

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

EKONOMICKÁ FAKULTA

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: EKONOMIKA A MANAGEMENT

Studijní obor: OBCHODNÍ PODNIKÁNÍ

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Infrastruktura podniků ubytovacích služeb

v oblasti Českého Krumlova

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Roman Švec, Ph. D.

Autor:

Lucie Šišková

2013

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Lucie ŠIŠKOVÁ**
Osobní číslo: **E10346**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Infrastruktura podniků ubytovacích služeb v oblasti Českého Krumlova**
Zadávací katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

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

Cíl práce:

Analyzovat infrastrukturu podniků ubytovacích služeb ve vybraném území, definovat možnosti dalšího rozvoje zkoumaných podniků ve vybraném území na základě průzkumů zákaznických potřeb, vyjádření podnikatelů a dalších subjektů věnujících se cestovnímu ruchu a rozvoji vybraného území.

Metodický postup:

1. Hlubková rešerše na základě studia dostupné odborné literatury
2. Specifikace objektu a subjektu zkoumání, cíle a metod řešení
3. Zdůvodnění funkce ubytovacích služeb v cestovním ruchu.
4. Analýza současného stupně rozvoje podniků ubytovacích služeb ve vybraném území
5. Návrh možností dalšího rozvoje podniku ubytovacích služeb ve vybraném území

Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Literární rešerše. 3. Cíle a metody. 4. Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání. 4. Vlastní návrhy. 5. Závěr. 6. Seznam literatury.

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

- Beránek, J., Kotek, P. *Řízení hotelového provozu*. Praha: MAG Consulting, 2004.
Beránek, J. *Provozujeme pohostinství a ubytování*. Praha: MAG Consulting, 2004.
Černý, J., Krupička, J. *Moderní hotel*. Úvaly: Ratio, 2007.
Hesková, M. a kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2011.
Horner, S., Swarbrooke, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, 2003.
Indrová, J. *Hotelový management*. Praha: Vysoká škola ekonomická, 1996.
Kiráňová, A. *Marketing hotelových služeb*. Praha: Ekopress, 2006.
Křížek, F., Neufus, J. *Moderní hotelový management*. Praha: Grada Publishing, 2011.
Metz, R., Grüninger, H., Kessler, T. *Restaurace a host*. Praha: Europa - Sobotáles cz., 2008.
Oriška, J. *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea Servis, 2010.
Palatková, M. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, 2006.
Petrů, Z. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha: Idea servis, 2007.
Ryglová, K., Burian, M., Vajčnerová, I. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada Publishing, 2011.
Smetana, F., Krátká, E. *Podnikání v hotelnictví a gastronomii*. Praha: Fortuna, 2009.
Stárek, V., Vaculka, J. *Ubytovací úsek v oblasti cestovního ruchu*. Praha: MMR 2008.

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

Datum zadání bakalářské práce: **15. února 2012**
Termín odevzdání bakalářské práce: **16. dubna 2013**

doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
L.S.
Studená 13 370 05 České Budějovice

Ing. Viktor Vojtko, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 15. března 2012

ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma vypracovala samostatně s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to – v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, 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 dne 28. dubna 2013

.....
Lucie Šišková

PODĚKOVÁNÍ

Veliké Díky patří panu Ing. Romanu Švecovi, Ph.D. za trpělivost a podporu, kterou mi věnoval při vypracování bakalářské práce.

Dále bych ráda poděkovala paní Ing. Lence Novákové z Destinačního managementu Českého Krumlova a panu Ing. Vlastislavu Ourodovi, Ph. D. za cenné informace, které mi poskytli.

Poděkování patří i mým rodičům a příteli, kteří mě podporovali po celou dobu mého studia.

ABSTRAKT

ŠIŠKOVÁ, Lucie. *Infrastruktura podniků ubytovacích služeb v oblasti Českého Krumlova*. České Budějovice: Ekonomická fakulta Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích, 2013. Vedoucí bakalářské práce Ing. Roman Švec, Ph.D.

Předkládaná bakalářská práce se zabývá problematikou podniků poskytujících ubytovací služby. Hlavním cílem práce je analyzovat infrastrukturu podniků ubytovacích služeb ve vybraném území a definovat možnosti dalšího rozvoje těchto podniků. K naplnění hlavního cíle bude využito dílčího cíle. Vedlejším cílem práce bude získání celkového přehledu o počtu podniků a jeho službách. Problematika řešeného konceptu je obsáhlá a zahrnuje v sobě řešení otázek zasahujících do teorií nejen podnikání, ale také ekonomiky, managementu, marketingu, prostorových, regionálních a společenských věd.

Klíčová slova: podnik, podnik cestovního ruchu, cestovní ruch, ubytovací zařízení, umístění, spokojenost

ABSTRACT

The presented thesis deals with problems of accommodation services enterprises. The main objective is to analyse infrastructure of business accommodation services in the chosen area and to define the possibilities for next development of these enterprises. One partial objective was set up so as the main objective is fulfilled. A partial objective of this work is to obtain a total view of the enterprises and its services. Solving the problems of the concept is large and includes dealing with questions that touch a number of theories concerning not only entrepreneurship itself but also economy, management, marketing as well as the spatial and regional science and humanities.

Key words: enterprise, tourism enterprise, tourism, accommodation establishment, location, satisfaction

OBSAH

1. ÚVOD.....	2
2. PŘEHLED ŘEŠENÉ PROBLEMATIKY	4
2.1 CESTOVNÍ RUCH	4
2.2 SYSTÉM CESTOVNÍHO RUCHU	6
2.2 TRH CESTOVNÍHO RUCHU.....	10
2.3 POTŘEBY ÚČASTNÍKŮ CESTOVNÍHO RUCHU A JEJICH USPOKOJOVÁNÍ	11
2.4 SLUŽBY V CESTOVNÍM RUCHU	14
2.5 UBYTOVACÍ SLUŽBY	18
2.6 ORGANIZAČNÍ STRUKTURA UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ	25
3. CÍL PRÁCE A METODIKA.....	29
3.1 CÍLE PRÁCE.....	29
3.2 PRACOVNÍ HYPOTÉZY	29
3.3 METODIKA	29
4. VYMEZENÍ ZKOUMANÉHO ÚZEMÍ.....	32
4.1 SLUŽBY CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÉM KRUMLOVĚ.....	33
4.2 UBYTOVACÍ ZAŘÍZENÍ VE ZKOUMANÉ OBLASTI	37
4.3 STATISTIKY NÁVŠTĚVNOSTI ČESKÉHO KRUMLOVA	40
4.4 SPOLUPRÁCE MĚSTA A PODNIKATELŮ	41
5. ŘEŠENÍ, VÝSLEDKY, DISKUZE	42
5.1 TERÉNNÍ ŠETŘENÍ	42
5.2 ŘÍZENÉ ROZHOVORY.....	53
5.3 SYNTÉZA ZJIŠTĚNÝCH ÚDAJŮ	58
5.4 NÁVRHY A OPATŘENÍ	63
6. ZÁVĚR	66
7. SUMMARY	69
8. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	72
9. PŘEHLED POUŽITÝCH ZKRATEK.....	77
10. SEZNAM SCHÉMAT, OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ	78
11. SEZNAM PŘÍLOH.....	80
12. PŘÍLOHY	81

1. ÚVOD

Cestovní ruch lze zařadit do dynamické kategorie, tzn. rychle se rozvíjející. Nezbytným předpokladem pro další rozvoj cestovního ruchu je mimo jiné dostatečně rozvinutá infrastruktura cestovního ruchu, jejíž nedílnou součástí jsou zařízení poskytující ubytovací služby. Existence takovýchto zařízení, jejich celkový charakter a standard služeb, které poskytují je úzce spjat s délkou pobytu účastníků cestovního ruchu v navštívené oblasti.

V bakalářské práci bude analyzována infrastruktura podniků ubytovacích služeb. Pro správné pochopení práce je nutné si uvědomit, že používané pojmy nejsou dle odborné terminologie synonymní, jelikož jeden podnik může vlastnit více zařízení.

