4P), formulované pro hmotné výrobky, musí být pro oblast služeb vzhledem k odlišnostem nehmotných užitků jednak modifikovány a jednak doplněny (o další P). Nejznámějšími doplněními jsou další P, především v následujících kombinacích:

¹ KOTLER, Philip. *Marketing*. Praha: Grada, c2004, 855 s. ISBN 80-247-0513-3.

² BERÁNEK, Jaromír; KOTEK, Pavel. *Řízení hotelového provozu*.: GRADA, 2006. 218 s. ISBN 80-86724-00-X.

1) People	lidé
Physikal Evidence	fyzická přítomnost
Process	proces
2) Participants	účastníci
Physikal Evidence	fyzická přítomnost
Process	proces
3) People	lidé
Packaging	balík služeb
Programming	tvorba programů
Partnership	spolupráce ³

3.1.1. Služby

3.1.1.1. Definice služeb

Teoretici marketingu se pokusili definovat služby z hlediska jejich nehmotné povahy a skutečnosti, že nikdy nevedou ke vzniku vlastnictví čehokoli, ale pouze přinášejí zákazníkům „prospěch“ nebo „uspokojení“.

Kotler definuje službu jako jakoukoli činnost nebo prospěch, které jedna strana může nabídnout druhé a které jsou v podstatě nehmotné a nevytvářejí vlastnictví čehokoli. Její produkce se může nebo nemusí vázat k fyzickému produktu.

Teoretici se pokusili vyjasnit definice prohlášením, že služby mají vlastnosti, které je odlišují od výrobků.

Odlišností mezi marketingem výrobků a služeb se zabývali vědečtí teoretici. Judd například identifikoval vlastnosti, které odlišují služby od výrobků. Patří mezi ně

³ BOUČKOVÁ, Jana. *Marketing*.: C.H. Beck, 2003. 449 s. ISBN 80-7179-577-1.

skutečnosti, že služby nelze skladovat a že distribuční kanály služeb, pokud nějaké existují, jsou krátké.⁴

Služby jsou nehmotné, nestálé, neoddělitelné a neskladovatelné. To jsou čtyři základní charakteristiky, které odlišují hmotné statky od nehmotných - 4 N. Janečková, Vašítková přidávají ještě další charakteristiky - zničitelnost, která souvisí s neskladovatelností a nemožnost vlastnictví.

- **Nehmotnost.** Nehmotnost je nejcharakterističtější vlastností služeb a od ní se odvíjejí další vlastnosti. Čistou službu nelze zhodnotit žádným fyzickým smyslem – nelze si ji před koupí prohlédnout a jen v málo případech lze vyzkoušet. Mnohé vlastnosti, na které se při podpoře prodeje zboží odvolává reklama a které zákazník může pouhým pohledem ověřit, zůstávají tak při prodeji služeb zákazníkovi skryté. Některé prvky, které představují kvalitu nabízené služby, jako například spolehlivost, osobní přístup poskytovatele služby, důvěryhodnost, jistota, apod. lze ověřit až při nákupu a spotřebě služby. Výsledkem je větší míra nejistoty zákazníků při poskytování služby bez ohledu na to, zda se jedná o službu tržní nebo veřejnou či neziskovou. Zákazník má tak ztížený výběr mezi konkurujícími si poskytovateli podobných služeb. Tuto nejistotu se marketing služeb snaží překonat posílením marketingového mixu služeb o prvek materiálního prostředí, zdůrazněním významu komunikačního mixu a zaměřením se na vytváření silné značky, popřípadě obchodního jména firmy nabízející dané služby.
- **Neoddělitelnost.** Zákazník se sám účastní poskytování služby. Producent služby a zákazník se musejí setkat v místě a čase tak, aby výhoda, kterou zákazník získává poskytnutím služby, mohla být realizována. Zákazník zpravidla nemusí být přítomen po celou dobu poskytování služby. Dokonce i v případě některých tzv. profesionálních služeb – například advokátů – nemusí být nutně zákazník přítomen. Přítomnost zákazníka zpravidla vyžadují některé veřejné služby – lékař nemůže pacienta ošetřit bez jeho přítomnosti.

⁴ HORNER, Susan; SWARBROOKE, John. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: GRADA Publishing a.s., 2003. 488 s. ISBN 80-247-0202-9.

- **Heterogenita.** Variabilita služeb souvisí především se standardem kvality služeb. V procesu poskytování služby jsou přítomni lidé, zákazníci a poskytovatelé služby. Jejich chování nelze vždy předvídat, v případě zákazníků je dokonce obtížné stanovit určité normy chování. Nelze provádět výstupní kontroly kvality před dodáním zboží tak, jako tomu bývá u zboží. Proto je možné, že způsob poskytnutí jedné a téže služby se liší, a to dokonce ve stejné firmě. Může dojít i k tomu, že jeden a týž člověk může tentýž den poskytnout jinou kvalitu jím nabízené služby.
- **Zničitelnost.** Nehmotnost služeb vede k tomu, že služby nelze skladovat, uchovávat, znovu prodávat nebo vracet. Pro daný okamžik jsou ztracené, zničené. Neznamená to, že špatně poskytnuté služby nelze reklamovat. Jen v některých případech lze však nekvalitní službu nahradit poskytnutím jiné, kvalitní. Většinou lze náhradou vrátit zaplacenou cenu služby, případně poskytnout slevu z ceny.
- **Nemožnost vlastnictví.** Nemožnost vlastnit službu souvisí s její nehmotností a zničitelností. Při nákupu zboží přechází na zákazníka právo zboží vlastnit. Při poskytování služby nezískává směnou za své peníze zákazník žádné vlastnictví. Kupuje si pouze právo na poskytnutí služby. V případě veřejných služeb je mu toto právo využívat služby produkované státem nabízeno směnou za jím placené daně nebo sociální či zdravotní pojištění.⁵

Mezi zákazníkem a poskytovatelem služby dochází k vzájemným výměnám a vzájemnému ovlivňování, protože host v restauračním zařízení očekává různé druhy služeb sloužících k uspokojení jeho potřeb. Proto hlavním úkolem a cílem tohoto zařízení musí být poskytování těchto nejrůznějších služeb, a to zejména stravování, osobní přístup i příjemné prostředí.

3.1.1.2. Třídění služeb

Služby jsou součástí terciárního sektoru národního hospodářství. Nejjednodušší je členění služeb podle jejich odvětvové příslušnosti. Jedná se o: dopravu,

⁵ JANEČKOVÁ, Lidmila; VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb*. Praha: GRADA Publishing a.s., 2001. 179 s. ISBN 80-7169-995-0

telekomunikaci, ubytovací a hotelové služby, stravovací služby, finanční, pojišťovací a bankovní služby, poradenské a advokátní služby, opravárenské a osobní služby. Další odvětví jsou zaměřená spíše na člověka – zdravotnické, vzdělávací, kulturní a sociální služby.⁶

3.1.2. Cena

Je odměna poskytovateli za poskytnuté služby, která musí krýt náklady spojené s poskytnutím služby. Tato platba by měla zahrnovat i odpovídající zisk pro poskytovatele. Host je naopak ochoten za jemu poskytnutou službu zaplatit určitou cenu, která závisí na tom, jak byly jím požadované služby splněny.

Manažer rozhodující o ceně si všímá nákladů, relativní úrovně ceny, úrovně koupěschopné poptávky, úlohy ceny při podpoře prodeje (různých slev), úlohy ceny při snaze o soulad mezi reálnou poptávkou a produkční kapacitou v místě a čase. Vzhledem k nehmotnému charakteru služeb se cena stává významným ukazatelem kvality.

Na tvorbě ceny se mohou podílet tři základní postupy:

- dle trhu – cenu určuje spotřebitelská poptávka;
- dle konkurence – restaurace stanoví své ceny podle cen konkurence;
- dle nákladů – cena je kalkulována na základě výdajů;

Postup určení ceny a především cena samotná je ovlivňována následujícími faktory:

- ceny a služby různých firem, které může host srovnávat (čím více možností pro porovnání, tím vyšší je průhlednost trhu);
- důležitost ceny pro případné zákazníky;
- pohyby spotřebitelské poptávky;
- umístění restaurace a sezónní změny;
- znalosti a zkušenosti vedoucích pracovníků;
- psychologická očekávání;

⁶ JANEČKOVÁ, Lidmila; VAŠTIKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb*. Praha: GRADA Publishing a.s., 2001. 179 s. ISBN 80-7169-995-0

- kvalita poskytovaných služeb;
- struktura obratu firmy;
- nabídka služeb a cenová strategie konkurence;
- chování hostů (vnímaný vztah hodnota/cena);
- výše nákladů.

Cenu velmi silně ovlivňuje situace na trhu. Pokud se poptávka ve vztahu k nabídce snižuje, pak základní pravidlo trhu říká, že cena klesá.

Někdy má majitel restaurace zájem se od konkurence odlišit cenou, přestože nabízí stejné služby. Jedná se o cenovou diferenciaci, tedy nabídku stejných služeb za různou cenu. Odstupňování cen může být zvoleno na základě následujících kritérií:

- dle období – sezóna, víkend, konání veletrhů a výstav;
- dle druhu hostů – děti, dospělí, důchodci, účastníci konferencí;
- dle obratu – skupinové ceny, „3 za cenu 2“, desáté menu zdarma;
- dle druhu či doby platby – sleva při hotovostním placení či placení předem;
- dle distribuční cesty – rabaty pro cestovní kanceláře, touroperátory.⁷

3.1.3. Distribuční cesty

Distribuční cesta představuje spojení mezi výrobcem/dodavatelem a spotřebitelem/uživatelé.

Rozhodování o distribuci souvisí s usnadněním přístupu zákazníků ke službě. Souvisí s místní lokalizací (umístěním) služby, s volbou případného zprostředkovatele dodávky služby. Kromě toho služby více či méně souvisejí s pohybem hmotných prvků, tvořících součást služby.⁸

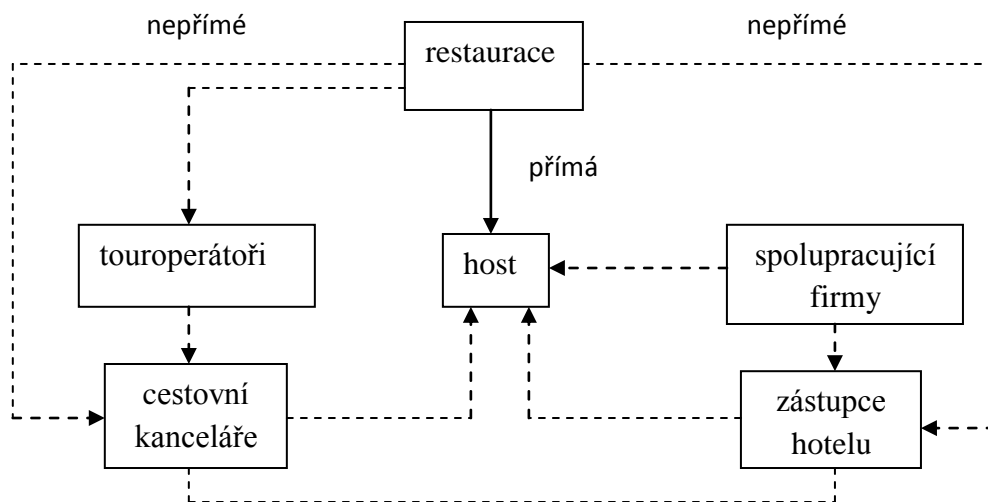
Volba distribuční cesty je způsob, jakým bude prezentována nabídka restaurace potencionálním zákazníkům. Distribuční cesty mohou být přímé a nepřímé (Obrázek 1).

⁷ BERÁNEK, Jaromír; KOTEK, Pavel. *Řízení hotelového provozu*.: GRADA, 2006. 218 s. ISBN 80-86724-00-X.

⁸ JANEČKOVÁ, Lidmila; VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb*. Praha: GRADA Publishing a.s., 2001. 179 s. ISBN 80-7169-995-0

To znamená buď hledat zákazníky sám, nebo spolupracovat se zprostředkovateli (touroperátoři, cestovní kanceláře, přepravní společnosti).

Obrázek 1: Schéma distribučních cest



Zdroj: Beránek, Kotek, *Řízení hotelového provozu*, 2003

Co se týká přímé distribuce, je nutno velmi pečlivě opatrovat skupinu minulých hostů a stálých zákazníků (vychází výhradně ze spokojenosti, je závislá na kvalitě). Databáze hostů je velmi silným prostředkem pro přímý prodej. „Každý spokojený host je malá cestovní kancelář.“ Proto je nutno pravidelně informovat hosty a ostatní okruhy zákazníků (a distribuovat pomocí nich informace dále) o zajímavých novinkách, rozšířených službách a zajímavých akcích.

Nepřímé distribuční cesty jsou prezentovány hlavně touroperátory a cestovními kancelářemi. Pokud se hotel rozhodne spolupracovat s nějakým zprostředkovatelem, měl by s ním jednat jako s partnerem. V porovnání s prodejními aktivitami restaurace samotné má zprostředkovatel šanci prodat více, neboť je specializován a přesně zná svůj trh, což je výhoda této spolupráce.⁹

⁹ BERÁNEK, Jaromír; KOTEK, Pavel. *Řízení hotelového provozu*.: GRADA, 2006. 218 s. ISBN 80-86724-00-X.

3.2. Marketingová komunikace

Marketingovou komunikací je veškerá forma řízené komunikace. Touto formou firma informuje, ovlivňuje či přesvědčuje spotřebitele. Jedná se o záměrné a cílené vytváření informací, které jsou určeny pro trh ve formě, která je pro cílovou skupinu přijatelná.

Úkol marketingové komunikace je podstatně širší než je primární zvyšování informovanosti spotřebitelů o nabídce. Má totiž možnost zvýraznit některé objektivně existující vlastnosti produktu, přesvědčit zákazníky k přijetí výrobku, služby či ideje a upevňovat trvalé vztahy se zákazníky a další veřejností.¹⁰

3.2.1. Podpora prodeje

Podpora prodeje jsou činnosti nebo materiály, které mají podněcovat dosavadní nebo potenciální zákazníky k nákupu.

Je zde zdůrazněna krátkodobost cílů propagace. Firmy často používají podporu prodeje nepravidelně, zejména v případech sezónnosti trhu. Podpora prodeje může mít formu slevy. Také se používá zvýšení hodnoty produktu, což znamená, že zákazník za stejné peníze dostane víc.¹¹

Podpora prodeje přímo v restauraci je vždy zaměřena na konkrétního hosta. Začíná u vzdělání pracovníků, všichni zaměstnanci přicházející do styku s hostem musí být prodejně orientovaní. Musí být stanoveny odpovědnosti a každému musí být jasné, co mu v rámci podpory prodeje přísluší a co nikoli. Výhodou je, když tito pracovníci dlouhodobě udržují dobré osobní vztahy se stálými hosty.¹²

¹⁰ BOUČKOVÁ, Jana. *Marketing*.: C.H. Beck, 2003. 449 s. ISBN 80-7179-577-1.

¹¹ HORNER, Susan; SWARBROOKE, John. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha : GRADA Publishing a.s., 2003. 488 s. ISBN 80-247-0202-9.