Hlavním cílem práce je analyzovat podniky poskytující ubytovací služby ve zvoleném území. Pro zjištění nabídky podniků ubytovacích služeb byla vybrána oblast Český Krumlov. Pro naplnění hlavního cíle práce bude stanoven vedlejší cíl. Vedlejším cílem práce bude získání celkového přehledu o počtu podniků poskytujících ubytovací služby a jejich produktu. Na základě zjištěných výsledků bude definována možnost dalšího rozvoje zkoumaných podniků. Pokud z výsledků vyplynou nedostatky, budou navržena opatření vedoucí ke zlepšení stávajícího stavu. Pokud se stejné nedostatky budou opakovat ve více zkoumaných podnicích, nebo bude prokázána úplná absence některých prvků v dané oblasti, bude předložen návrh sloužící nejen pro zlepšení a zdokonalení produktu poskytovaného jednotlivými podniky, ale i na celkové zlepšení podnikatelského prostředí ve zkoumané oblasti. Možným přínosem práce může být doporučení pro zkvalitnění infrastruktury podniků poskytujících ubytovací služby ve vymezeném území.

Z důvodu vysoké návštěvnosti účastníky cestovního ruchu hrozí ve zkoumané oblasti efekt tzv. turistické pastí¹. Cestovní ruch má totiž všeobecně „schopnost“ znehodnotit svůj vlastní potenciál. V Českém Krumlově tento efekt hrozí neustále, protože z hlediska statistik jde o jednu z nejnavštěvovanějších oblastí v jižních Čechách. Počet návštěvníků v poměru k počtu rezidentů je velmi vysoký a rezidentům je často přítomnost návštěvníků, či rozšiřování podnikatelských aktivit zaměřených na cestovní ruch nepříjemná. Další rozšiřování podnikatelských aktivit by mohlo překročit

¹angl. effectoftourism trap = tento jev nastává v souvislosti s neregulací cestovního ruchu

psychologicky únosnou kapacitu² či socio-kulturně únosnou kapacitu³ území. Jistým omezením může být i fakt, že byla historická část města Český Krumlov zapsána v roce 1992 na seznam kulturního dědictví UNESCO. S tím logicky souvisí další omezení ze strany národního památkového ústavu.

² psychologicky únosná kapacita = subjektivní ukazatel maximálního stupně rozvoje cestovního ruchu, který ještě umožňuje využívat v destinaci očekávané aktivity (Királ'ova, 2003).

³ socio-kulturně únosná kapacita = hranice, jejíž překročení způsobí v místní komunitě nevratné změny (Királ'ova, 2003).

2. PŘEHLED ŘEŠENÉ PROBLEMATIKY

2.1 CESTOVNÍ RUCH

Cestovní ruch jako odvětví společenské činnosti se začal formovat na přelomu 19. a 20. století (Gúčík, 2000). Všeobecně je cestovní ruch považován za velký fenomén a každoročně znázorňuje pohyb lidské populace za rekreací, novými prožitky z příjemné dovolené. Je určitou součástí způsobu života obyvatel především v hospodářsky vyspělých zemích (Hesková a kol., 2011). V současnosti tvoří cestovní ruch ucelený systém, na který můžeme pohlížet jako na ekonomický, sociální a ekologický fenomén (Gúčík, 2000).

Díváme-li se na něj z ekonomického hlediska, můžeme říct, že cestovní ruch patří vedle obchodu s ropou a automobilovým průmyslem celosvětově ke třem největším exportním odvětvím (Hesková a kol., 2011). Každoročně se cestovní ruch stává zdrojem obživy milionů lidí a jedním ze zdrojů ekonomické prosperity (Attl, Nejd, 2004). Cestovní ruch má ale podle UNWTO význam nejen ekonomický, ale ovlivňuje i další lidské činnosti. Podílí se na sociálním rozvoji, je nástrojem pro individuální a kolektivní uspokojení, slouží jako zdroj sebevzdělávání a je rovněž důležitý pro podporu celosvětového míru a vzájemné mezinárodní tolerance. Z názoru UNWTO vychází mimo jiných také Hesková a kol. (2011, s. 7), která uvádí, že cestovní ruch je „významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti“. Na cestovní ruch lze pohlížet také veskrze z psychologického hlediska. Attl s Nejdlem (2004) vnímají cestovní ruch jako projev jednání člověka, které naplňuje a uspokojuje jeho potřeby, zájmy a úmysly. I podle Orišky (2010) dochází účasti na cestovním ruchu k uspokojování různých potřeb souvisejících s cestováním a pobytem mimo místo trvalého bydliště. Dále doplňuje, že se výše uvedené odehrává obvykle „ve volném čase a za účelem získání komplexního zážitku podmíněného odpočinkem, poznáváním, společenskými kontakty, zdravím, rozptýlením a zábavou, kulturním nebo sportovním vyžitím“ (Oriška, 2010, s. 7).

Pro značný rozsah a široký záměr je velmi obtížné postihnout cestovní ruch v celé jeho šíři. Většina autorů se ale shoduje na tom, že cestovní ruch se neustále vyvíjí a proto ho lze zařadit do dynamické kategorie (Attl, Nejd, 2004 a Legierská, 2007). Nehledě na občasné výkyvy má cestovní ruch konstantní nárůst (Attl, Nejd, 2004).

Dle Attla a Nejdla (2004) je to způsobeno teritoriálním rozvojem, zapojováním dalších populačních skupin a rozvojem nových území a vytvářením nových vazeb na různé neekonomické oblasti. Zároveň dodávají, že se cestovní ruch neustále vyvíjí i vnitřně v důsledku vzniku nových typů cestovního ruchu a poskytováním nových druhů služeb v této sféře (Attl, Nejd, 2004).

Definice cestovního ruchu

Definice cestovního ruchu existuje celá řada. Gúčík (2000) uvádí, že ve vědecké literatuře existuje více než 200 rozličných definicí cestovního ruchu. Autoři ve svých definicích upřednostňují různé stránky tohoto jevu v souvislosti s tím, z jakého hlediska je cestovní ruch zkoumán (Kaspar, 1995). Právě složitost a neustálý rozvoj struktury cestovního ruchu předurčuje obtíže při hledání a přijetí jednotné a obsahově vyčerpávající definice. Složitost cestovního ruchu vyplývá již z jeho podstaty, jež stanovuje, že jeho základním rysem je interdisciplinárnost (= mnohooborovost, meziresortnost) (Attl, Nejd, 2004). Na vytváření podmínek a následnou realizaci cestovního ruchu se podílí řada odvětví a resortů. Attl s Nejdlem (2004) předpokládají, že s dalším rozvojem a rostoucí vnitřní pestrostí se bude interdisciplinárnost více prohlubovat.

Společně s vývojem cestovního ruchu se vyvíjí i jeho definice. Za počátek vědeckého zkoumání cestovního ruchu lze považovat počátek 20. století. V roce 1905 píše Stradner (1905, v Attl, Nejd, 2004, s. 9) pojednání o cestovním ruchu, v němž hovoří o tzv. „*der Wandertrieb*“, instinktu k cestování zděděném po našich předcích. První teoretici pojmají cestovní ruch jako vztahovou kategorii. Zlom v chápání cestovního ruchu nejen ze sociologického hlediska nastal až s Poserovou definicí: „*Cestovní ruch je lokální nebo územní nahromadění cizinců s přechodným pobytem, které vyvolává vznik vzájemných vztahů mezi cizinci na jedné straně a domácím obyvatelstvem, místem a krajinou na straně druhé.*“ (Poser, 1939 v Malé, 1999, s. 8). Později se zformovala skupina teoretiků nahlížející na cestovní ruch z ekonomického hlediska. Například F. W. Ogilvie (1933, s. 4) zdůrazňuje ve své definici cestovního ruchu hlavně to, že „*peníze utrácené během cesty jsou peníze vydělané v místě trvalého bydliště*“. Za zakladatelské teoretické dílo o cestovním ruchu je považována práce renomovaných švýcarských profesorů W. Hunzikera a K. Krapfa, kteří ve svém díle „*Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre*“ definovali cestovní ruch jako „*soubor vztahů a jevů, které vyplývají z pobytu na cizím místě, pokud*

cílem pobytu není trvalý pobyt nebo výkon výdělečné činnosti“ (Hunzinker, Krapf, 1942 v Hesková a kol., 2011, s. 8). Tuto definici převzalo Mezinárodní sdružení vědeckých pracovníků cestovního ruchu (AIEST)⁴ a uznalo ji jako oficiální. V roce 1975 tuto definici zpřesnil C. Kaspar a doplnil že *„místem pobytu není hlavním ani trvalým místem pobytu a zaměstnání“* (Kaspar, 1982 v Attl, Nejd, 2004 s. 11 - 12). Za účelem sjednocení rozličných názorů na definování předmětu cestovního ruchu uspořádala Světová organizace cestovního ruchu v roce 1991 konferenci v kanadské Ottawě. Na této mezinárodní konferenci se představitelé WTO shodli a společně definovali cestovní ruch 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“* (Hesková a kol. 2011, s. 9). Horner a Swarbrooke (2003, s. 53) definují cestovní ruch jako *„krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností“*. Tato definice není ale zcela výstižná. Nezahrnuje oblast služebních cest, kde je hlavním účelem práce a ne zábava.

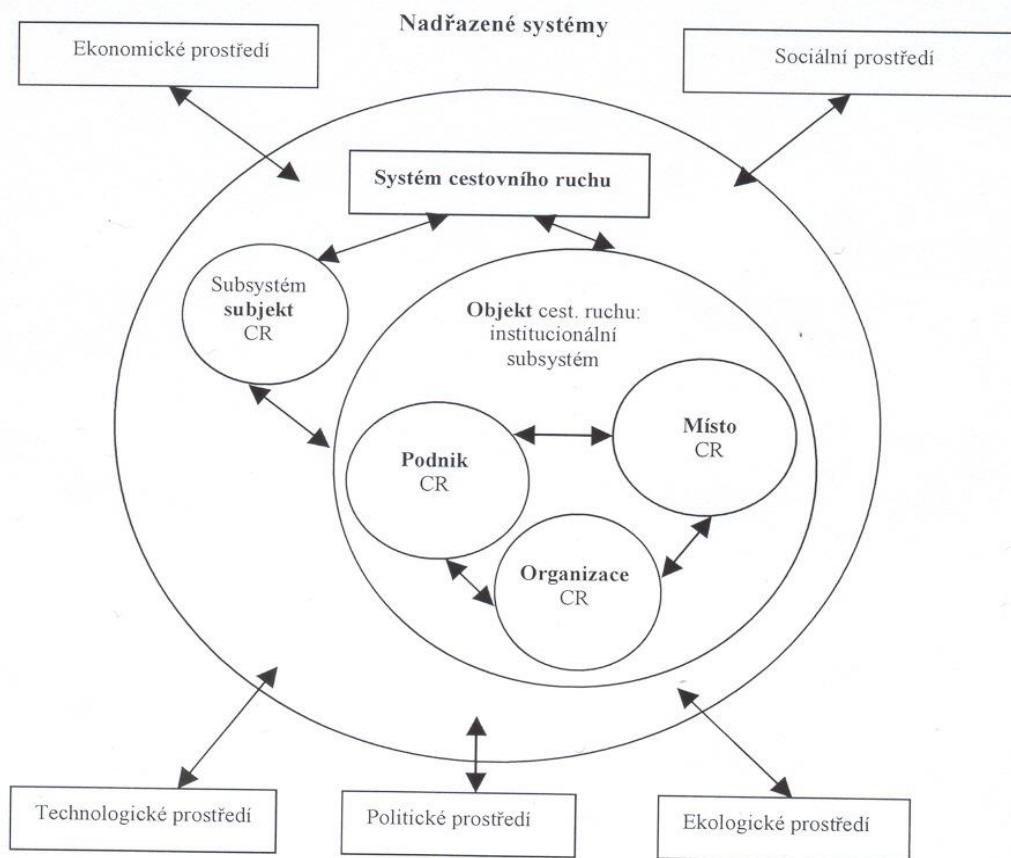
Pro vymezení cestovního ruchu se často používají i jiné pojmy jako je např. zotavení, rekreace, turistika a další, které podle Gúčika (2000) nejsou synonymem pojmu cestovní ruch. Synonymem je však stále více používaný termín turismus, který je téměř identicky používán i ve světových jazycích (Hesková a kol., 2011).

2.2 SYSTÉM CESTOVNÍHO RUCHU

„Cestovní ruch je často zkoumán s využitím systémové teorie jako formální vědy o struktuře, vazbách a chování nějakého systému“ (Hesková a kol., 2011 podle C. Kaspar, 1995). Systém chápeme jako ucelený soubor různých prvků, mezi nimiž existují určité vztahy nebo mezi kterými je možné takovéto vztahy vytvořit (Kaspar, 1995). Procesy systému cestovního ruchu probíhají jednak uvnitř, ale i ve vztahu k vnějšímu prostředí (Att, Nejd, 2004). Tím vznikne složitá pavučina vzájemných vazeb a vztahů, která je zobrazena v následujícím schématu.

⁴ AIEST = zkratka pro Association Internationale d'Experts Scientifiques du Tourisme

Schéma č. 1: Struktura systému cestovního ruchu podle Kaspara



Zdroj: Kaspar (1995, s. 8)

Autor hovoří o tzv. nadřazených systémech cestovního ruchu, které Attl s Nejdlem (2004, s. 28-29) popisují jako „*prvky globálního sociálně-ekonomického systému, které ve vztahu k některým jiným prvkům globálního sociálně-ekonomického systému mají sílu je ovlivňovat, schopnost dominovat nad nimi a determinovat jejich vývoj.*“

Mezi zásadní nadřazené systémy Attl s Nejdlem (2004) považují:

- a) ekonomické prostředí,
- b) sociální prostředí,
- c) technologické prostředí,
- d) informační prostředí,
- e) politické prostředí,
- f) ekologické prostředí.

Ekonomické prostředí

Vliv ekonomického prostředí na rozvoj cestovního ruchu je zcela nepopíratelný (Gúčik, 2000). Ekonomické faktory podporující rozvoj cestovního ruchu jsou růst disponibilních příjmů, stabilní měnová situace a příznivý hospodářský cyklus. Naopak mezi faktory, které negativně ovlivňují rozvoj cestovního ruchu, můžeme zařadit nestabilní měnovou situaci, hospodářskou krizi, stagnaci průmyslové výroby a s ní spojený růst nezaměstnanosti (Kaspar, 1995). Negativně ovlivňuje rozvoj cestovního ruchu také inflace, která má za následek pokles kupní síly peněz a projevuje se všeobecným růstem cen zboží a služeb včetně cen zboží a služeb cestovního ruchu (Hesková a kol., 2011). Ani nárůst úrokové míry není nikterak pozitivní pro vývoj cestovního ruchu. Zdražení úvěrů vlivem vysoké úrokové míry může pozastavit investování v cestovním ruchu (Hesková a kol., 2011). Propojenost hospodářské situace s rozvojem cestovního ruchu zjistíme, když porovnáme vývoj HDP⁵ s výdaji na cestovní ruch (Kaspar, 1995). Tento vztah můžeme podle Ryglové (2003) vyjádřit celou další řadou ukazatelů jako je např. výše devizových příjmů ze zahraničního obchodu, výdaje obyvatel na služby související s turistikou, podíl pasivního cestovního ruchu a saldo zahraničního cestovního ruchu. Závěrem je třeba podotknout, že zde existuje i zpětná vazba. (Hesková a kol., 2011). Cestovní ruch jako ekonomický činitel má totiž vliv na ekonomický růst, ovlivňuje zaměstnanost, příjmy obyvatelstva a platební bilanci státu (Gúčik, 2000).

Sociální prostředí

Z výše uvedených údajů by se mohlo zdát, že cestovní ruch závisí jenom na ekonomických faktorech. To ale není pravda. I sociální prostředí resp. společenský řád má podstatný význam pro rozvoj cestovního ruchu (Kaspar, 1995). Společenské prostředí je dáno společenským zřízením, které ovlivňuje rozdělování hrubého domácího produktu, pracovní i mimopracovní politiku a sociální politiku státu (Hesková a kol., 2011). Zpětná vazba se zde projevuje v diferenciované nabídce produktu cestovního ruchu, která umožňuje účast na cestovním ruchu i sociálně slabším nebo zdravotně postiženým jedincům. Významně též ovlivňuje vzdělanost a kulturní úroveň obyvatelstva (Gúčik, 2000).

⁵ HDP = hrubý domácí produkt

Technologické prostředí

Za technologické prostředí cestovního ruchu označujeme dopravní infrastrukturu a další technickou informačně-technologickou vybavenost (Gúčík, 2000). Hovoříme-li o dopravní infrastruktuře, jedná se především o existenci a stupeň vybavenosti dálničních tahů, hustotu, kapacitu a propustnost železniční dopravní sítě, hustotu letišť a frekvenci leteckých spojení a v neposlední řadě i existenci lodní přepravy (Hesková a kol., 2011). Gúčík (2000) upozorňuje, že rozvoj dopravy má negativní vliv na cestovní ruch a životní prostředí.