¹² BERÁNEK, Jaromír; KOTEK, Pavel. *Řízení hotelového provozu*.: GRADA, 2006. 218 s. ISBN 80-86724-00-X.

3.2.2. Reklama

Reklama je placená forma neosobní komunikace o produktu některé organizace prostřednictvím médií, ať jde o televizi, rádio, internet, noviny, časopisy, veřejnou dopravu, veřejné informační plochy nebo katalogy. Podle Kotlera je reklama „jakákoli placená forma neosobní komunikace a propagace myšlenek o zboží nebo službách konkrétním zadavatelem“.¹³

Jako marketingový nástroj slouží reklama k seznámení se potenciaálních hostů s nabídkou restaurace a k jejich přesvědčení o přednostech služeb nabízených daným restauračním zařízením. Reklama zahrnuje všechny prostředky působící na dálku na všechny potenciaální zákazníky.

Ústní reklama je pro každý podnik neocenitelná, ačkoliv nestojí ani korunu. Tato reklama může mít kromě pozitivního vlivu také velmi negativní účinek na úspěšnost restaurace, neboť špatné zprávy o kvalitě služeb se šíří ještě rychleji než ty dobré.

3.2.3. Public relations

Činnosti, které shrnujeme pod pojmem PR, si vůbec nekladou za cíl přímo podpořit prodej určitých výrobků. Jejich hlavním smyslem je vytvořit v podvědomí veřejnosti jako celku, v jejích jednotlivých složkách, kladnou představu o podniku, o jeho záměrech, obraz instituce, která má zájem nejen na dosahování zisku, ale která část tohoto zisku věnuje na realizaci akcí, které jsou k prospěchu celé společnosti. Od reklamy se liší tím, že reklama je adresná a nabízí ke koupi konkrétní produkt, zatímco Public Relations neformulují nikdy a nikde žádnou přímou nabídku ke koupi, ani své informace nepodávají takovým způsobem, který by zákazníka nabádal ke koupi.¹⁴

3.2.4. Lidské zdroje

Personál ve stravovacím zařízení hraje velmi důležitou roli. Při výběru pracovníků musí majitel provozu zvažovat nejen odbornou kvalifikaci, ale také odolnost vůči stresu

¹³ HORNER, Susan; SWARBROOKE, John. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: GRADA Publishing a.s., 2003. 488 s. ISBN 80-247-0202-9.

¹⁴ BOUČKOVÁ, Jana. *Marketing*.: C. H. Beck, 2003. 449 s. ISBN 80-7179-577-1.

a komunikační schopnosti. Tito zaměstnanci mají totiž u zákazníka největší vliv na celkovou kvalitu služby.

Personální práce v gastronomickém podniku musí být vždy laděna pozitivně, protože v gastronomii se pracuje se subjektivními vjemy a pocity. Pozitivně naladění, usmívající se a profesně zdatní zaměstnanci pak pozitivně a příjemně působí na hosty. Hosté sice nepochválí přesolenou polévku, ale spíš ji prominou, jestliže služby budou na úrovni a zaměstnanci se budou chovat příjemně, profesionálně a vstřícně. Hosté se pak vždy vátí a i jejich výtky směrem k přesolené polévce asi nebude tak ostrá.¹⁵

3.3. Stravování

3.3.1. Charakteristika stravovacích služeb

Stravovacími službami rozumíme výrobu, přípravu a rozvoz pokrmů za účelem jejich podávání v rámci provozování hostinské živnosti.¹⁶

Stravovací služby zabezpečují uspokojení základní potřeby výživy, jde o služby základního stravování, doplňkového stravování a občerstvení. Také zahrnují společensko-zábavní služby, jež jsou spojené s hudební produkcí, kulturním programem, popřípadě s dalšími službami.

Stravovací služby se tradičně považovaly za odlišné od výroby a maloobchodního prodeje potravin, ale tyto rozdíly se začaly v poslední době smazávat. Některé jejich formy, například smluvní stravování, mají více společného s výrobními linkami než s tradičními restauracemi. Supermarkety ve stále větší míře prodávají předem připravená jídla, která lze rychle upravit k použití, takže konkurují stravovacím zařízením s prodejem „přes ulici“.

Nicméně i v tradičních stravovacích službách existuje mnoho subsektorů s velmi odlišnými vlastnostmi z hlediska marketingu, z nichž některé můžeme vidět na obrázku Různé typy stravovacích služeb. Schéma na obrázku (Obrázek 2) je velmi zjednodušené

¹⁵ VRONSKÝ, Jiří. Specifika personální práce v gastronomii. *Gastro plus* [online]. 2007, č. 2 [cit. 2011-03-18]. Dostupné z: http://www.gastroplus.cz/prectete-si/2007/07_2_specifika.php

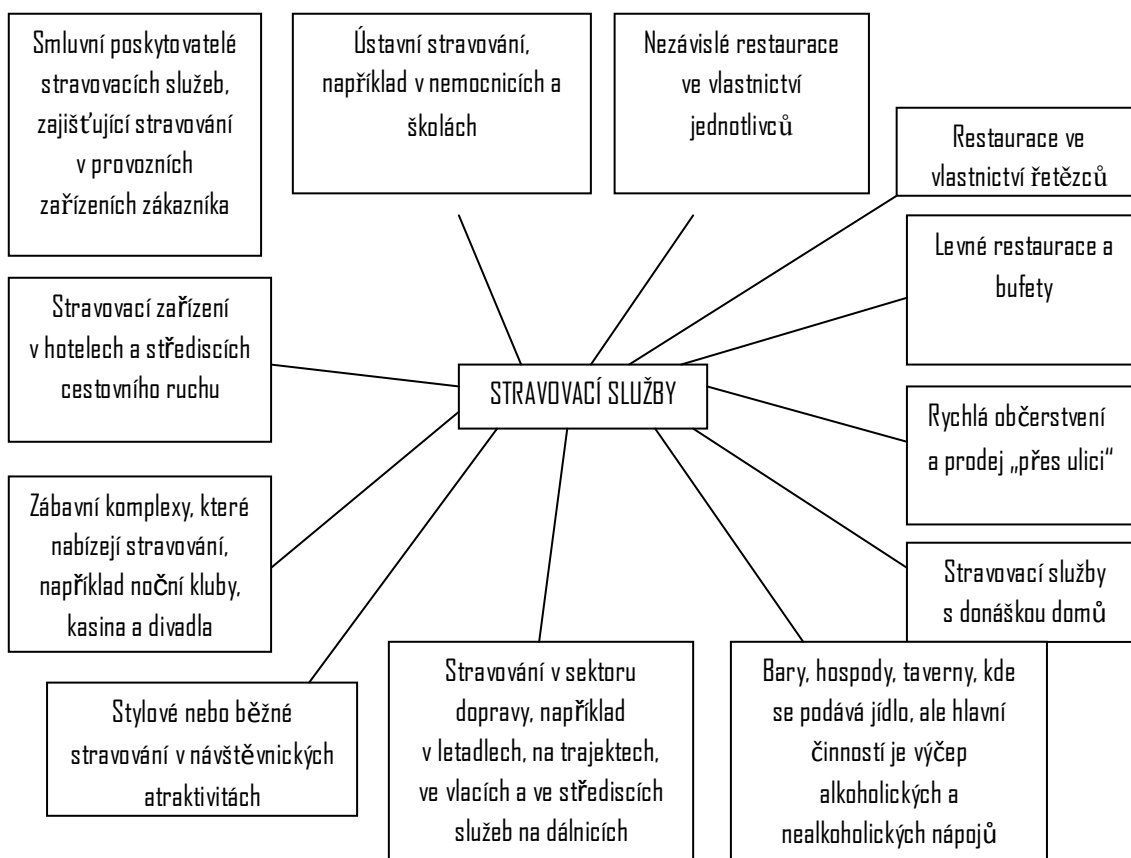
¹⁶ KOLEKTIV AUTORŮ MANAGEMENT CONSULTING GROUP, s. r. o. *Pohostinství pro cestovní ruch*. [online]. 2008, [cit. 2011-03-24]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Dostupné na [www: <www.vzdelavaniver.cz>](http://www.vzdelavaniver.cz)

a omezuje se převážně na příklady služeb používaných ve Velké Británii. Podobné typy služeb se však vyskytují po celé Evropě, ačkoli se mohou jmenovat jinak.

Většina stravovacích služeb patří soukromému sektoru, kde hlavní marketingové cíle jsou zisk a podíl na trhu, ale existují rovněž sociálně zaměřené služby státního sektoru, například stravovací zařízení ve školách a nemocnicích.

Početně největší podíl stravovacích zařízení představují malé provozní jednotky, zatímco zbytek je součástí řetězců, které nabízejí standardizované produkty v řadě lokalit.

Obrázek 2: Různé typy stravovacích služeb



Zdroj: Horner, Swarbrooke, *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*, 2003

Zdá se, že evropský trh stravovacích služeb se stále více „internacionalizuje“. V mnoha evropských zemích jsou velmi populární italské, francouzské nebo japonské restaurace a sektory rychlého občerstvení po celé Evropě ovládají převážně velcí američtí konkurenti. Zároveň však mnozí evropští turisté, kteří tráví dovolené v cizích zemích, hledají typ stravování, na který jsou zvyklí z domova.¹⁷

3.3.2. Stravovací zařízení

Stravovací zařízení můžeme chápat jako objekt, prostor nebo plochu, kde je veřejnosti poskytováno stravování. Může být samostatné nebo jako součást ubytovacího zařízení.¹⁸

Stravovací služby poskytují v cílových místech zejména stravovací zařízení, představující prostory v objektech, v nichž se připravují pokrmy a nápoje, uskutečňuje se prodej jídel a nápojů, případně doplňkový prodej polotovarů potravinářského charakteru a jsou v nich poskytovány služby s tím související.¹⁹

3.3.2.1. Kategorizace hostinských zařízení

Hostinská zařízení (provozovny) se dělí podle druhu do kategorií a zařazují se do nich dle převažujícího charakteru jejich činnosti. Základní rozdělení hostinských zařízení restauračního typu dle statistické metodiky EU do kategorií je následující:

1) Restaurace

Pro tuto kategorii hostinských provozoven je dominantní prodej pokrmů s možností zakoupení nápojů a možnost různých forem společenské zábavy. Jedná se zejména o následující druhy provozoven:

- restaurace;
- samoobslužné restaurace (jidelny);
- rychlé občerstvení, ryby, hranolky;

¹⁷ HORNER, Susan; SWARBROOKE, John. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: GRADA Publishing a.s., 2003. 488 s. ISBN 80-247-0202-9.

¹⁸ KOLEKTIV AUTORŮ MANAGEMENT CONSULTING GROUP, s. r. o. *Pohostinství pro cestovní ruch*. [online]. 2008, [cit 2011-03-24]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Dostupné na [www: <www.vzdelavanivcr.cz>](http://www.vzdelavanivcr.cz)

¹⁹ ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea servis, 2010, 405 s. ISBN 978-808-5970-685

- železniční jídelní vozy a jiná zařízení pro přepravu cestujících.

2) Bary

Pro tuto kategorii hostinských provozoven je dominantní prodej nápojů s možností různých forem společenské zábavy. Je možno také prodávat výrobky studené kuchyně, cukrářské výrobky, podle místních podmínek teplé pokrmy, zejména minutkového charakteru. Původně byly bary budovány v mezinárodních hotelech, ale během krátké doby se vytvořilo několik druhů barů, které se liší provozní dobou i sortimentem jídel i nápojů. Jedná se zejména o následující druhy provozoven:

- bary;
- noční kluby;
- pivnice;
- vinárny;
- kavárny, espressa.

U jednotlivých kategorií lze zřizovat sezónní a příležitostná odbytová střediska, která jsou součástí provozovny (terasy, atria, zahrady, předzahrádky, salónky, sály apod.).

Všechny hostinské provozovny s výjimkou kategorií občerstvení, kiosky, mají pro hosty WC, oddělené pro ženy a pro muže.²⁰

²⁰ HACCAP, *Kategorizace hostinských zařízení*. [online]. 2009 [cit. 2010-03-24]. Dostupné na [www: <http://haccp.webnode.cz/hostinska-cinnost/kategorizace-hostinsky-zarizeni/>](http://haccp.webnode.cz/hostinska-cinnost/kategorizace-hostinsky-zarizeni/)

4. Provedení analýzy

4.1. Analýza sekundárních dat

4.1.1. Město Český Krumlov

Doba rozkvětu tohoto malebného města je spojena s vládou pánů z **Rožmberka** (1302 - 1602), kteří z Českého Krumlova učinili své sídelní město. Krumlov tehdy ležel v místě, kde docházelo ke kontaktům mezi českým vnitrozemím, rakouským a bavorským podunajským prostorem a severní Itálií. To se projevilo i na tváři města a zámku, jíž vtiskla neopakovatelnou podobu italská renesance. Na konci 17. století, během panování rodu Eggenberků, bylo mj. postaveno barokní divadlo a přebudována zámecká zahrada. V době Schwarzenberků získal Český Krumlov svou barokní podobu. Od 19. stol. se kromě zrušení městských hradeb a bran žádné zásadní změny neodehrály a centrum si tak zachovalo svou historickou podobu.

Křivolaké uličky, romantická zákoutí a unikátní komplex měšťanských domů s impozantní dominantou zámku nad meandrem Vltavy, vynikající výstavy umělců světoznámých jmen, koncerty, hudební festivaly, divadelní představení, hospůdky, kavárny i středověké krčmy, pestrá směs turistů z celého světa, to vše je Český Krumlov - malé ale zároveň kosmopolitní město s jedinečnou atmosférou, obklopeno neporušenou, krásnou přírodou. Od roku 1992 je zapsáno na seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO.²¹

4.1.1.1. Charakteristika města

Jméno města Krumlov je odvozováno z německého výrazu "Krumme Aue", který je překládán jako "Křivý luh". Tento název byl odvozen z přírodních podmínek, konkrétně z tvaru území, na němž se město rozkládá - to leží v esovitě zakřivených meandrech řeky Vltavy.²²

²¹ Historie města. *Český Krumlov* [online]. 2006 [cit. 2011-04-20]. Dostupné na [www: http://www.ckrumlov.info/docs/cz/zakinf.xml](http://www.ckrumlov.info/docs/cz/zakinf.xml)

²² Historie města Český Krumlov. *Český Krumlov* [online]. 2006 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na [www: <http://www.ckrumlov.info/docs/cz/mesto_histor_himeck.xml.php?page=restaurace&lang=cz>](http://www.ckrumlov.info/docs/cz/mesto_histor_himeck.xml.php?page=restaurace&lang=cz)

4.1.2.1. Historie města

Trasy vedoucí podél řeky Vltavy se za raného středověku ustálily v obchodní stezky. V 9. století území patřilo patrně českému knížecímu rodu Slavníkovců. Ti byli roku 995 vyvražděni konkurenčním knížecím rodem Přemyslovců. Přemyslovci tak získali i tuto oblast. V souladu s uplatňováním principů vnitřní kolonizace a udělováním panovnických držav v léno členům panovnické družiny získávají pak od vládnoucích Přemyslovců tyto državy jejich družiníci - Vítkovci.

Roku 1253 bylo poprvé zmíněno jméno Krumlova na listině moravského markraběte a rakouského a štyrského vévody Otakara, budoucího českého krále Přemysla Otakara II., ve které je mezi svědky uváděn Vitek z Krumlova (Witigo De Chrumbenowe). Město vznikalo ve dvou stavebních etapách. Jeho první část vznikala spontánně pod krumlovským hradem. Nazývala se Latrán a osídlili ji především lidé, jejichž existence byla spjata se zajišťováním hospodářského chodu hradu. Druhá část města byla typickým příkladem osídlení založeného na "zelené louce".

Roku 1302 vymřela krumlovská větev Vítkovců a jejich panství připadly do držení Rožmberků. Ti také posléze učinili Krumlov hlavním sídlem svého rodu.

Město i hrad za vlády rodu Rožmberků zaznamenaly největší rozkvět. Poslední člen rodu Rožmberků, Petr Vok z Rožmberka, byl v důsledku svého zadlužení donucen postoupit roku 1601 Krumlov císaři Rudolfovi II. Habsburskému. Habsburskové jej roku 1622 udělili štyrskému rodu Eggenberků. Rod Eggenberků vymřel počátkem 18. století a roku 1719 nastupují na Krumlov jejich dědicové - Schwarzenberkové.

V polovině 19. století čítalo město na 5 000 obyvatel. Byl zde ubytován prapor pěšího vojska, působily zde dvě obecně vzdělávací školy, hudební škola a tzv. pracovní škola, kde se pečovalo o vzdělání dětí, jejichž rodiče zemřeli, anebo se o své děti nestarali. Ve městě fungovaly dva pivovary (knížecí a městský), dvě papírny, tři mlýny, přádelna lnu a továrna na sukno.

Již v 19. století jsou zaznamenány občasná národnostní třenice mezi českým a německým obyvatelstvem. Po vyhlášení Československé republiky roku 1918 reagovala německá část obyvatelstva vyhlášením samostatné šumavské župy

Za druhé světové války neprobíhaly v Krumlově žádné výrazné boje, nedošlo ani k bombardování. Krumlov byl v roce 1945 osvobozen americkými vojsky a po osvobození došlo k odsunu obyvatelstva německé národnosti.²³

4.1.2.2. Kulturní památky

Státní hrad a zámek Český Krumlov

Druhý největší hradní a zámecký komplex v České republice patří k nejvýznamnějším památkám ve střední Evropě. Zámecká věž s celým areálem tvoří jednu z dominant města. Původně gotický hrad ze 13. stol. byl rozšířen ve 14. stol. a v 16. stol. renesančně přestavěn. V 17. a 18. stol. byly provedeny barokní a rokokové úpravy. Kromě zámeckých interiérů, k jejichž zhlédnutí je na výběr ze dvou prohlídkových tras, se nabízí široké spektrum historických lahůdek v podobě zámecké věže, která je symbolem bohaté historie a výtvarné krásy Českého Krumlova, zámecké barokní zahrady ze 17. století nebo barokního divadla, které na zámku v Českém Krumlově reprezentuje vyspělou barokní scénu. Jedná se o jedno z nejzachovalejších barokních divadel na světě. Na prvním zámeckém nádvoří se nachází zámecké lapidárium, v němž jsou vystaveny originály barokních soch ze zámeckého areálu. Od doby panování posledních Rožmberků jsou na zámku chováni medvědi.²⁴

4.1.3. Stravování v Českém Krumlově

V Českém Krumlově je velké množství stravovacích zařízení. Přesný počet se mi bohužel nepodařilo zjistit. Nikde se nevedou seznamy těchto zařízení, a i kdyby, tak by bylo velmi složité je udržovat v aktuálnosti. S pomocí infocentra Český Krumlov jsme však dali dohromady odhad pro celý Český Krumlov, který udává kolem 300 stravovacích zařízení.

²³ Historie města Český Krumlov. *Český Krumlov* [online]. 2006 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na [www: <http://www.ckrumlov.info/docs/cz/mesto_histor_himeck.xml.php?page=restaurace&lang=cz>](http://www.ckrumlov.info/docs/cz/mesto_histor_himeck.xml.php?page=restaurace&lang=cz)

²⁴ Státní hrad a zámek Český Krumlov. [online]. 2011 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na [www: <http://www.ckrumlov.info/php/katalog/atr/select.php?&root=1&subtyp=1&poloha=1>](http://www.ckrumlov.info/php/katalog/atr/select.php?&root=1&subtyp=1&poloha=1)

4.1.3.1. Restaurační zařízení

Jak jsem výše zmínila, stravovacích zařízení v Českém Krumlově je velmi mnoho, proto se ve své práci zaměřím konkrétněji na restaurace a to ty, které na daném trhu působí již delší dobu a jsou tedy již zavedenými podniky.

- **RESTAURACE**

Restaurace Babylon se zaměřuje především na typickou českou kuchyni, ale nabízí i mezinárodní. Nachází se na břehu řeky Vltavy v blízkosti centra Českého Krumlova. Jedná se o stylové posezení v klasické české hospůdce s krbem. Každý týden zde hraje živá hudba, organizují zde různá divadla, výstavy a vystoupení. V letních měsících je otevřena zastřešená terasa přímo nad řekou.

Restaurace Barbora je součástí hotelu Barbora, který se nachází nedaleko náměstí v historické budově. Vybavení restaurace je v gotickém stylu a vaří zde českou i světovou kuchyni. V době turistické sezóny jsou otevřeny i 2 přilehlé terasy s výhledem na zámecké panorama a krumlovskou věž.

Don Julius je součástí hotelového komplexu Zlatý Anděl. K jídlu je zde na výběr z typicky české i mezinárodní kuchyně. Ve vnitřních prostorech jistě zaujme keramicky ztvárněná reliéfní kopie českokrumlovského náměstí, vláček, který objíždí místnost několikrát denně a další sběratelské unikáty.

Restaurace Gotika nabízí speciality české i světové kuchyně. Restaurace je umístěna v rekonstruovaných pozdně gotických prostorech, které zaujmou díky širokým obloukům. Vnitřní vybavení restaurace je jednoduché a plně koresponduje s prostorem. V období turistické sezony je otevřena terasa s výhledem na zámek.

Katakomby jsou umístěny na náměstí v podzemních prostorech ze 13. století. Restaurace je součástí hotelového komplexu The Old Inn. Pokrmy jsou připravovány přímo před hosty na dřevěném uhlí a obsluha je oblečena do dobových kostýmů.

Konvice se specializuje hlavně na tradiční českou kuchyni. Jídla jsou připravována výhradně z čerstvých surovin a z produktů jihočeského regionu. Několikrát týdně zde hraje živá hudba melodie od renesance po baroko. V letním období je otevřena terasa, ze které je výhled na zámek a staré město.

Krčma Barbakán se nachází v historických prostorách bývalého městského opevnění. Restaurace je usazena v původních prostorách a je stylově vybavena. Na výběr tu má host z jídel připravovaných v zimě na otevřeném ohni uprostřed restaurace a v létě na grilu umístěném na terase, ze které je výhled na městský park. Jídlo podává obsluha v historických kostýmech na dobových talířích.

Krčma v Šatlavské ulici je rekonstruovaná renesanční stavba v těsné blízkosti náměstí. Posezení je umístěno ve sklepních prostorech, které jsou dobově zařízeny, a obsluhuje zde personál v dobových kostýmech. Kromě roštovaných jídel, která jsou připravována na otevřeném ohni uprostřed restaurace, je možnost přijít také na středověkou hostinu. V letních měsících je otevřena terasa.

Krumlovský Mlýn je restaurace zařízená v mlýnském stylu na břehu řeky Vltavy. Host si v jídelním lístku může vybrat z velkého množství staročeských jídel. V létě je otevřena terasa na břehu řeky, která je umístěna nad náhonem k mlýnskému kolu.

Laibon jako vegetariánská restaurace nabízí množství vegetariánských pokrmů. Je umístěna v centru města v historickém domě s moderním interiérem v blízkosti řeky Vltavy. V létě je otevřena velká terasa u řeky, která je z části zastřešena.

Le Jardin je restaurace přilehlá ke čtyřhvězdičkovému hotelu Bellevue. Je umístěna na pěší zóně v blízkosti Státního hradu a zámku Český Krumlov. V interiéru se snoubí moderní design spolu s historickými prvky. V létě je před restaurací otevřena zahrádka, která je z části zastřešena.

Maštal je umístěna v prostorách bývalých stájí u náměstí v původním vzhledu s moderním vybavením. Specializují se na tradiční česká jídla, steaky a roštované pokrmy připravované na otevřeném ohni. V turistické sezóně je otevřena terasa umístěná ve dvorku.

Gril Restaurace Na ostrově najdeme na malém ostrově v centru Českého Krumlova, který je tvořen řekou Vltavou a mlýnským náhonem. Restaurace je moderně vybavena. Zaměřuje se především na grilovaná jídla, ale vaří zde i světovou kuchyni. Ze zastřešené terasy je výhled na panorama zámku i s krumlovskou věží.

The Old Inn je hotelová restaurace Hotelu The Old Inn situovaná přímo na českokrumlovském náměstí v historickém domě s nově zrekonstruovaným interiérem. Nabízí speciality české i mezinárodní kuchyně, které servíruje obsluha v dobových

kostýmech. Přes sezonu je otevřena i zastřešená letní zahrádka, která je umístěna přímo na náměstí.

Papas's Living Restaurant je moderní nekuřácká restaurace v centru Českého Krumlova. V turistické sezoně je otevřena i z poloviny zastřešená terasa na břehu řeky. Nabídka jídel je složena z moderní světové gastronomie.

Pod radnicí je situována pod náměstním Svornosti v nově zrekonstruovaném domě. Restaurace je zařízena v současném stylu a nabízí převážně speciality české kuchyně. Přiléhající terasa je z poloviny otevřená a zařízena ve staročeském stylu.

Restaurace Eggenberg je součástí městského pivovaru. K jídlu je zde velký výběr z tradiční české kuchyně, včetně pivovarských specialit, ale i množství specialit z kuchyně světové. V nabídce nápojů nesmí chybět vše, co se vyrábí v přilehlém pivovaru. Sezóně jsou zde různé akce v podobě zvěřinových či vepřových hodů.

Restaurace Hotelu Růže se nachází v prostorách bývalých jezuitských kolejí – dnes Hotel Růže. Je zde rozmanitý výběr jídel české, renesanční i světové kuchyně. Prostory restaurace jsou zařízeny v renesančním stylu a i obsluha je oděna do historických kostýmů. Pro hotelové hosty je zde možnost zapůjčení historických kostýmů a povečeřet v dobovém stylu.

Restaurant U Galerie leží v historickém centru města v blízkosti náměstí Svornosti. Prostory jsou zařízeny kombinací moderního umění a tradičního ducha českých hospůdek. V nabídce pokrmů je zde nejvíce zastoupena tradiční česká kuchyně.

Rožmberská bašta nabízí hostům výběr z mnoha druhů kuchyně od klasické, přes mezinárodní až po různé speciality z ryb či zvěřiny. Restaurace je situována na břehu řeky Vltavy v blízkosti centra. V letních měsících je otevřena terasa nad řekou.

Rybářská restaurace na Ostrově leží v historickém centru města na břehu Vltavy. Je umístěna do původní kamenné historické budovy. Nabízí všelijaké rybí speciality. Z terasy je výhled přímo na zámecké panorama.

Shang Hai je čínská restaurace umístěná v patře historického domu přímo na náměstí. Vnitřek je rozdělen na tři samostatné místnosti, z nichž dvě jsou vybaveny kulatými stoly, které jsou typické pro čínské skupinové stolování.

Sportbar a restaurace Panorama se nachází na náměstí Českého Krumlova s výhledem na panorama zámku a historický střed města. Klasicky zařízená česká

restaurace v historickém objektu, která nabízí výběr z tradiční české kuchyně. Po celém prostoru jsou rozmístěny velkoformátové televize pro vysílání sportovních přenosů.

Švamberský dům je stylová restaurace ležící v blízkosti náměstí Svornosti. Nabízí jak českou, tak i světovou kuchyni. Některé pokrmy připravují přímo před hosty na otevřeném ohni ve velkém krbu. Přes letní sezonu je možnost posedět na letní terásce.

Švejk restaurant nabízí typické české pokrmy. Nachází se v podzámčí v historickém objektu, který je nově rekonstruovaný. Interiér je vybudován v prvorepublikovém stylu, kterému dominuje charakteristický výčep.

U Bejka se nachází v historickém domě nedaleko náměstí na břehu řeky Vltavy. Tato restaurace vznikla spojením dvou různých budov a toto spojení je zde zachováno. Možnost posezení v atypickém prostředí, kde každý víkend hraje živá muzika. Kuchyně je zaměřena především na steaky, ale vaří i světovou kuchyň.

U krále Jiřího je moderně zařízená restaurace v historickém domě se specializací převážně na českou a světovou kuchyni. Je umístěna do blízkosti zámku Český Krumlov a nabízí sezení na terase s výhledem na vchod do zámku.

Vlašský dvůr je klasická česká restaurace umístěná v blízkosti náměstí v nově zrekonstruovaném domě. Jsou zaměřeni hlavně na kuchyni českou a vaří výhradně z čerstvých surovin a v létě se pravidelně griluje na dvorku restaurace.

- **HOSPODY**

Hospoda 99 se nachází v prostorách nově zrekonstruovaného renesančního domu v blízkosti autobusové zastávky Špičák. V jídelním lístku host nalezne různé pokrmy z mezinárodní kuchyně. Hospoda 99 je vyhledávaná převážně turisty z různých koutů světa, protože přiléhá k oblíbenému Hostelu 99.

Hospoda Na louži je umístěna v centru Českého Krumlova. Zdi interiéru jsou obloženy různými starými reklamami na pivo, nápoje a zboží, což navozuje atmosféru počátku minulého století. Taktéž kuchyně je zaměřena na klasická česká jídla. V létě je otevřena malá teráska přímo na ulici před restaurací.

Hospoda U Báby nabízí tradiční staročeskou kuchyni. Je umístěna mimo centrum Českého Krumlova s výhledem na městský park. O turistické sezoně je otevřena teráska

s výhledem na celý Krumlov. Jedná se o klasickou staročeskou hospůdku, která je vedena v rodinném stylu.

Láb je klasická staročeská hospůdku s typicky českou kuchyní s interiérem stylizovaným do dob vlády Františka Josefa I.. Je umístěna v historickém domě na náměstí a při významných sportovních událostech je v restauraci spuštěno projekční plátno, kde lze sledovat přímý přenos.

U **Malého Vítka** je zařízení, na které host narazí v těsné blízkosti náměstí. Jedná se o zařízení skládající se z jídelního sálu, výčepu, vinárny a kavárny. Všechny tyto provozy jsou vzájemně propojeny. Nabídka pokrmů je složena hlavně z jídel z černé kuchyně. Pro nejmenší hosty je k dispozici dětský koutek a v letní sezoně je otevřena terasa.