Politické prostředí

Díky své podstatě je politické prostředí neopomenutelnou součástí předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu (Attl, Nejd, 2004). Cestovní ruch je závislý na politice daného státu (Gúčík, 2000). Nejlepší podmínky jsou v demokratickém systému, kde jsou uplatňovány principy osobní svobody a rozvoje (Attl, Nejd, 2004). Nejdůležitější politickou podmínkou rozvoje cestovního ruchu je mír⁶ ve státě (Gúčík, 2000). Jak uvádí Hesková a kol. (2011) cestovnímu ruchu se nedaří v zemích, kde vládnou občanské nepokoje a je tak ohrožena bezpečnost a zdraví turistů. V posledních letech se objevil nový negativní jev – terorismus. Zejména události 11. září 2001 vyvolaly strach z cestování a tím negativně ovlivnily mezinárodní turismus (Attl, Nejd, 2004).

Ekologické prostředí

Gúčík (2000) říká, že cestovní ruch se rozvíjí tam, kde existují přírodní a kulturně-historické zdroje efektivně rozmístěné v krajině. Již z hlediska podstaty cestovní ruch závisí na atraktivním prostředí (Kaspar, 1995). Tato závislost cestovního ruchu na ekologickém prostředí je větší než ve většině jiných hospodářských odvětví (Kaspar, 1995). Proto tam, kde dojde k narušení krajiny a jejich prvků jako jsou půda, ovzduší, voda, flóra a fauna, dojde i k omezení nebo úplné likvidaci cestovního ruchu (Hesková a kol., 2011). Snížení vlivu cestovního ruchu na životní prostředí docílíme podle Heskové a kol. (2011) zvýšením ekologického cítění obyvatelstva a přechodem z masového cestovního ruchu na tzv. ekologicky šetrný cestovní ruch.

⁶ mír se latinsky označuje jako „conditio sine qua non“ v překladu nevyhnutelná podmínka rozvoje cestovního ruchu (Hesková a kol., 2011)

2.2 TRH CESTOVNÍHO RUCHU

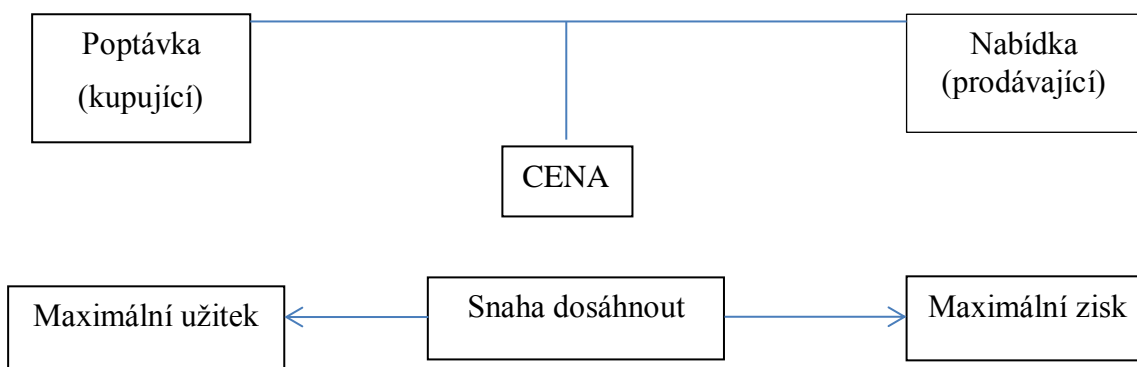
Trh je popisován jako „soubor kupců a prodávajících, kteří provádějí obchodní transakce s určitým produktem nebo třídou produktů“ (Kotler, 2007, s. 48).

Toto obecné vymezení je použitelné i pro trh cestovního ruchu avšak trh cestovního ruchu má své specifické rysy:

- přímá závislost na přírodních a kulturně historických atraktivitách,
- atraktivity jsou místně vázány,
- spotřebitel se musí za atraktivitami přemísťovat,
- při využívání atraktivit převažuje poskytování služeb,
- tvorba, realizace a spotřeba služeb je místně i časově vázána,
- důležitou roli hraje využívání volného času dle svých představ,
- spokojenost účastníků závisí na jejich subjektivním vnímání,
- vysoká míra sezónnosti,
- podstatné ovlivňování mimoekonomickými faktory jako např. počasí, válečné konflikty,
- mezinárodní charakter (Malá, 1999).

Cílem na trhu cestovního ruchu je na jedné straně uspokojování potřeb a přání účastníků cestovního ruchu a na druhé straně prosperity producentů zboží a služeb (Gúčík, 2000). Tento vztah přehledně zachycuje následující schéma č. 2:

Schéma č. 2: Vztah nabídky a poptávky na trhu



Zdroj: Gúčík (2000, s. 33)

Malá (1999) vymezuje trh CR subjekty a objekty. Objekty charakterizuje Malá (1999) jako hmotné a nehmotné statky, které se stávají předmětem nákupu a prodeje a dále je dělí na:

- služby – rozhodující součást trhu cestovního ruchu;
- zboží – mají rostoucí podíl, ale spíše doplňkové;
- volné statky – sem spadají hlavně přírodní statky, které nemají charakter zboží ani služeb, ale představují v podstatě působení vlastností rekreačního prostoru.

Uvedené objekty mohou podle Malé (1999) vystupovat na trhu CR jednotlivě nebo komplexně jako produkt cestovního ruchu. Oriška (2010, s. 8) říká, že: „*produktem je vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a je schopno uspokojit potřeby účastníků cestovního ruchu a tím vytvořit komplexní soubor zážitků*“. Nedílnou součástí produktu jsou služby, které nabízí a produkuje cílové místo a podniky cestovního ruchu (Oriška, 2010).

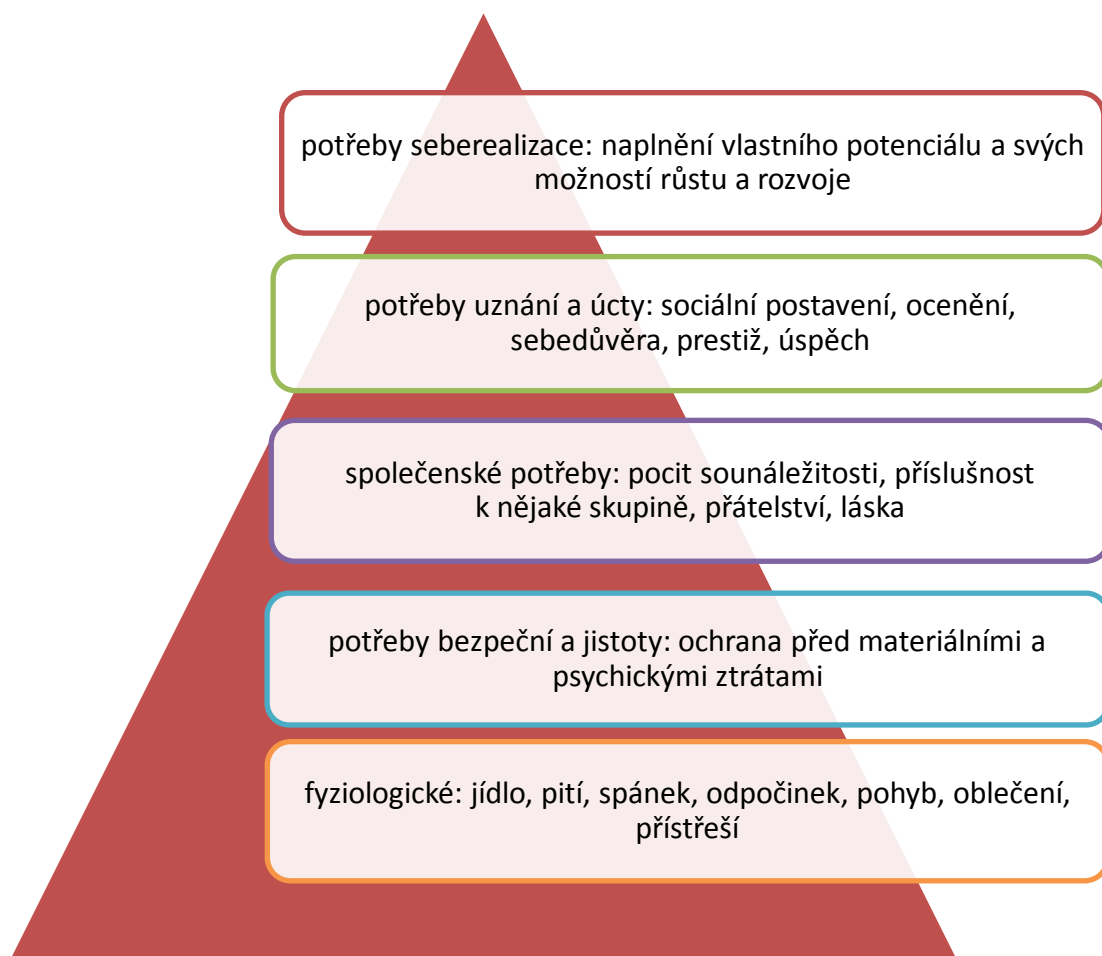
Jako subjekty vstupující na trh cestovního ruchu označuje Malá (1999) kupující a prodávající. (Malá, 1999). Z ekonomického hlediska se jedná o každého, kdo uspokojuje svoje potřeby spotřebou statků cestovního ruchu během cestování a pobytu mimo místo trvalého bydliště a zpravidla ve volném čase. Ze statistického hlediska je účastníkem cestovního ruchu cestující, který se označuje jako návštěvník, turista nebo výletník (Hesková a kol., 2011). Subjekt podle Gúčika (2000) pociťuje různé potřeby.

2.3 POTŘEBY ÚČASTNÍKŮ CESTOVNÍHO RUCHU A JEJICH USPOKOJOVÁNÍ

Potřeby jsou tím základním, bez čeho lidé nemohou žít. Mezi potřeby nutné k přežití se řadí vzduch, voda, potrava, ošacení a přístřeší. Lidé rovněž cítí silnou potřebu vzdělání, zábavy, relaxace a rekreace (Kotler, 2007). Gúčik (2000) definuje potřebu jako subjektivně pociťovaný nedostatek něčeho, co je pro život jednotlivce nevyhnutelné.

Potřeby lze obecně dělit na základě Maslowovy hierarchie potřeb dle následujícího schématu č. 3:

Schéma č. 3: Maslowova hierarchie potřeb



Zdroj: Vlastní úprava podle Maslowa v Štikar a kol. (2003, s. 102 - 103)

Potřeby jsou členěny na 5 typů:

1. vyřčené potřeby,
2. reálné potřeby,
3. nevyřčené potřeby,
4. potřeby pro radost,
5. tajné potřeby (Kotler, 2007).

Účastníci cestovního ruchu mají specifické potřeby, které Gúčik (2000) shrnuje v následujícím schématu č. 4:

Schéma č. 4: Pyramida potřeb CR



Zdroj: Gúčik (2000, s. 36)

V závislosti na růstu životní úrovně a zvětšování fondu volného času je stále více potřeb uspokojováno prostřednictvím cestovního ruchu (Jakubíková, 1995). Potřeby, které jsou uspokojovány během účasti na cestovním ruchu, bývají velmi rozmanité. Dělí se na primární (=cílové) a sekundární (=zprostředkující). Primární jsou ty, které představují motiv cestování. Sekundární jsou prostředkem k uspokojení cílových potřeb (Gúčik, 2000).

„Potřeby účastníků cestovního ruchu jsou uspokojovány prostřednictvím volných statků, služeb, zboží a veřejných statků.“ (Orieška, 2010, s. 7). Protože je poptávka v cestovním ruchu uspokojována především prostřednictvím služeb, je účelné pro další části práce službami zabývat podrobněji.

2.4 SLUŽBY V CESTOVNÍM RUCHU

Za službu lze považovat jakoukoliv činnost nebo schopnost, kterou může jedna strana nabídnout straně druhé. Svou podstatou je nehmotná a nevytváří žádné hmotné vlastnictví. Poskytování služby může být spojeno s hmotným produktem (Kotler, 2007). Toto tvrzení sdílí i Gúčík (2000) jež uvádí, že služby jsou ekonomické statky, které mají nehmotný charakter. Dále doplňuje, že při jejich produkování vznikají „*užitečné efekty, které uspokojují potřeby*“ (Gúčík, 2000, s. 75).

Služby lze všeobecně definovat jako:

1. poskytování nehmotných statků sloužících k uspokojování lidských potřeb za úplatu,
2. činnosti, výhody nebo uspokojení nabízené k prodeji nebo poskytované v souvislosti s prodejem zboží,
3. služby jsou z hlediska výrobního podniku doplňkem jeho nabídky a vytvářejí konkurenční výhodu i jedinečnost jeho nabídky (Bednářová, Parmová, 2010).

Službám se obecně přisuzují tyto čtyři vlastnosti (Payne, 1996, s. 15):

- nehmotnost – služby jsou do značné míry abstraktní a nehmotné a výsledek lze pouze předvídat,
- proměnlivost – služby nejsou standardní a jsou vysoce proměnlivé,
- nedělitelnost – služby jsou většinou vytvářeny a konzumovány současně a za účasti zákazníka,
- pomíjivost – služby nelze skladovat,

Orieška (2010) hovoří ještě o jedné obecné vlastnosti služeb a tou podle něj je:

- vysoká spotřeba živé práce při poskytování služeb.

Proces poskytování služeb se skládá ze tří fází (Gúčík, 2000):

1. připravenost na poskytování služby,
2. proces poskytování,
3. výsledek poskytnutí služby (= efekt).

Tento výsledný efekt je podle Gúčika (2000) oboustranný - pro spotřebitele je služba užitkovým efektem, pro producenta služby má efekt podobu tržby za jím poskytnutou službu. Bednářová a Škodová-Parmová (2010) uvádějí, že služby jsou v dnešní době velmi dynamicky se rozvíjející sektor hospodářství vyspělých ekonomik, vyznačující se velkým potenciálem pro tvorbu nových pracovních míst a realizaci podnikatelských aktivit hlavně malých a středních podniků.

Služby cestovního ruchu jsou definovány jako služby, které výlučně nebo převážně uspokojují potřeby účastníků cestovního ruchu a jež produkují podniky cestovního ruchu. Jde o služby producentů služeb (dopravních, ubytovacích, pohostinských, lázeňských, sportovně-rekreačních a kulturně-společenských zařízení) a zprostředkovatelů služeb (cestovních kanceláří, cestovních agentur, turistických informačních kanceláří a informačních a distribučních systémů). (Orieška, 2010). Morrison (1995) a Orieška (2010) se shodují na faktu, že služby cestovního ruchu mají své specifické znaky, které se nenacházejí u jiných služeb. Oba uvádějí po osmi zvláštlostech služeb cestovního ruchu, které jsou shrnuty v následujícím schématu č. 5:

Schéma č. 5: Specifické znaky služeb cestovního ruchu

Morrison (1995)	+	Orieška (2010)
kratší expozitura služeb		zastupitelnost služeb
výraznější vliv psychiky a emocí při nákupu služeb		komplexnost a komplementárnost služeb
větší význam vnější stránky poskytování služeb		časová a místní vázanost služeb na primární nabídku cestovního ruchu
větší důraz na úroveň a image		mnohooborový charakter služeb
složitější a proměnlivější distribuční cesty		nezbytnost zprostředkování služeb
větší závislost na komplementárních firmách		nezbytnost poskytování informací o službách a jejich kvalitě
snazší kopírování služeb		neanonymita spotřebitele služby
větší důraz na propagaci mimo sezony		dynamika a sezónnost poptávky po službách

Zdroj: Vlastní úprava dle Morrisona (1995) a Oriešky (2010)

2.4.1 Typologie služeb cestovního ruchu

Služby cestovního ruchu představují velmi pestrou paletu prvků, které můžeme členit podle různých kritérií (Attl, Nejd, 2004). Nejčastějšími kritérii, které uvádí například Malá (1999) jsou:

1. Podle druhů služeb
 - přepravní,
 - ubytovací,
 - stravovací.
2. Základní a doplňkové
 - základní – uspokojují sekundární potřeby,
 - doplňkové – uspokojují primární potřeby účastníků (Orieška, 2010).

3. Podle funkce

- zajišťující přepravu účastníků do místa a uvnitř tohoto místa,
- zabezpečující pobyt účastníků v místě,
- tvořící podmínky a programy pro využití volného času,
- usnadňující vztah mezi poptávkou a nabídkou,
- dotvářející nabídku služeb,
- speciální služby,
- služby spojené s překlenutím hranic,
- související s péčí o životní prostředí.

Orieška (2010) ještě dále člení služby:

4. Podle fází realizace cestovního ruchu

- v místě trvalého bydliště,
- během cesty,
- během pobytu v cílovém místě.