U **Matesa** je nově zrekonstruovaná nekuřácká restaurace na břehu Vltavy. Jedná se o staročeskou hospůdku s tradiční českou kuchyní a vnitřním krbem. Restaurace má celkem dvě terasy. Jedna terasa je otevřená a umístěna na břehu řeky a druhá je zcela zastřešena a využívá se jako součást restaurace.

- **PIZZERIE**

Pizzeria Latrán je stylová pizzeria umístěná v renesančním domě v centru Českého Krumlova, která kromě italské kuchyně nabízí i řadu minutek.

Retro nabízí příjemné moderní prostředí v centru města v blízkosti řeky Vltavy. V létě je k dispozici terasa, která sousedí s novým dětským hřištěm.

Pizzeria U mořské panny se nachází v blízkosti náměstí Svornosti. Interiér na hosta dýchne mořskou atmosférou. V nevýhodě nejsou ani malí návštěvníci, pro které je zde vyhrazen dětský koutek.

UNO je umístěna v centru Českého Krumlova v blízkosti náměstí. Interiér je zařízen dle italských standardů. V létě je k dispozici malá teráska s výhledem na Český Krumlov.

4.2. Analýza primárních dat

4.2.1. Dotazníkové šetření

Vlastní výzkum byl uskutečněn formou přímého dotazování v květnu 2011. Byli dotazováni lidé různých věkových skupin v centru Českého Krumlova. Celkem bylo osloveno 101 respondentů, kteří byli rozděleni na 2 skupiny – turisté (30 dotázaných) a místní obyvatelé spolu s obyvateli blízkého okolí (71 dotázaných). Byly použity uzavřené otázky s možností výběru jedné či více variant. Cílem výzkumu bylo zjistit, jak je veřejnost spokojena s nabídkou a množstvím restauračních zařízení (dále RZ) v Českém Krumlově. Dále pak, jak místní občané vnímají ceny jídel a jak jsou hosté spokojeni s kvalitou restaurací v dané lokalitě.

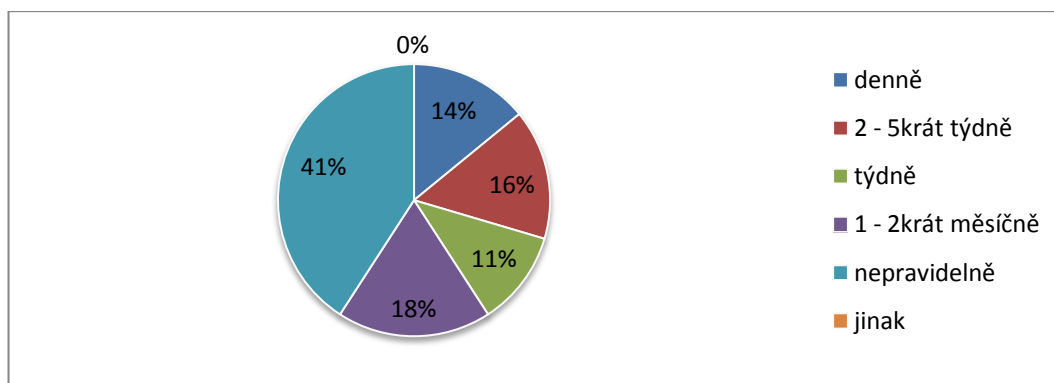
Vyhodnocení dotazníků

Dotazník č. 1:

Tento dotazník byl vyhotoven pro obyvatele Českého Krumlova a blízkého okolí.

Otázka číslo 1:

Graf 1: Jak často se stravujete v restauračním zařízení?

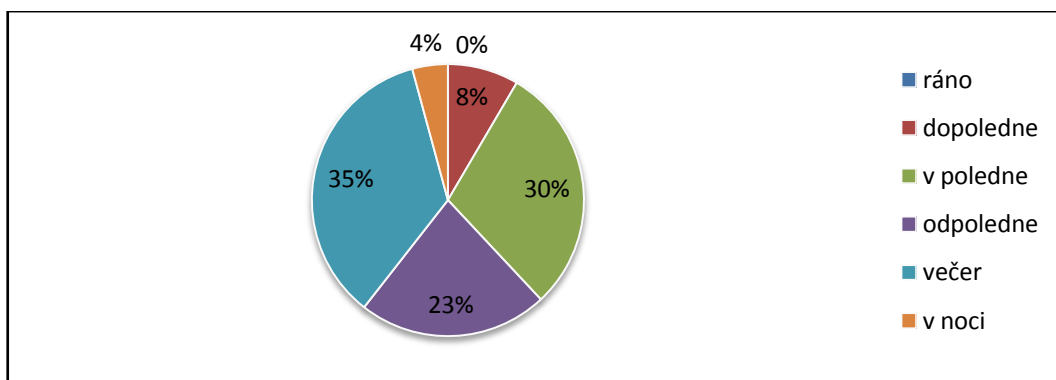


Zdroj: vlastní šetření

Z Grafu 1 vyplývá, že 41 % dotázaných navštěvují RZ nepravidelně. Přibližně 18 % respondentů navštíví zařízení 1 – 2krát měsíčně a 16 % 2 – 5krát týdně. 14 % dotazovaných se v RZ stravuje denně a 11 % týdně.

Otázka č. 2:

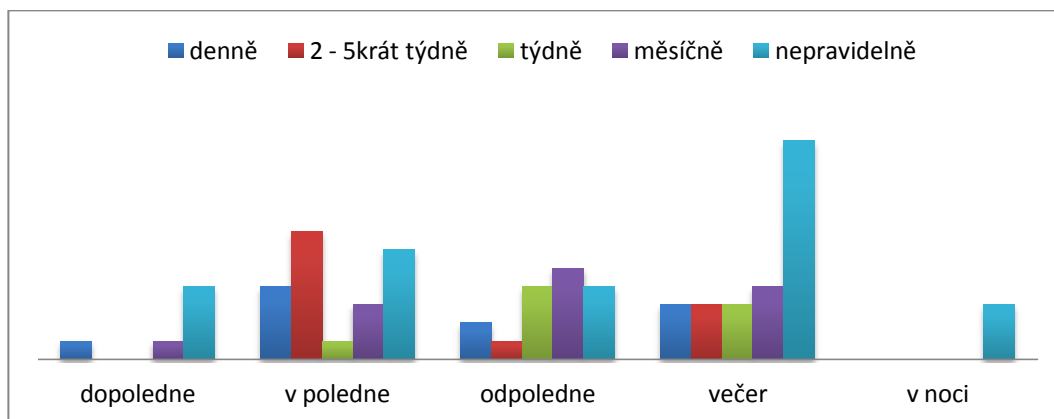
Graf 2: Ve které denní době nejčastěji navštěvujete restaurační zařízení?



Zdroj: vlastní šetření

Nejvíce dotázaných využívá RZ večer a podobné množství tázaných v poledne. Odpoledne navštěvuje zařízení 23 % respondentů. V malém množství navštěvují lidé RZ dopoledne – 8 % a v noci – 4 %. V ranních hodinách nechodí do těchto zařízení dotazovaní vůbec.

Graf 3: Četnost stravování versus čas

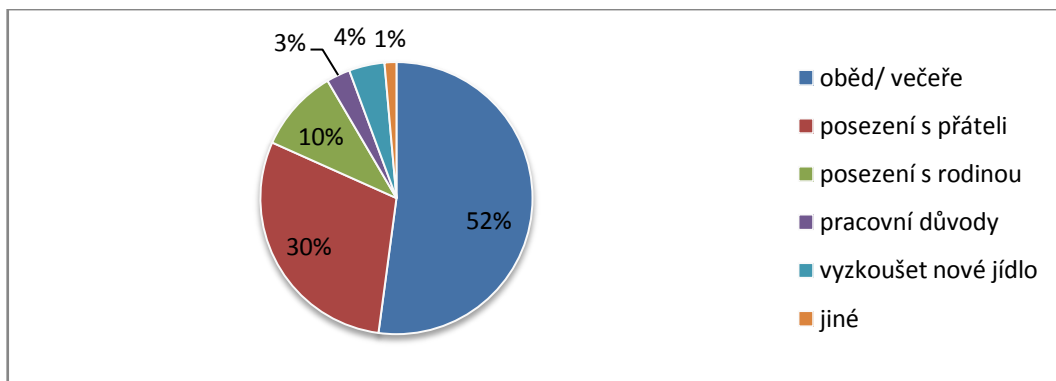


Zdroj: vlastní šetření

Graf 3 vypovídá o tom, jak a kdy se lidé nejvíce stravují v RZ. Ti z respondentů, kteří se stravují v restauracích denně, chodí nejčastěji na obědy stejně tak jako lidé, kteří se v nich stravují 2 – 5krát týdně. Nepravidelně se stravující respondenti chodí nejčastěji do RZ ve večerních hodinách.

Otázka č. 3:

Graf 4: Za jakým účelem nejčastěji navštěvujete restaurační zařízení?



Zdroj: vlastní šetření

Z tohoto grafu můžeme vyčíst, že více než polovina dotazovaných chodí do RZ na oběd či večeři. K posezení s přáteli využívá tato zařízení zhruba 29 % respondentů a s rodinou zde tráví čas 10 % dotázaných. Jen 4 % dotázaných vyhledává restaurace, aby vyzkoušeli nová jídla, a 3 % tato zařízení využívají z pracovních důvodů. Jeden tázaný daná zařízení využívá k tzv. chill out (odpočinku).

Otázka číslo 4:

Graf 5: Jste spokojen/a s nabídkou restauračních zařízení v Českém Krumlově?

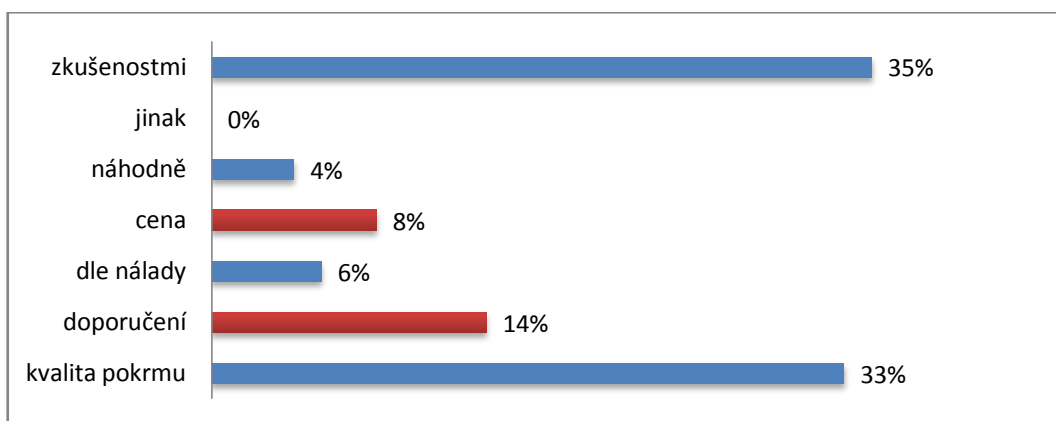


Zdroj: vlastní šetření

U této otázky převážná většina respondentů odpovídala, že jsou spokojeni s nabídkou RZ.

Otázka č. 5:

Graf 6: Dle čeho volíte restaurační zařízení?

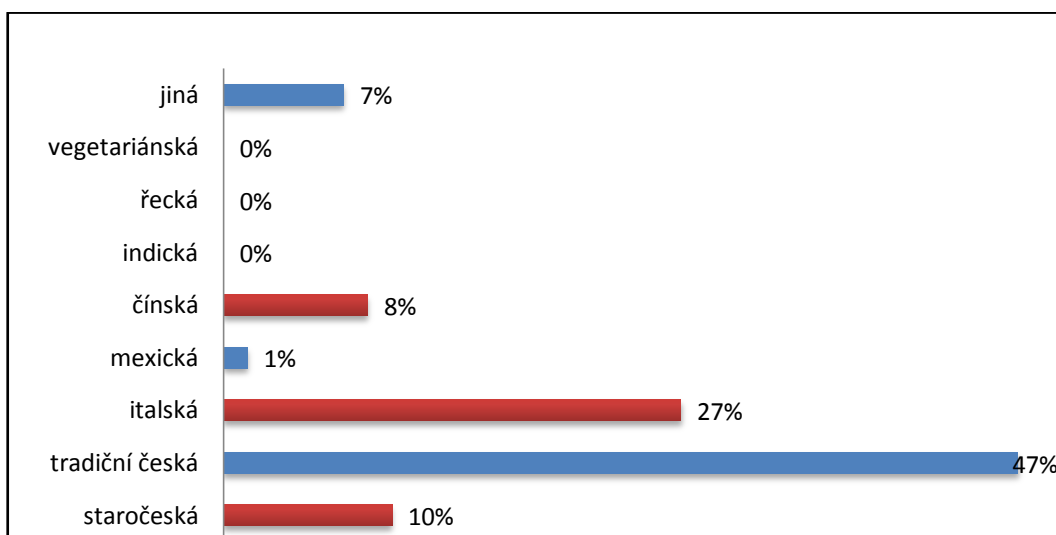


Zdroj: vlastní šetření

U této otázky bylo možné najednou zaškrtnout více odpovědí. RZ si dotázaní obyvatelé Českého Krumlova a blízkého okolí nejvíce vybírají podle zkušeností a podle kvality pokrmu. Dále dají také na doporučení – 14 % případů. Podle ceny se rozhoduje 8 % respondentů, 6 % dotázaných vyhledá RZ dle nálady a 4 % náhodně.

Otázka č. 6:

Graf 7: Jaké kuchyni dáváte přednost?

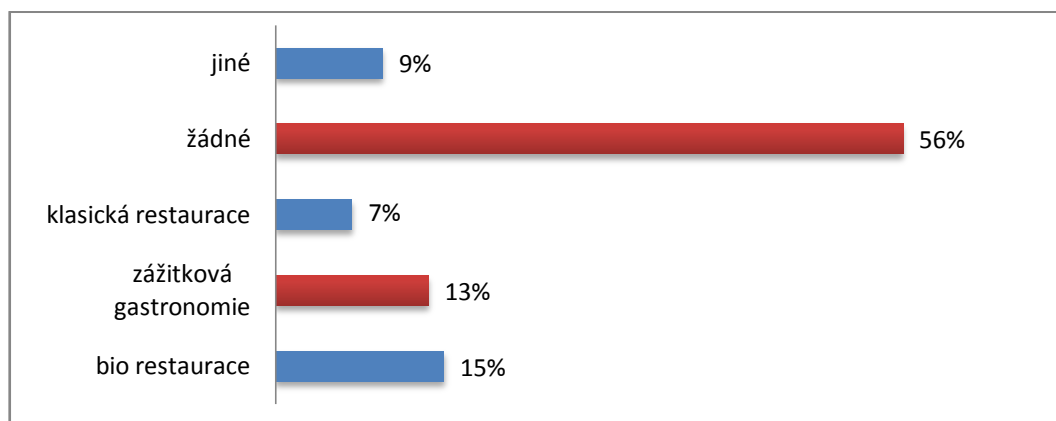


Zdroj: vlastní šetření

Z tohoto grafu vyplývá, že nejvíce dotázaných dává přednost tradiční české kuchyni. Italská kuchyně převládá u 27 % respondentů, u 10 % staročeská kuchyně a v 8 % čínská. Mexická a mezinárodní kuchyně je upřednostňována po jednom dotazovaném. V jiných možnostech 4 uchazeči uvedli, že žádnou kuchyni neupřednostňují.