5. Z časového hlediska

- sezónní,
- mimosezónní.

6. Z ekonomického hlediska

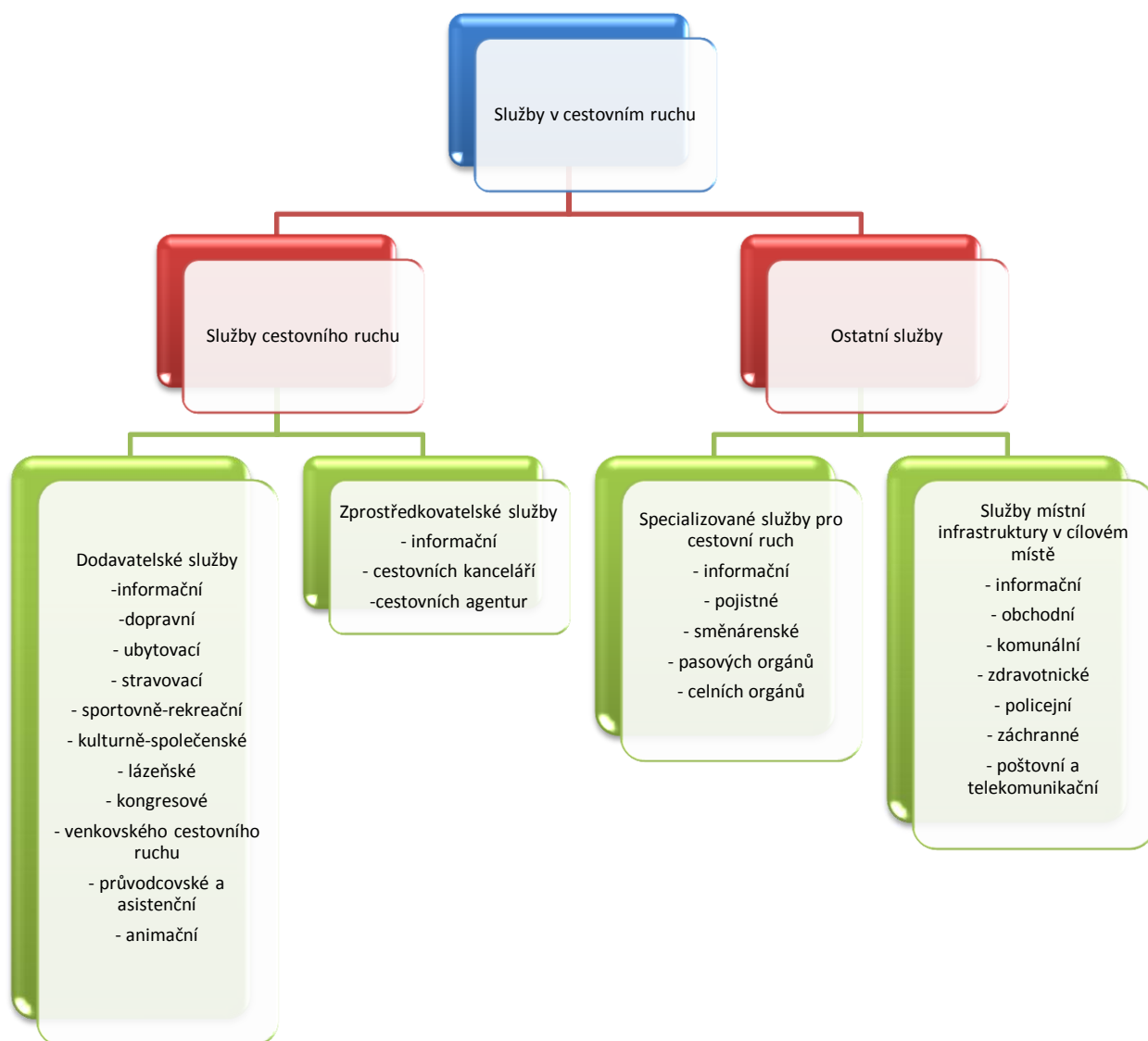
- placené,
- neplacené.

7. Podle charakteru spotřeby

- osobní,
- věcné.

Služeb v cestovním ruchu existuje celá řada. Jejich heterogenost je umožňuje rozdělit na služby cestovního ruchu a ostatní služby. Způsob druhového členění služeb, který je vyobrazen v následujícím schématu č. 6 uvádějí například Gúčík (2000), Orieška (2010) a Hesková a kol. (2011).

Schéma č. 6: Druhové členění služeb



Zdroj: Oriška (2010, s. 15)

Oriška (2010) rozděluje služby do celkem 18 kategorií. Pro tuto práci jsou ze všech kategorií služeb nejdůležitější právě ubytovací služby, na které je celá práce zaměřena.

2.5 UBYTOVACÍ SLUŽBY

Vznik ubytovacích služeb v jakékoliv podobě je úzce spojen se vznikem směnného obchodu. Obchodníci putovali na krátké ale i obrovské vzdálenosti za účelem směny

stříbra za hedvábí, kožešiny za sůl nebo koření za zlato. Bez ubytovacích služeb, které jim zajišťovaly uspokojení základních potřeb – odpočinek, jídlo a pití, bezpečí na cestách – by nebyli schopni tyto cesty realizovat (Křížek, Neufus, 2011).

Ubytovací služby umožňují účastníkům přechodné bydlení v cílovém místě, které navštíví a jsou významným předpokladem pro rozvoj pobytového cestovního ruchu (Orieška, 2010). Jejich součástí jsou i služby poskytované v souvislosti s pobytem hostů v ubytovacím zařízení (Hesková a kol., 2011). Beránek (2004) uvádí, že od poskytované služby většina hostů požaduje základní atributy shrnuté do přehledného schématu č. 7.

Schéma č. 7 Požadavky na poskytované služby



Zdroj: Beránek (2004, s. 100)

2.5.1 Ubytovací zařízení

Poskytování ubytovacích služeb je realizováno v ubytovacích zařízeních, které se většinou budují společně se stravovacími úseky a poskytují ubytování zpravidla většímu počtu účastníků. Ubytovací zařízení tvoří „*hlavní článek infrastruktury cestovního ruchu*“ (Orieška, 2010, s. 14). Jak již bylo řečeno, ubytovací zařízení poskytují hostům vedle služeb přechodného ubytování i celou řadu dalších služeb (Hesková a kol., 2011). Za základní služby můžeme kromě ubytování považovat i stravovací služby (Orieška, 2010), které v první řadě zabezpečují uspokojení

primárních potřeb výživy (Hesková a kol., 2011). Stravovací služby se poskytují během přepravy nebo až v cílovém místě, kde je nabízejí pohostinská zařízení, která se budují jako součást ubytovacích zařízení (Hladká, 1997). Podle Indrové a kol. (2004) mohou být někdy přímo motivem cestování.

Mezi doplňkové služby, které poskytují ubytovací zařízení, patří podle Orišky (2010): podávání informací, přeprava a úschova zavazadel, úschova cenností, buzení hostů, půjčování her, prodej vybraných druhů zboží a další. Rozsah a kvalitu služeb, které ubytovací zařízení poskytují, nazýváme standardem služeb. Standard služeb ovlivňuje mnoho faktorů – např. charakter zařízení, provozní předpoklady, pracovní síla, sezónní vlivy a v neposlední řadě i úroveň využití lůžkové kapacity. Němčanský (1995) poukazuje na to, že s růstem průměrné doby pobytu rostou i požadavky na standard služeb.

„Myšlenka poskytnout turistům nocleh je jednoduchá, ale způsobů, kterými se uskutečňuje, existuje nesčetné množství.“ (Horner, Swarbrooke, 2003, s. 281)
Z této myšlenky vyplývá, že ubytovací zařízení lze dělit z mnoha a mnoha perspektiv.

Křížek a Neufus (2011, s. 22) dělí ubytovací zařízení například:

1) podle umístění:

- přímořské,
- horské,
- městské,
- lázeňské,
- rekreační.

2) podle převažujících doplňkových služeb nebo zaměření:

- kongresové,
- wellness,
- lázeňské,
- sportovní,
- relaxační,

- rodinné.

3) podle velikosti:

- malé (obvykle do 50 pokojů),
- střední (50 – 150 pokojů),
- velké (obvykle 150 – 400 pokojů),
- mega (obvykle nad 400 pokojů).

Indrová a kol. (2004) ještě rozlišuje ubytovací zařízení:

1) podle doby provozu:

- sezónní,
- celoroční.