Otázka č. 7:

Graf 8: Jaký druh restauračního zařízení v Českém Krumlově postrádáte?

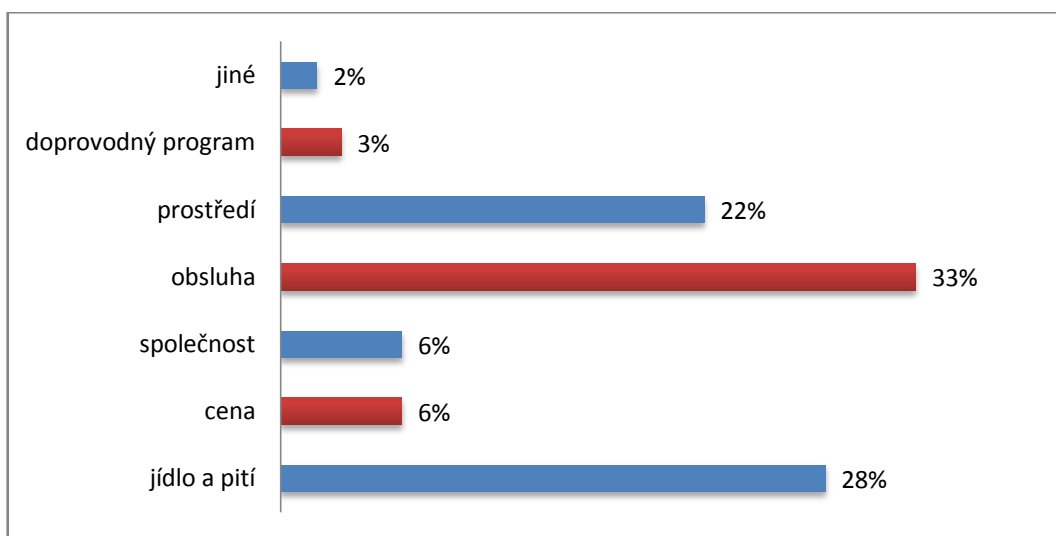


Zdroj: vlastní šetření

U této otázky bylo opět možné zaškrtnout více variant. Více než polovina respondentů uvedla, že v Českém Krumlově nepostrádají žádný druh RZ. Bio restaurace chybí 15 % dotázaných, zážitkovou gastronomii postrádá 13 % a klasickou restauraci 7 % respondentů. Restauraci s příjemnější a kvalitnější obsluhou postrádají 2 dotázaní. 3 respondenti postrádají mexickou kuchyni a jeden člověk rybí restauraci.

Otázka č. 8:

Graf 9: Co ve Vás zanechá největší dojem po návštěvě restauračního zařízení?

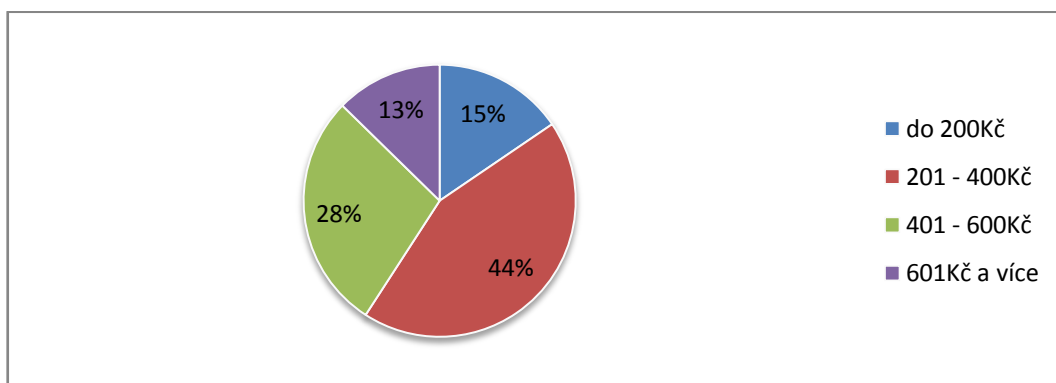


Zdroj: vlastní šetření

Největší dojem na dotázané dělá obsluha (33 %). Podobně je na tom jídlo s pitím a prostředí. Po 6 % respondentů má největší dojem ze společnosti a ceny, 3 % jsou nejvíce nadšena z doprovodného programu. Vše dohromady dělá nejlepší dojem na 3 dotázané.

Otázka č. 9:

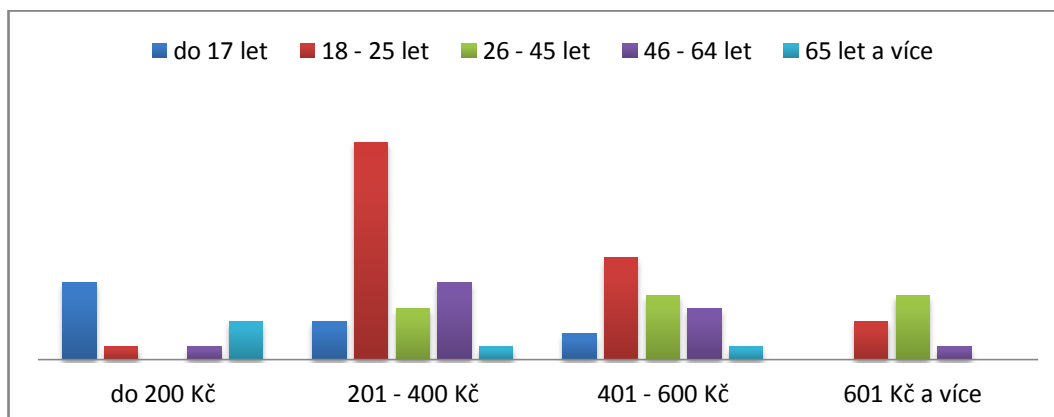
Graf 10: Kolik jste ochoten/a zaplatit za večeři pro 2 osoby?



Zdroj: vlastní šetření

V této otázce nejvíce dotázaných zaškrtnlo cenovou relaci od 201 Kč do 400 Kč. Zaplatit za večeři v ceně od 401 Kč do 600 Kč je v pořádku pro 28 % respondentů. Do 200 korun se chce vejít 15 % dotázaných a nad 600 Kč 13 %.

Graf 11: Zařazení dotázaných do cenových kategorií dle věku

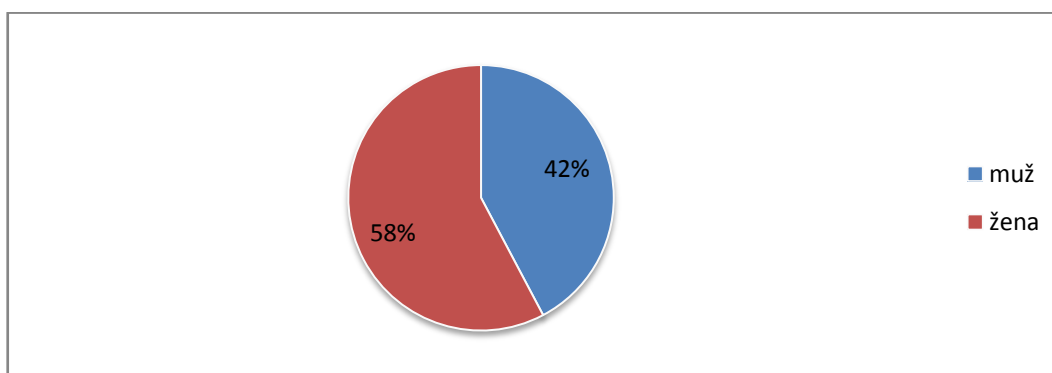


Zdroj: vlastní šetření

Z grafu 11 vyplývá, že dotazovaní ve věkovém rozmezí od 18 do 25 let, jsou ochotni zaplatit za večeři pro 2 osoby nejvíce v cenové relaci od 201 do 400 korun a stejně tak lidé ve věku od 46 do 64 let. Nad 601 Kč jsou schopni dát za večeři respondenti ve věkové kategorii od 26 do 45 let. Naopak dotazovaní do 17 let a nad 65 let nejsou ochotni platit nad 601 Kč.

Otázka č. 10:

Graf 12: Jste:

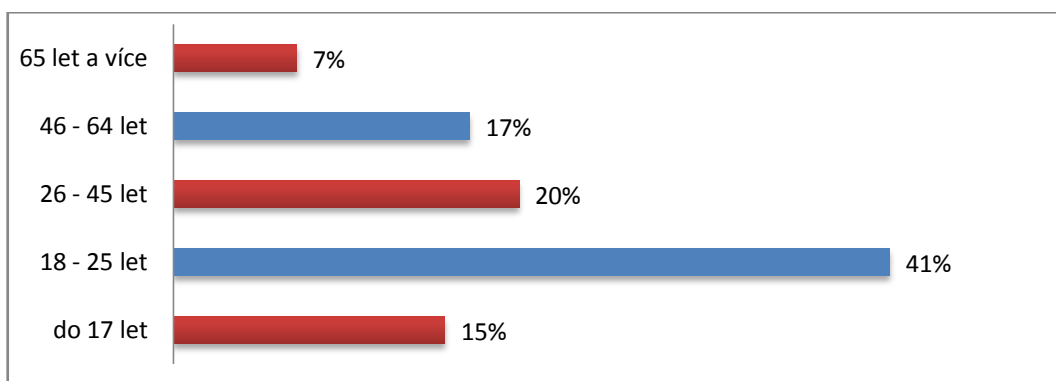


Zdroj: vlastní šetření

Mezi dotazovanými respondenty převažovaly ženy.

Otázka č. 11:

Graf 13: Do které věkové kategorie spadáte?



Zdroj: vlastní šetření

Z tohoto grafu vyplývá, že nejvíce dotázaných patří do věkové skupiny 18 – 25 let. Kategorie od 26 do 45 let je v dotazníkovém šetření zastoupena ve 20 %. Podobně jsou na tom respondenti od 26 do 45 let a do 17 let. Nejméně dotázaných je starších 65 let.

Dotazník č. 2:

Tento dotazník byl vyhotoven pro návštěvníky Českého Krumlova. Dotazníkové šetření bylo prováděno na počátku turistické sezony, a ačkoli turistů v daném místě bylo mnoho, respondentů bylo dotázaných pouhých 30. Překážkou byla jazyková bariéra, neboť spousta návštěvníků bylo asijského či ruského původu. Nejvíce respondentů proto bylo z různých částí České Republiky a dále pak z anglicky a německy mluvících zemí.

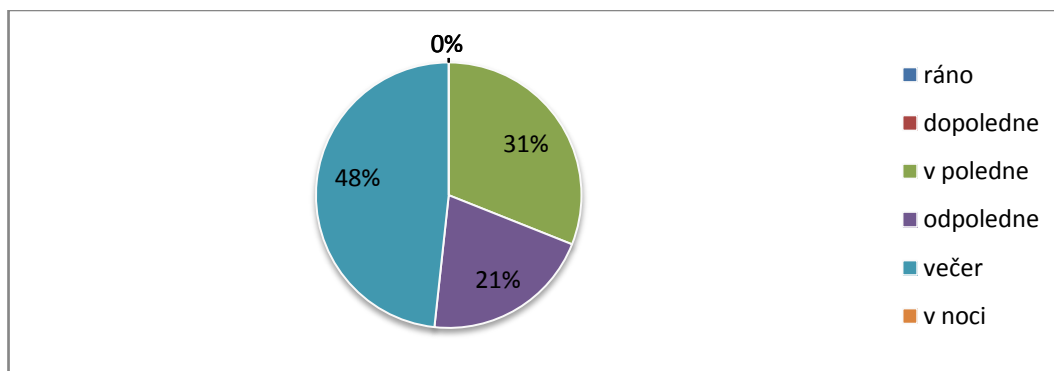
Otázka číslo 1:

Jak dlouhý je Váš pobyt v českém Krumlově?

Tato otázka jako jediná byla otevřená. Více jak z poloviny se turisté v Českém Krumlově zdržují přes víkend, tedy na 2 – 3 dny. Jako jednodenní návštěvu uvedlo délku pobytu 7 respondentů. Jeden dotázaný se v dané lokalitě zdržuje 2 týdny a zbytek uváděl jako dobu návštěvy od 4 dnů do jednoho týdne.

Otázka číslo 2:

Graf 14: Ve které denní době nejčastěji navštěvujete restaurační zařízení?

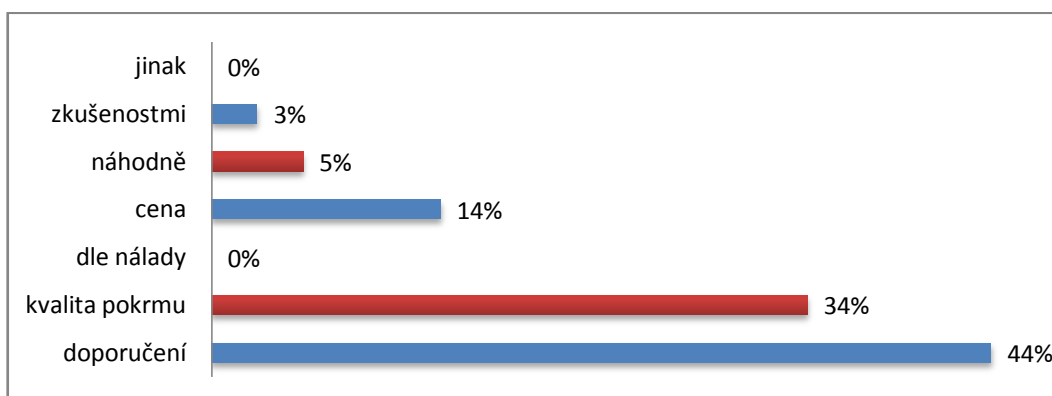


Zdroj: vlastní šetření

Z tohoto grafu můžeme vyčíst, že skoro polovina turistů nejčastěji chodí do RZ večer. V poledne tato místa navštěvuje 31 % dotázaných a odpoledne 21 %. Naopak ráno, dopoledne a v noci žádný z respondentů tato zařízení na dovolené nenavštěvuje vůbec.

Otázka č. 3:

Graf 15: Dle čeho volíte restaurační zařízení?

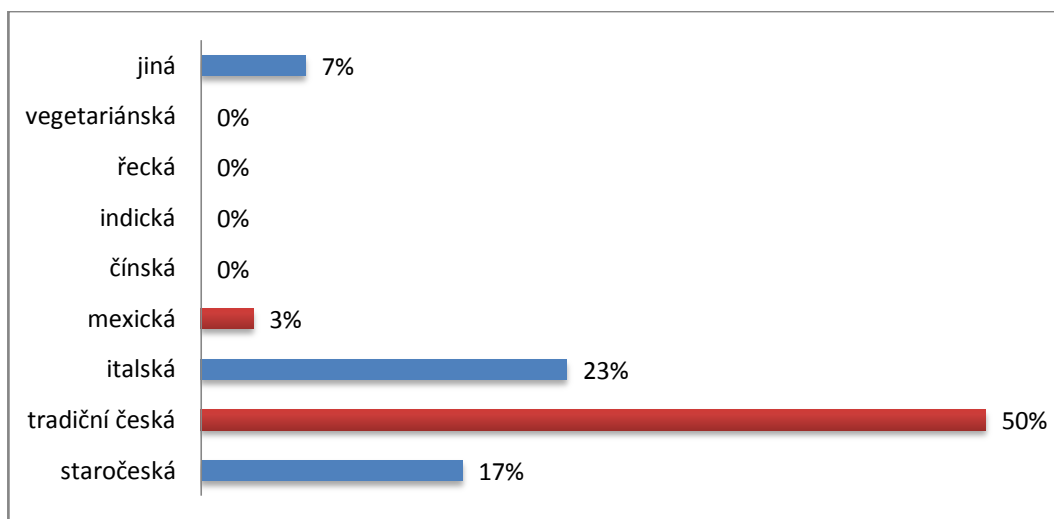


Zdroj: vlastní šetření

V této otázce bylo možné vybrat z více variant. Ve 44 % případech, dotazovaní odpovídali, že restaurace volí podle kvality pokrmu. Na doporučení dá 34 % respondentů, podle ceny se rozhoduje 14 % dotázaných a náhodně vybírá RZ 5 % respondentů.

Otázka č. 4:

Graf 16: Jaké kuchyni dáváte přednost?

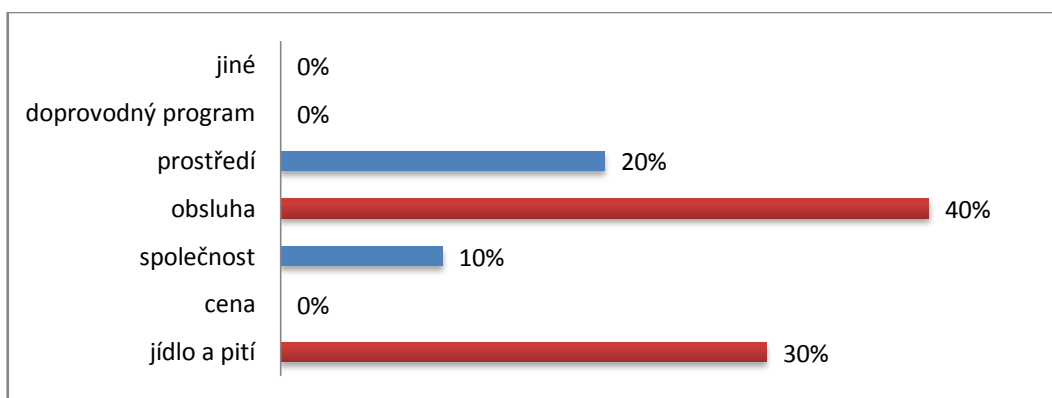


Zdroj: vlastní šetření

Polovina dotázaných preferuje tradiční českou kuchyni. Italská kuchyně je upřednostňována 23 % respondentů a staročeskou kuchyni vítá 17 % z dotázaných. V jiných možnostech respondenti uváděli mezinárodní kuchyni či franchisingové řetězce, které v Krumlově postrádají.

Otázka číslo 5:

Graf 17: Co ve Vás zanechá největší dojem po návštěvě restauračního zařízení?

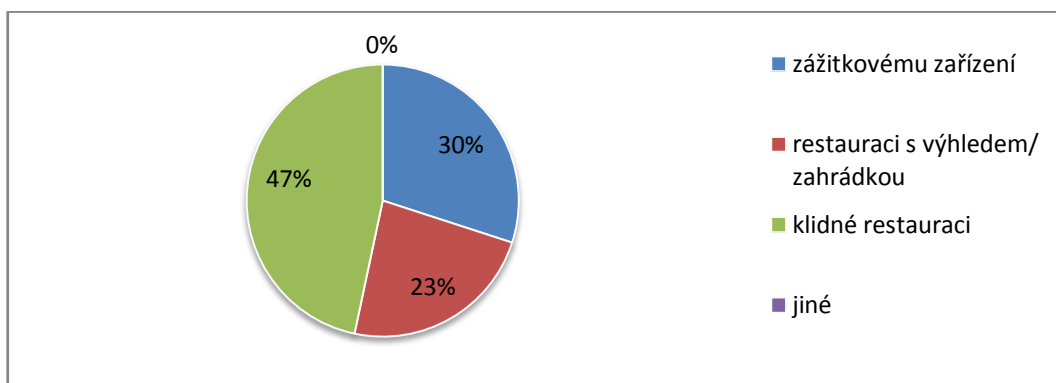


Zdroj: vlastní šetření

Obsluha zanechává největší dojem na 40 % dotázaných. Ve 30 % má největší vliv na celkový dojem návštěvníků jídlo a pití. Cenu a doprovodný program nehodnotil žádný respondent.

Otázka č. 6:

Graf 18: Na dovolené dáváte přednost:

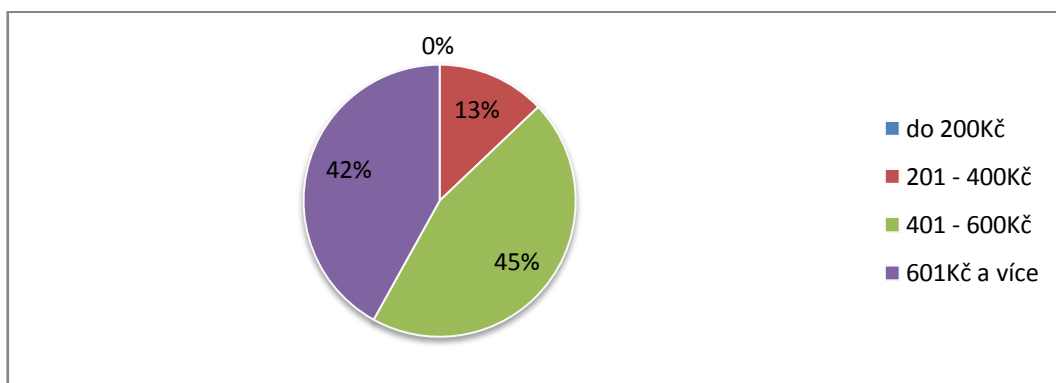


Zdroj: vlastní šetření

Na dovolené dává přednost skoro polovina dotázaných klidné restauraci. Zážiteková zařízení vyhledává 30 % respondentů a zbytek RZ s výhledem či zahrádkou. U této otázky bylo u odpovědí možné volit z více variant.

Otázka č. 7:

Graf 19: Kolik jste ochoten/a zaplatit za večeři pro 2 osoby?

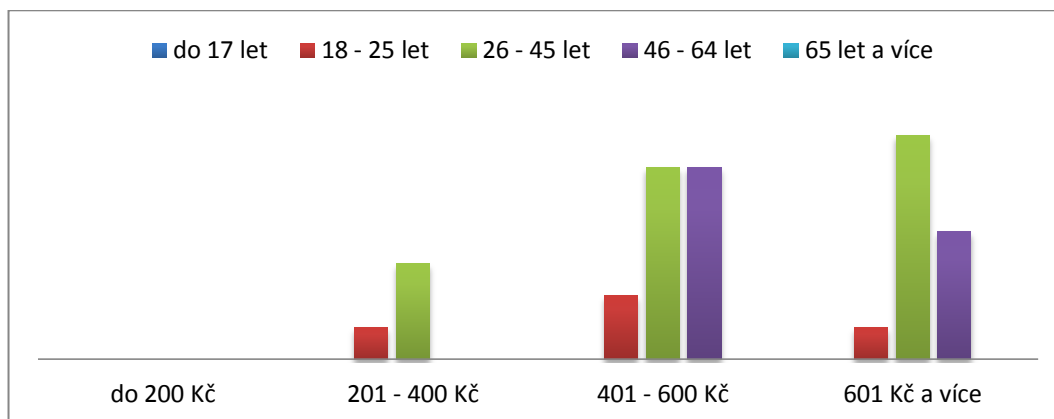


Zdroj: vlastní šetření

Z tohoto grafu vyplývá, že 45 % respondentů je ochotno zaplatit za večeři pro 2 osoby v rozmezí od 401 Kč do 600 Kč. Podobné množství dotázaných uvedlo cenovou

relaci od 601 korun více. Naopak nikdo z respondentů nevedl cenovou relaci pod 100 Kč za osobu.

Graf 20: Zařazení do dotazovaných do cenové kategorie dle věku



Zdroj: vlastní šetření

Na grafu můžeme vidět, že nad 601 korun jsou nejvíce ochotni zaplatit za večeři pro 2 dotazované osoby ve věkovém rozmezí od 26 do 45 let. Večeři v rozmezí od 401 do 600 Kč na dovolené preferují stejně dotazovaní ve věku od 26 až do 64 let.

Otázka č. 8:

Graf 21: jste spokojen/a s nabídkou restauračních zařízení v Českém Krumlově?

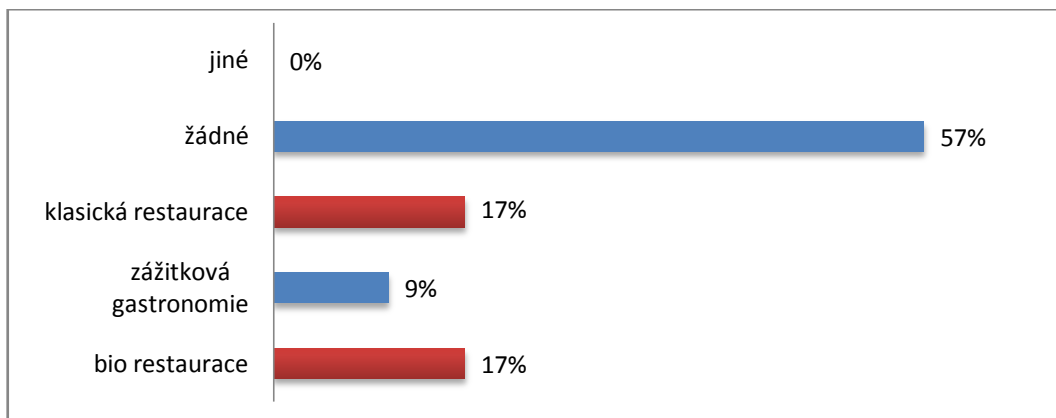


Zdroj: vlastní šetření

Tento graf ukazuje, že naprostá většina dotázaných návštěvníků je spokojena s nabídkou RZ v Českém Krumlově.

Otázka č. 9:

Graf 22: Jaký druh restauračního zařízení v Českém Krumlově postrádáte?

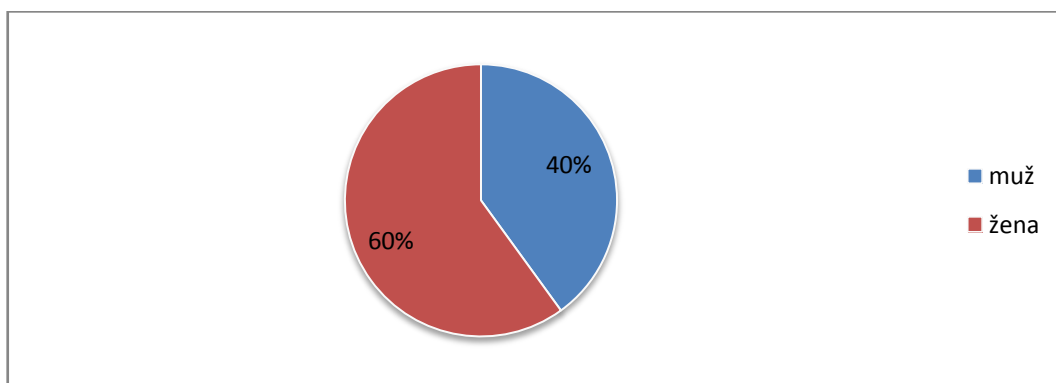


Zdroj: vlastní šetření

V této otázce bylo možné vybrat více možností. 57 % respondentů uvedlo, že nepostrádá žádné RZ v dané lokalitě. Klasická a bio restaurace chybí 17 % dotázaných a 9 % zážitková gastronomie.

Otázka č. 10:

Graf 23: Jste:

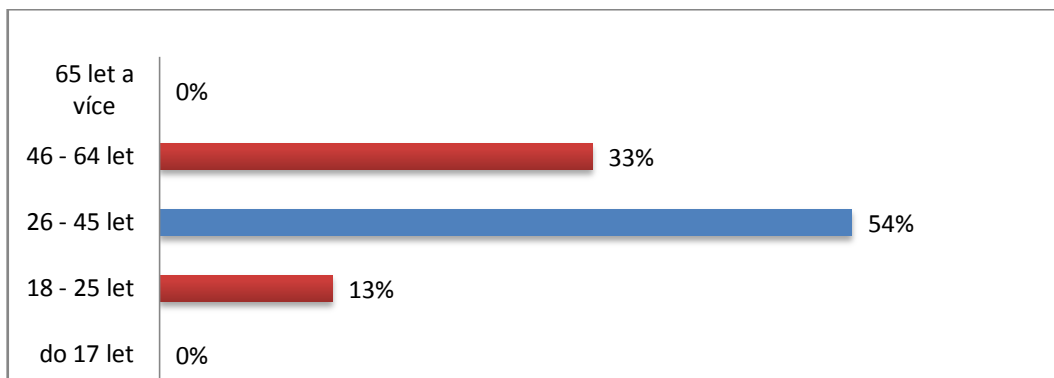


Zdroj: vlastní šetření

I v tomto dotazníkovém šetření převažovaly ženy nad muži.

Otázka č. 11:

Graf 24: Do které věkové kategorie spadáte?



Zdroj: vlastní šetření

Věkovou kategorii od 26 do 45 let reprezentovalo 54 % dotázaných. Dále bylo 33 % respondentů ve věkovém rozmezí od 46 do 64 let. Nejmladší a nejstarší kategorii v dotazníkovém šetření nezastupuje žádný turista.

4.2.2. Shrnutí dotazníkového šetření

Dotazníkovým šetřením a následnou analýzou jednotlivých otázek se podařilo získat tyto důležité informace:

Dotazník číslo 1:

Nejvíce dotazovaných respondentů z řad obyvatel Českého Krumlova a blízkého okolí bylo ve věkové kategorii 18 – 25 let. Důvodem je, že v centru Českého Krumlova se nacházejí převážně studující lidé z místních středních škol, kterými jsou: Střední uměleckoprůmyslová škola sv. Anežky České, Střední odborná škola zdravotnická a Střední odborné učiliště a Gymnázium Český Krumlov. Naopak nejméně bylo dotázáno lidí nad 65 let, kteří se spíše zdržují na sídlištích v okrajových částech Českého Krumlova.