2) podle převažující klientely:

- rodiny s dětmi,
- sportovci,
- obchodníci,
- zařízení sloužící pro kongresovou turistiku apod.

Jelikož existuje mnoho druhů ubytovacích zařízení, členíme je do různých kategorií. Tomuto rozčlenění se říká „kategorizace“ (Indrová a kol., 2004).

2.5.2 Kategorizace ubytovacích zařízení

Vyhláška Ministerstva pro místní rozvoj o obecných technických požadavcích na výstavbu č. 137/1998 ve znění pozdějších předpisů vymezuje následující kategorie ubytovacích zařízení:

Hotel – ubytovací zařízení s nejméně deseti pokoji pro hosty, vybavené pro poskytování přechodného ubytování a služby s tím spojené (zejména stravovací); hotely se člení do pěti tříd. **Hotel garni** má vybavení jen pro omezený rozsah stravování (nejméně stravování) a člení se do čtyř tříd.

Motel – ubytovací zařízení s nejméně deseti pokoji pro hosty, poskytující přechodné ubytování a služby s tím spojené pro motoristy a člení se do čtyř tříd.

Penzion – ubytovací zařízení s nejméně pěti pokoji, s omezeným rozsahem společenských a doplňkových služeb, avšak s ubytovacími službami srovnatelnými s hotelem a člení se do čtyř tříd.

Ostatní ubytovací zařízení – turistické ubytovny, kempy a skupiny chat (bungalovů), popřípadě kulturní nebo památkové objekty využívané pro přechodné ubytování.

Vyhláška vymezuje ustanovení, která se v plném rozsahu vztahují na hotely, motely a penziony a na ostatní ubytovací zařízení se používají přiměřeně. Na ze zákona povinnou vyhlášku navazuje dobrovolná Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky 2013-2015.

Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení v České republice v období 2013-2015

Oficiální jednotnou klasifikaci sestavila AHR ČR⁷ a na základě Usnesení vlády ze dne 17. 7. 1999 č. 717 za podpory MMR ČR⁸ a České centrály cestovního ruchu - CzechTourism.

Takto jsou definovány kategorie ubytovacích zařízení v Oficiální jednotné klasifikaci:

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

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

Penzion je ubytovací zařízení s nejméně pěti a maximálně dvaceti pokoji pro hosty, s omezeným rozsahem společenských a doplňkových služeb a člení se do čtyř tříd.

⁷ AHR ČR = zkratka pro Asociaci hotelů a restaurací České republiky

⁸ MMR ČR = Ministerstvo pro místní rozvoj ČR

Omezené služby stravování spočívají v absenci restaurace. Penzion však musí disponovat minimálně místností pro stravování, která zároveň může sloužit k dennímu odpočinku hostů.

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

Specifická hotelová zařízení

Lázeňský/ Spa Hotel

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

Lázeňský hotel garni

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

Resort/ Golf resort

Ubytovací zařízení, které splňuje požadavky pro kategorii Hotel 3* - 5*, jedná se o uzavřený soubor objektů, kde může být restaurace a recepce mimo ubytovací část. Zařízení poskytuje společensko-kulturní a sportovní využití. Do třídy 4* může mít recepce omezený provoz na minimálně 18 hodin. Golf Resort musí kromě výše uvedeného, být vybaven minimálně devítijamkovým normovaným hřištěm dle parametrů ČGF⁹.

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

Osobní ubytovací zařízení

Kemp (tábořiště)

⁹ ČGF = zkratka pro Českou golfovou federaci

Chatová osada

Turistická ubytovna (Ministerstvo pro místní rozvoj, 2013).

Pokud chceme zařadit jednotlivé kategorie podle vybavení, úrovně a rozsahu poskytovaných služeb do různých tříd využíváme „klasifikace“ (Indrová a kol., 2004).

Klasifikace ubytovacích zařízení

Pro rozdělení hotelů do kvalitativní a tudíž i cenových kategorií se využívá klasifikace hotelů. Obecně čím vyšší je klasifikace, tím větší kvalitu poskytovaných služeb může účastník cestovního ruchu očekávat. Klasifikace není právně závazná a tak je na samotném provozovateli, zda certifikaci podstoupí, či nikoliv. Klasifikaci provádí Asociace hotelů a restaurací ČR. Každé klasifikované zařízení obdrží samolepku, která má platnost 3 roky (Křížek, Neufus, 2011).

Zařazení do příslušné třídy je označováno názvem a mezinárodně uznávaným systémem jednou až pěti hvězdičkami¹⁰:

*** Tourist**

**** Economy**

***** Standard**

****** FirstClass**

******* Luxury** (Indrová a kol., 2004).

Jak již bylo řečeno v předcházejících částech práce, ubytovací služby se poskytují v ubytovacích zařízeních, kdy základním motivem pro jejich využití je potřeba ubytování se. Z tohoto důvodu jsou pro každé ubytovací zařízení důležité místnosti pro ubytování hostů, často nazývané jako pokoje. Český státní norma pokoje nazývá ubytovacími jednotkami a zná jejich nejrůznější typy.

¹⁰Třída ubytovacích zařízení se ve většině zemí označuje pomocí hvězdiček, ale existují i jiná označení. Např. v Anglii označují třídu korunkami, klíči, případně je využíváno slovní označení (Indrová a kol., 2004).

2.5.3 Typy ubytovacích jednotek

jednolůžkový pokoj: pokoj s lůžkem pro jednu osobu

dvoulůžkový pokoj: pokoj se dvěma lůžky (dvoulůžko nebo dvě lůžka umístěná vedle sebe)

dvoulůžkový pokoj – twin: pokoj se dvěma oddělenými lůžky

vícélůžkový pokoj: pokoj se třemi nebo více lůžky

rodinný pokoj: pokoj se třemi nebo více lůžky, z nichž alespoň dvě jsou vhodná pro dospělé osoby

společná ložnice: vícélůžkový pokoj nabízející lůžka pro osoby, které mohou nebo nemusí patřit k určité skupině

junior suite: ubytování se zvláštním místem pro sezení v jednom pokoji

suite: ubytování poskytované ve vzájemně oddělených propojených místnostech s lůžkem (ložnice) a sedací soupravou (obývací pokoj)

apartmá: ubytování poskytující oddělenou místnost pro spaní a místnost se sedací soupravou a kuchyňským koutem

studio: ubytování v jednom pokoji s kuchyňským koutem

spojené pokoje: samostatné pokoje s lůžky propojené spojovacími dveřmi

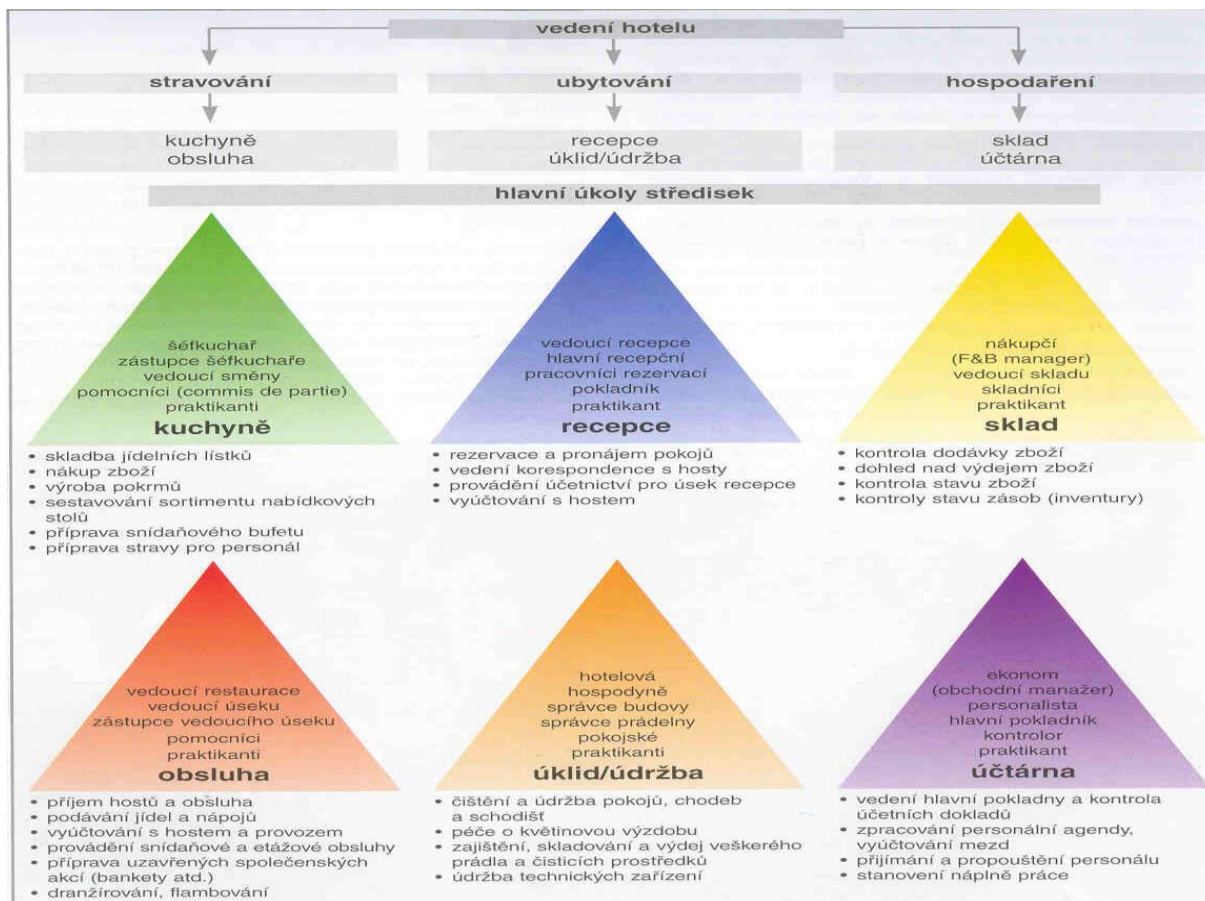
duplex: ubytování na více podlažích s vyhrazeným propojením jednotlivých podlaží (Křížek, Neufus, 2011, s. 27 – 28)