Obyvatelé Českého Krumlova a jeho blízkého okolí se v dané lokalitě nejvíce stravují nepravidelně či denně. Nepravidelní návštěvníci se mimo domov převážně stravují ve večerních hodinách. V poledních hodinách restaurace navštěvují převážně

lidé, kteří se v těchto zařízeních stravují denně či 2 – 5krát týdně. Těmto strávníkům je přizpůsobena většina restauračních zařízení, kdy nabízejí zvýhodněná polední menu. Otázka číslo 3 z prvního dotazníku potvrdila, že se lidé do restauračních zařízení chodí z velké části stravovat a pak také posedět s přáteli.

S nabídkou jednotlivých restauračních zařízení jsou místní obyvatelé převážně spokojeni. Ti, kteří ne, pak uváděli v další otázce jako důvod nespokojenosti neprofesionální obsluhu. Více než polovina dotazovaných také uvedla, že další restaurační zařízení v Krumlově nepostrádají. V dalších případech by zde respondenti uvítali bio restauraci či zážitkové zařízení.

Největší množství dotázaných si vybírá restaurace podle svých vlastních zkušeností, což souvisí s tím, co na ně dělá dojem po návštěvě daného zařízení. V tomto ohledu dají zákazníci restauračních zařízení velmi na obsluhu, jídlo a pití a také na prostředí – popřípadě na všechna tyto zmíněná hodnotící kritéria dohromady. Dle kvality pokrmu se rozhoduje o návštěvě restaurace také většina dotázaných a v menším množství dají místní obyvatelé také na doporučení.

Co se týče upřednostňované kuchyně, pak vede u místního obyvatelstva tradiční česká kuchyně, která je zastoupena ve většině krumlovských restauračních zařízení. Italskou kuchyni preferuje více než čtvrtina dotázaných a ta je také zastoupena v nabídkách poměrně části zdejších restaurací.

Z grafu č. 11 vyplývá, že většina dotázaných ve věku od 18 do 25 let a od 46 do 54 let je ochotna zaplatit za večeři pro 2 osoby v Českém Krumlově od 201 Kč do 400 Kč. Dosáhnout této cenové relace v centru města může být - vzhledem k vysokým cenám pokrmů v restauračních zařízeních, problém. Respondenti ve věku od 26 do 45 let jsou stejně ochotni za večeři zaplatit v cenové relaci od 401 Kč do 600 Kč a nad 601 korun. Naopak lidé do 17 let a nad 65 let vůbec nechtějí platit v restauracích nad 601 Kč. Tyto dvě skupiny lidí spíše preferují cenu za večeři pro 2 osoby do 200 korun.

Dotazník číslo 2:

V tomto dotazníku je nejvíce zastoupena věková skupina od 26 do 45 let. Naopak turisté mladší 17 let a starší 65 let nejsou v dotazníkovém šetření zastoupeni vůbec. Turisté v Českém Krumlově pobývají převážně 2 – 3 dny hlavně přes víkend, nebo jedou na jeho jednodenní návštěvu. Déle než týden se ve městě návštěvníci povětšinou nezdržují.

Restaurační zařízení navštěvují nejčastěji večer, dále pak v poledne a odpoledne – v jiný čas do těchto zařízení dotazování nechodí.

Na dovolené turisté dávají přednost spíše klidnějším restauracím a zážitkovým zařízením. Více než polovina dotázaných vyhledává restaurace podle doporučení a kvality pokrmu. Menší část turistů se orientuje dle cen.

Hlavní dojem z návštěvy restauračních zařízení dělá na hosty jídlo a pití. Nezanedbatelná je i obsluha a prostředí. Co se upřednostňované kuchyně týče, polovina respondentů volila tradiční českou kuchyni stejně jako místní obyvatelé. Po ní opět zmínili kuchyni italskou a pak staročeskou.

Skoro všichni dotázaní uvedli, že jsou spokojeni s nabídkou restauračních zařízení v Českém Krumlově a většina z nich nepostrádá žádné další zařízení. Turisti, kteří nejsou spokojeni s nabídkou, uváděli, že ve městě chybí franchisingový řetězec. Jinak návštěvníci také postrádají bio a klasickou restauraci.

Z porovnání věkové kategorie versus cena vyplynulo, že nad 601 korun za večeři pro 2 osoby v Českém Krumlově je ochotno zaplatit nejvíce dotázaných ve věkové skupině 26 – 45 let. Lidé od 45 do 64 let by se chtěli vejít do cenové relace od 401 do 600 Kč a stejně tak návštěvníci ve věku od 18 do 25 let.

Shrnutí dotazníků:

Z vlastního dotazníkového šetření jsem zjistila, že skoro polovina dotázaných obyvatel Českého Krumlova a blízkého okolí navštěvuje restaurační zařízení

nepravidelně, druhá nejpočetnější skupina, kterou tvořilo 18 % respondentů, 1 – 2krát měsíčně. Tato zařízení by pravděpodobně navštěvovali více, kdyby jim byly nabídnuty jiné služby. Z dotazníku dále vyplývá, že místní i turisté jsou s nabídkou služeb spíše spokojeni, avšak postrádají zde bio restauraci a projevíli také zájem o zážitkovou gastronomii. Návštěvníci také zmínili, že jim v Českém Krumlově chybí franchisingové řetězce. Při porovnání četnosti návštěvy a denní doby vyšlo, že v poledne navštěvují restaurační zařízení převážně lidé, kteří je navštěvují 2 – 5krát týdně či denně. Ti nejčastěji využívají tato zařízení k obědu, čemuž je přizpůsobena většina z nich svými zvýhodněnými poledními menu. Večer chodí nejvíce nepravidelní návštěvníci a turisté a ráno tato zařízení nenavštěvuje nikdo z dotázaných. Turisté z řad respondentů navíc ještě restaurační zařízení nenavštěvují dopoledne a v noci.

Dále se mi podařilo zjistit, že nejvíce respondentů z řad obyvatel Krumlova a okolí, si volí restauraci podle zkušeností a kvality pokrmu. Na druhé straně turisté dají z více než poloviny na doporučení. Je všeobecně známo, že ústní reklama je nejúčinnější reklamou ze všech. V takovéto reklamě hraje nejdůležitější roli dojem návštěvníka restauračního zařízení, který doporučení dává. Na turisty i obyvatele Českého Krumlova dělá největší dojem obsluha, dále zanechává dojem jídlo a pití a také prostředí. Ze zjištěných údajů také vyplývá, že hosté restauračních zařízení jsou celkem nároční na kvalitu pokrmů, které si objednají.

Dle výsledků z terénního šetření vyplynulo, že místní obyvatelé a lidé z blízkého okolí upřednostňují tradiční českou kuchyni. Ta je také zastoupena ve velkém množství nabídek restauračních zařízení v Českém Krumlově. Na druhém místě je kuchyně italská, která je taktéž zastoupena v poměrném množství jídelních lístků v této lokalitě. Tradiční českou kuchyni uvedlo jako upřednostňovanou i 50 % respondentů z řad návštěvníků. Bohužel tento ukazatel nehodnotím jako objektivní vzorek, neboť více než polovina tázaných byla české národnosti i když se po Českém Krumlově pohybuje daleko více lidí jiných národností, avšak s dalšími návštěvníky byla problémem jazyková bariéra. Nejvíce návštěvníků je z Ruska a asijských zemí a světový jazyk ovládají velmi špatně nebo vůbec.

Dále jsem z vlastního šetření zjistila, že do 100 Kč/osoba za večeři se chtějí vejít převážně dotazované osoby do 17 let a nad 65 let. Dosáhnout této ceny v restauračních zařízeních v centru Českého Krumlova je ale vesměs nemožné. Důvody jsou z velké části ceny surovin a náklady na provoz. Je zde i rozpor mezi tím, co sami zákazníci chtějí. Z dotazníku vyplývá, že obyvatelům Českého Krumlova a okolí sice záleží na kvalitě pokrmu, ale cenově se tato jídla musejí držet relativně nízko. Pokud jde o respondenty z řad turistů, ti se zařadili podobně do dvou nejvyšších cenových kategorií a o večeři pod 200 korun dotazování neměli zájem vůbec.

5. Návrhová část

Obohatit zážitkovou gastronomii o moderní trendy:

Z dotazníkového šetření vyplynul zájem o zážitkovou gastronomii. Tematické dobové restaurace jsou v Českém Krumlově zastoupeny v dostatečném množství, ale jiné druhy zážitkové gastronomie jsou zde minimálně nebo spíše vůbec. Jedním z návrhů je obohacení stálé nabídky o zážitkový produkt, kterým mohou být například v pravidelných intervalech pořádané vepřové, zvěřinové či kachní hody. Ve dnech, pořádaní hodů, by byl vedle klasického menu připraven speciální jídelní lístek s nabídkou pokrmů týkajících se typu hodů, ze kterého si hosté mohou vybrat. Popřípadě by se restaurační zařízení mohlo v pravidelných intervalech na 2 – 3 dny specializovat pouze na hody a své klasické menu vynechat úplně.

Dalším návrhem je v současné době nový trend zvaný molekulární gastronomie. Jde zde o moderní způsob přípravy jídel z běžných surovin za použití chemických postupů. Využívají se při tom chemické látky a prostředky, které se v potravinovém průmyslu používají standardně. Jde tedy o tvorbu netradičních pokrmů a to změnou skupenství jednotlivých potravin. Tímto způsobem se dají připravovat i nápoje, které se dají zařadit do klasické nabídky restauračních zařízení mnohem snáze. Také se nemusí nutně jednat o kompletní pokrmy, pro zpestření nabídky lze použít například jen část připravovaného pokrmu. Například lze vytvořit kuličky různých příchutí. V následující kalkulaci jsou uvedeny náklady na tvorbu jahodového kuliček, které se dají využít například jako součást dezertu ve formě zmrzliny nebo se dají přidat do různých druhů nápojů, jako jsou různé džusy či čaje.

Cena za suroviny (na 300ml, vč. DPH):	12,-
Cena za přídavné látky (vč. DPH):	30,-
Energie:	0,1
Celkem:	42,1

V ceně nejsou připočítány náklady na počáteční kapitál. Na oživení talíře k dezertu stačí 1/4 této porce a do nápojů taktéž. Když vezmeme v úvahu, že by tyto kuličky

v restauraci podávali ve sklenici spolu s džusem, pak by náklady na jeden takovýto drink činily:

Džus 200ml (vč. DPH):	16,-
Kuličky:	10,3
<hr/>	
Celkem pro podnikatele:	26,3
Marže 100 %:	26,3
<hr/>	
Celkem:	52,6

Cena jednoho nápoje by vyšla zhruba na 53 Kč, což je vzhledem k cenám samotného džusu (200 - 250ml) v restauracích v Českém Krumlově akceptovatelná cena. Ceny za lahev džusu (200 – 250ml) se v turisticky přístupných místech totiž pohybují v cenové relaci od 25 do 50 Kč.

Pokud by v restauračním zařízení chtěli používat z molekulární gastronomie pouze toto, pak náklady na vybavení činí:

Speciální pomůcky:	4410,-
Nádobí na přípravu:	100,-
<hr/>	
Celkem:	4510,-

Tento kapitál se může projevit na zvýšení ceny nápoje. Pakliže se zvýší o 5 Kč na 58 korun, tak se vložený kapitál navrátí po přípravě 900 drinků. Když vezmeme v úvahu, že se jich prodá 10 denně, pak za 3 měsíce od zavedení této novinky provoz na nápoji již vydělává.

Toto zaručeně ozvláštří běžnou nabídku a může to navíc zapůsobit na občasně návštěvníky, kteří by do takovéhoho restauračního zařízení mohli začít chodit častěji.

Možnost zákazníků ohodnotit spokojenost s nabízenými službami v restauračním zařízení:

V dotazníkovém šetření lidé sice uváděli, že jsou spíše spokojeni s nabízenými službami v restauračních zařízeních, ale našly se i položky, na kterých by bylo dobré zapracovat. Nejdříve se ale musí donést k provozovateli zařízení. Nejjednodušší cesta je přes obsluhující personál, ale ne každý zákazník je schopen vyjádřit svůj nesouhlas přímo. Další možností je využití internetu. V současné době je internet nedílnou součástí běžného života a internetové stránky provozují skoro všechna restaurační zařízení, proto si myslím, že by na svých portálech měli provozovatelé dát prostor pro podnětné připomínky svých zákazníků a stejně tak pro pochvaly. Takovýto hodnotící systém by se však mohl zavést i na informačních stránkách města Český Krumlov. Toto by totiž pomohlo nejenom provozovatelům, aby věděli, na které věci se mají zaměřit a vylepšit, ale i dalším návštěvníkům při rozhodování, který podnik v dané lokalitě navštívit.

6. Závěr

Hlavním cílem této bakalářské práce bylo zhodnocení gastronomických služeb v Českém Krumlově. Dalším cílem bylo zanalyzovat spokojenost zákazníků s nabídkou gastronomických služeb v dané lokalitě a současně navrhnout možné změny, které by vedly ke zlepšení současného stavu.

Na začátku této práce bylo stanoveno několik hypotéz, které díky stávajícím poznatkům mohou být potvrzeny či vyvráceny.

První hypotéza se týká velkého množství restauračních zařízení v dané lokalitě. Tato hypotéza se nepotvrdila vzhledem k tomu, že Český Krumlov je vyhledávaným turistickým místem převážně v letních měsících. V nich jsou restaurace přeplněny, ale v období mimo sezonu zeje město prázdnotou.

Co se týká druhé stanovené hypotézy, ta se potvrdila jen částečně. Ceny pokrmů jsou vysoké jen pro určitou část obyvatelstva a to hlavně pro studenty a občany v důchodovém věku. Pracující lidé jsou s vyššími cenami sžiti. Pokud jde o turisty na dovolené, tak ti se nijak výrazně na ceny nedívají.

Poslední hypotéza se týkala nespokojenosti zákazníků s nabídkou restauračních zařízení. Tato hypotéza byla vyvrácena na základě dotazníkového šetření, kde z obou dotazníků jasně vyplynulo, že lidé jsou spíše spokojeni. To potvrdila i další otázka v dotaznících ohledně postrádajícího zařízení, kde v obou případech odpověděla více než polovina respondentů, že žádné zařízení nepostrádají. Avšak co jim chybí je povětšinou zážitková gastronomie. Restaurací zaměřených na zážitek je v Krumlově několik, ale všechny jsou koncipované stejným způsobem – původní historické prostory, dobové kostýmy a vybavení spolu s obdobnou nabídkou pokrmů připravovaných na otevřeném ohni. Hlavně místní touží po zařízení, které by bylo neotřelé a přineslo nový jedinečný zážitek. Na základě tohoto zjištění jsem navrhla opatření pro řešení zjištěných nedostatků.

7. Resumé

Main purpose of my thesis was evaluation of gastronomical services in the town of Český Krumlov. Additional goal was to analyze the satisfaction of costumers with the offer of gastronomical services in stated location and also nominate possible changes leading to upgrade current state at the time.

Analytical part consisted in studying specialized literature, where the main terms regarding to this project were described. In the theoretical part I have used the secondary data collected from the official web-portal of Český Krumlov and web-based presentation of particular restaurant keepers. Primary data I have used were collected by own questionnaire between locals and tourists. Bassed on these data, customer's perception of offered services was evaluated as a result of previously collected information.

Based on synthesis of all collected information, possible actions to upgrade today's gastronomic services in given lokality, were porposed, for example, new trend of experiential gastronomy. These proposals are described in chapter "Proposal part".

8. Použitá literatura

8.1. Literární zdroje

1. KOTLER, Philip. *Marketing*. Praha: Grada, c2004, 855 s. ISBN 80-247-0513-3.
2. BERÁNEK, Jaromír; KOTEK, Pavel. *Řízení hotelového provozu.*: GRADA, 2006. 218 s. ISBN 80-86724-00-X.
3. BOUČKOVÁ, Jana. *Marketing.*: C.H. Beck, 2003. 449 s. ISBN 80-7179-577-1.
4. HORNER, Susan; SWARBROOKE, John. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha : GRADA Publishing a.s., 2003. 488 s. ISBN 80-247-0202-9.
5. JANEČKOVÁ, Lidmila; VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb*. Praha: GRADA Publishing a.s., 2001. 179 s. ISBN 80-7169-995-0.
6. ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea servis, 2010, 405 s. ISBN 978-808-5970-685.

8.2. Internetové zdroje

1. VRONSKÝ, Jiří. Specifika personální práce v gastronomii. *Gastro plus* [online]. 2007, č. 2 [cit. 2011-03-18]. Dostupné na www: <http://www.gastroplus.cz/prectete-si/2007/07_2_specifika.php>
2. KOLEKTIV AUTORŮ MANAGEMENT CONSULTING GROUP, s. r. o. *Pohostinství pro cestovní ruch*. [online]. 2008, [cit 2011-03-24]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Dostupné na www: <www.vzdelavani.vcr.cz>
3. HACCAP, *Kategorizace hostinských zařízení*. [online]. 2009 [cit. 2011-03-24]. Dostupné na www: <<http://haccp.webnode.cz/hostinska-cinnost/kategorizace-hostinskych-zarizeni/>>
4. Historie města. *Český Krumlov* [online]. 2006 [cit. 2012-04-25]. Dostupné na www: <http://www.ckrumlov.info/docs/cz/zakinf.xml>

5. Historie města Český Krumlov. *Český Krumlov* [online]. 2006 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na [www: <http://www.ckrumlov.info/docs/cz/mesto_histor_himeck.xml.php?page=restaurace&lang=cz>](http://www.ckrumlov.info/docs/cz/mesto_histor_himeck.xml.php?page=restaurace&lang=cz)
6. Státní hrad a zámek Český Krumlov. [online]. 2011 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na [www: <http://www.ckrumlov.info/php/katalog/atr/select.php?&root=1&subtyp=1&poloha=1>](http://www.ckrumlov.info/php/katalog/atr/select.php?&root=1&subtyp=1&poloha=1)
7. Restaurace Babylon. [online]. 2010 [cit. 2011-03-20]. Dostupné z: [<http://www.babylon.krumlov.cz/index.php?page=restaurace&lang=cz>](http://www.babylon.krumlov.cz/index.php?page=restaurace&lang=cz)
8. Restaurace. *Hotel Barbora* [online]. 2010 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na [www: <http://www.hotelbarbora.cz/cz/restaurace-a-terasa>](http://www.hotelbarbora.cz/cz/restaurace-a-terasa)
9. Restaurace Don Julius. *Hotel Zlatý Anděl* [online]. 2008 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na [www: <http://www.hotelzlatyandel.cz/indexcz.php?stranka=donjul>](http://www.hotelzlatyandel.cz/indexcz.php?stranka=donjul)
10. Restaurace Gotika. *Hotel Arcadie* [online]. 2006 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na [www: <http://www.hotelarcadie.cz/cs/restaurace-cesky-krumlov/3/>](http://www.hotelarcadie.cz/cs/restaurace-cesky-krumlov/3/)
11. Restaurace Katakomy. *Hotel The Old Inn* [online]. 2006 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na [www: <http://www2.hoteloldinn.cz/restaurace02.html>](http://www2.hoteloldinn.cz/restaurace02.html)
12. Restaurant. *Staroměstský hotel Konvice* [online]. 2004 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na [www: <http://www.cz.stadthotel-krummau.de/restaurant.html>](http://www.cz.stadthotel-krummau.de/restaurant.html)
13. Krčma barbakán. *Barbakán* [online]. 2008 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na [www: <http://www.krcmabarbakan.cz/>](http://www.krcmabarbakan.cz/)
14. Krčma v Šatlavské ulici. *Šatlava* [online]. 2005 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na [www: 1. <http://www.satlava.cz/page.php?sectid=satlava&artid=1&lang=cz>](http://www.satlava.cz/page.php?sectid=satlava&artid=1&lang=cz)
15. Restaurace Krumlovský mlýn. *Krumlovský mlýn* [online]. 2007 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na [www: <http://www.krumlovskymlyn.cz/cz>](http://www.krumlovskymlyn.cz/cz)

16. Le Jardin Restaurant. *Hotel Bellevue* [online]. 2009 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na www: <<http://www.bellevuehotelkrumlov.cz/cz/le-jardin-restaurant/>>
17. Restaurace Maštal. *Šatlava* [online]. 2005 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na www: <<http://www.satlava.cz/page.php?sectid=mastal&artid=1>>
18. Gril restaurant Na Ostrově. *Na Ostrově* [online]. 2007 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na www: <<http://www.naostroveck.cz/>>
19. Restaurace. *Hotel the Old Inn* [online]. 2006 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na www: <<http://www2.hoteloldinn.cz/restaurace.html>>
20. Papa's Living Restaurant. *Papa's Living Restaurant* [online]. 2008 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na www: <<http://www.papas.cz/index.html>>
21. Restaurace Petr Vok. *Hotel Zlatý Anděl* [online]. 2008 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na www: <<http://www.hotelzlatyandel.cz/indexcz.php?stranka=petrvo>>
22. Restaurace. *Pod Radnicí* [online]. 2008 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na www: <<http://www.podradnicick.cz/cz/restaurace.html>>
23. Restaurace Eggenberg. *Eggenberg* [online]. 2007 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na www: <<http://www.eggenberg.cz/index.php?lang=cz&page=restaurace>>
24. Restaurace. *Hotel Růže* [online]. 2006 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na www: <<http://www.hotelruze.cz/cs/normal/restaurace/3/>>
25. Restaurace. *Rožmberská bašta* [online]. 2010 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na www: <http://www.rozmberskabasta.cz/stranka_1.html>
26. Rybářská restaurace. *Rybářská restaurace Na Ostrově* [online]. 2008 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na www: <<http://www.rybarskarestaurace.cz/>>
27. Čínská restaurace Shanghai. *Český Krumlov* [online]. 2006 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na www: <<http://www.ckrumlov.info/docs/cz/ksz188.xml>>

28. Sportbar - Restaurace. *Panorama Krumlov* [online]. 2009 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na www: <<http://restaurant.panorama-krumlov.cz/>>
29. Restaurace. *Švamberský dům* [online]. 2008 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na www: <<http://www.svamberskydum.cz/?artid=4&lang=cz&mode=normal>>
30. Švejk restaurant. *Švejk restaurant Český Krumlov* [online]. 2010 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na www: <<http://www.svejkck.cz/>>
31. U Bejka. *U Bejka* [online]. 2005 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na www: <<http://www.ubejka.cz/>>
32. U krále Jiřího. *Restaurace U krále Jiřího Český Krumlov* [online]. 2011 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na www: <<http://www.kral-jiri.cz/>>
33. Restaurace. *Vlašský dvůr Český Krumlov* [online]. 2010 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na www: <<http://www.restaurace-krumlov.cz/restaurace-krumlov/1-O-NAS>>
34. Hospoda 99. *Hostel 99* [online]. 2011 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na www: <<http://www.hostel99.cz/hospoda-99/>>
35. Hospoda Na louži. *Hospoda a hotel Na louži* [online]. 2008 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na www: <<http://www.hospodanalouzi.cz/8/cs/normal/hospoda-na-louzi-restaurace-v-ceskem-krumlove/>>
36. Hospůdka Láb. *Hotel the Old Inn* [online]. 2006 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na www: <<http://www2.hoteloldinn.cz/restaurace01.html>>
37. Restaurace. *Hotýlek a Hospoda U Malého Vítky* [online]. 2011 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na www: <http://www.hospodanalouzi.cz/8/cs/normal/hospoda-na-louzi-restaurace-v-ceskem-krumlove/>
38. Hospůdka U Matesa. *Restaurace.cz* [online]. 2010 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na www: <<http://www.restaurace.cz/cesky-krumlov/hospudka-a-penzion-u-matesa.html>>

39. Pizzeria Latrán. *Auviex* [online]. 2008 [cit. 2011-03-20]. Dostupné na [www:
<http://www.pizzerielatran.cz/>](http://www.pizzerielatran.cz/)

9. Seznamy

9.1. Seznam obrázků

Obrázek 1: Schéma distribučních cest

Obrázek 2: Různé typy stravovacích služeb

9.2. Seznam grafů

Graf 1: Jak často se stravujete v restauračním zařízení?

Graf 2: Ve které denní době nejčastěji navštěvujete restaurační zařízení?

Graf 3: Četnost stravování versus čas

Graf 4: Za jakým účelem nejčastěji navštěvujete restaurační zařízení?

Graf 5: Jste spokojen/a s nabídkou restauračních zařízení v Českém Krumlově?

Graf 6: Dle čeho volíte restaurační zařízení?

Graf 7: Jaké kuchyni dáváte přednost?

Graf 8: Jaký druh restauračního zařízení v Českém Krumlově postrádáte?

Graf 9: Co ve Vás zanechá největší dojem po návštěvě restauračního zařízení?

Graf 10: Kolik jste ochoten/a zaplatit za večeři pro 2 osoby?

Graf 11: Zařazení dotazovaných do cenových kategorií dle věku

Graf 12: Jste:

Graf 13: Do které věkové kategorie spadáte?

Graf 14: Ve které denní době nejčastěji navštěvujete restaurační zařízení?

Graf 15: Dle čeho volíte restaurační zařízení?

Graf 16: Jaké kuchyni dáváte přednost?

Graf 17: Co ve Vás zanechá největší dojem po návštěvě restauračního zařízení?

Graf 18: Na dovolené dáváte přednost:

Graf 19: Kolik jste ochoten/a zaplatit za večeři pro 2 osoby?

Graf 20: Zařazení do dotazovaných do cenové kategorie dle věku

Graf 21: jste spokojen/a s nabídkou restauračních zařízení v Českém Krumlově?

Graf 22: Jaký druh restauračního zařízení v Českém Krumlově postrádáte?

Graf 23: Jste:

Graf 24: Do které věkové kategorie spadáte? 38

9.1. Seznam příloh

Dotazník 1

Dotazník 2

10. Přílohy

Dotazník 1

Dobrý den,
jmenuji se Dana Majerská a jsem studentkou EF Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Ráda bych Vás požádala o spolupráci při vyplňování tohoto dotazníku. Odpovědi Vám zaberou pouze pár minut a mně to velmi pomůže při tvorbě bakalářské práce. Děkuji za spolupráci a přeji hezký den.

1. Jak často se stravujete v restauračním zařízení?
 - denně
 - 1 – 2x měsíčně
 - 2 – 5x týdně
 - nepravidelně
 - týdně
 - Jinak:

2. Ve které denní době nejvíce navštěvujete restaurační zařízení?
 - ráno
 - odpoledne
 - dopoledne
 - večer
 - v poledne
 - v noci

3. Za jakým účelem nejčastěji navštěvujete restaurační zařízení?
 - oběd/ večeře
 - pracovní důvody
 - posezení s přáteli
 - vyzkoušet nové jídlo
 - posezení s rodinou
 - jiné:

4. Jste spokojen/a s nabídkou restauračních zařízení v Českém Krumlově?
 - Ano
 - Ne

5. Dle čeho volíte restaurační zařízení? (více možných odpovědí)
 - kvalita pokrmu
 - cena

- doporučení
- dle nálady
- jinak:
- náhodně
- zkušenostmi

6. Na dovolené dáváte přednost: (více možných odpovědí)

- zážitkovému zařízení
- klidné restauraci
- klasické restauraci
- jiné:

7. Jaké kuchyni dáváte přednost?

- staročeská
- tradiční česká
- italská
- mexická
- čínská
- indická
- řecká
- francouzská
- vegetariánská
- jiná:

8. Jaký druh restauračního zařízení v Českém Krumlově postrádáte?

(více možných odpovědí)

- Bio restaurace
- zážitková gastronomie
- jiné:
- žádné
- klasická restaurace

9. Co ve Vás zanechá největší dojem po návštěvě restauračního zařízení?

- jídlo a pití
- cena
- společnost
- Jiné:
- obsluha
- prostředí
- doprovodný program

10. Kolik jste ochoten/a zaplatit za večeři pro 2 osoby v Českém Krumlově?

- do 200Kč
- 201 – 400Kč
- 401 – 600Kč
- 601Kč a více

11. Jste:

- muž
- žena

12. Do které věkové kategorie spadáte?

- Do 17 let
- 18 – 25 let
- 26 – 39 let
- 40 – 54 let
- 55 – 64 let
- 65 let a více

Dotazník 2

Dobrý den,
jmenuji se Dana Majerská a jsem studentkou EF Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Ráda bych Vás požádala o spolupráci při vyplňování tohoto dotazníku. Odpovědi Vám zaberou pouze pár minut a mně to velmi pomůže při tvorbě bakalářské práce. Děkuji za spolupráci a přeji hezký den.

1. Jak dlouhý je Váš pobyt v Českém Krumlově?

2. Ve které denní době zde nejvíce navštěvujete restaurační zařízení?

- ráno
- dopoledne
- v poledne
- odpoledne
- večer
- v noci

3. Dle čeho volíte restaurační zařízení?

(více možných odpovědí)

- kvalita pokrmu
- doporučení
- dle nálady
- jinak:
- cena
- náhodně
- zkušenostmi

4. Jaké kuchyni dáváte přednost?

- staročeská
- tradiční česká
- italská
- mexická
- čínská
- indická
- řecká
- francouzská
- vegetariánská
- jiná:

5. Co ve Vás zanechá největší dojem po návštěvě restauračního zařízení?
- jídlo a pití
 - cena
 - společnost
 - Jiné:
 - obsluha
 - prostředí
 - doprovodný program
6. Na dovolené dáváte přednost:
(více možných odpovědí)
- zážitkovému zařízení
 - klidné restauraci
 - klasické restauraci
 - jiné:
7. Kolik jste ochoten/a zaplatit za večeři pro 2 osoby v Českém Krumlově?
- do 200Kč
 - 201 – 400Kč
 - 401 – 600Kč
 - 601Kč a více
8. Jste spokojen/a s nabídkou restauračních zařízení v Českém Krumlově?
- Ano
 - Ne
9. Jaký druh restauračního zařízení v Českém Krumlově postrádáte?
(více možných odpovědí)
- Bio restaurace
 - zážitková gastronomie
 - jiné:
 - žádné
 - klasická restaurace
10. Jste:
- muž
 - žena
11. Do které věkové kategorie spadáte?
- Do 17 let
 - 18 – 25 let
 - 26 – 39 let
 - 40 – 54 let
 - 55 – 64 let
 - 65 let a více