2.6 ORGANIZAČNÍ STRUKTURA UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ

Organizační struktura představuje obecně soubor úkolů a pracovních vztahů vytvořených za účelem využití předností specializace. Zjednodušeně řečeno je to systém k dosažení jak vertikální, tak horizontální koordinace specializovaných částí daného zařízení (Beránek, Kotek, 2007). Výběr vhodné organizační struktury zvyšuje podle Beránka a Kotka (1996) efektivitu a výkonost podniku. Organizační členění personálu se odvíjí od velikosti hotelu či restaurace a celkového počtu potřebných zaměstnanců. U větších zařízení je požadováno více specializovaných funkcí, zatímco v menších zařízeních je řada funkcí slučována do jedné (Metz a kol., 2008). Organizační struktura by měla být jednoduchá a přehledná (Zimáková, 2007). Němčanský (1995) uvádí,

že v ubytovacích zařízeních s méně než 60ti lůžky se velmi často pracovní funkce kumulují s jinými. V schématu č. 4 můžeme vidět organizační členění středně velkého zařízení (Metz a kol., 2008):

Schéma č. 8: Organizační členění středně velkého zařízení



Zdroj: Metz a kol. (2008, s. 16)

„Spokojenost každého zákazníka ubytovacího zařízení je podmíněna péčí, kterou mu věnují pracovníci ubytovacího střediska.“ (Němčanský, 1995, s. 152). Pro zajištění každodenního plynulého provozu jsou v ubytovacím zařízení zřízeny tři základní útvary: **ubytovací, stravovací a technický útvar** (Beránek, Kotek, 2007).

Ubytovací úsek

Ubytovací úsek zabezpečuje poskytování ubytovacích služeb hostům během pobytu v ubytovacím zařízení (Křížek, Neufus, 2011).

Rozděluje se na dvě základní části:

1. část příjmu (recepce, front office),

2. lůžkovou část (housekeeping).

V příjmové části probíhá v první řadě přijímání objednávek, rezervace a prodej pokojů. Vedlejšími činnostmi je prodej drobných předmětů nebo vykonávání potřebné administrativy (Beránek, Kotek, 2007).

Typickými pracovníky příjmové části jsou:

- vedoucí úseku ubytování,
- asistent vedoucího,
- recepční,
- vrátný,
- pokladník – směnárník,
- pracovník rezervací,
- багаžista,
- dveřník,
- telefonistka,
- pracovnice sekretářských služeb.

(Beránek, Kotek, 2007)

Pracovníci v lůžkové části ubytovacího úseku mají za úkol především vlastní ubytování hosta (Liška, 1995). Další činnosti více konkretizují Beránek a Kotek (2007), jsou jimi: příprava pokojů, průběžný úklid, zajištění funkce pokojů a jeho zařízení a příp. obstarání drobných služeb a samozřejmě úklid pokojů po odjezdu hosta.

Typickými pracovníky lůžkové části jsou:

- vedoucí housekeepingu,
- hotelová hospodyně,
- pokojská,
- uklízečka.

(Beránek, Kotek, 2007)

Stravovací úsek

Stravovací úsek ubytovacího zařízení poskytuje stravovací služby zejména ubytovaným hostům (Beránek, Kotek, 2007). Pro vedení tohoto úseku je velmi nutná vysoká míra odborných znalostí (Křížek, Neufus, 2011).

Zimákové (2007) rozděluje stravovací úsek na dvě části:

1. výrobní – kuchyně, příruční sklady, přípravny;
2. odbytovou – restaurace, vinárny, bary a ostatní.

Typickými pracovníky v odbytovém středisku jsou:

- vedoucí odbytového střediska,
- vedoucí směny,
- číšník, servírka,
- sommelier,
- barman (Zimáková, 2007).

Typickými pracovníky výrobního střediska jsou:

- F&B¹¹ manager,
- šéfkuchař,
- asistent šéfkuchaře,
- kalkulant,
- kuchyňská hospodyně (Beránek, Kotek, 2007).

Technický úsek

Technický úsek poskytuje technické zázemí ubytovacího zařízení a je ukázkovým příkladem, tzv. čistě nákladového střediska, jelikož neprodukuje žádné výnosy (Křížek, Neufus 2011). Jedná se o část hotelu, která je nejméně vidět. Host se o tomto úseku dozvídá až ve chvíli když nastane porucha (Beránek, Kotek, 2007).

Typickými pracovníky technického úseku jsou:

- vedoucí technického úseku
- vedoucí údržby
- technický pracovník (Beránek, Kotek, 2007)

¹¹ Food&Beverage manager = vedoucí stravovacího provozu

3. CÍL PRÁCE A METODIKA

3.1 CÍLE PRÁCE

Hlavním cílem bakalářské práce je analyzovat infrastrukturu podniků poskytujících ubytovací služby a definovat možnosti jejich dalšího rozvoje. Vedlejším cílem práce je vypracování celkového přehledu o počtu podniků vyskytujících se ve zkoumané oblasti, zjištění nedostatků a definování možností dalšího rozvoje zkoumaných zařízení.

3.2 PRACOVNÍ HYPOTÉZY

Pro práci jsou stanoveny tři pracovní hypotézy, které budou v průběhu práce ověřovány a v závěru práce verifikovány:

H1: Na obsazenost ubytovacích zařízení má velký vliv sezónnost.

H2: V dané oblasti využívají ubytovacích služeb více účastníci cestovního ruchu ze zahraničí.

H3: Spolupráce podnikatelů a města je velmi intenzivní.

3.3 METODIKA

Metodický postup je založen na využití široké škály odborných poznatků, získaných hloubkovým studiem odborné a vědecké literatury v podobě monografií a dalších publikací, odborných a vědeckých časopisů a materiálů jednotlivých ubytovacích zařízení. S ohledem na řešené téma bakalářské práce je nutné nashromáždit dostatečné množství dat, která by umožnila vlastní výzkum. Jako základní metoda bude pro tuto práci použita analýza. Vlastní výzkum proběhne v několika krocích, které vycházejí z výše uvedených cílů a stanovených hypotéz.

Mezi v práci hlavní výzkumné techniky použité v této práci patří:

- studium odborné literatury,
- analýza zjištěných dat,
- deskripce současného počtu ubytovacích zařízení,
- zhotovení dotazníku směřovaného na podnikatele,
- terénní šetření,
- metoda vlastního pozorování

- rozhovory s vedoucími pracovníky vybraného zařízení a rozhovory se zástupci města.

Prvním krokem analytické části práce bylo vymezení zkoumaného území, kdy byly potřebné informace čerpány z dostupných pramenů, zejména oficiálních stránek města, odborných knih, tištěných a elektronických průvodců. Pro analýzu stávajícího stavu v oblasti ubytovacích zařízení bylo mimo výše zmíněných zdrojů užito elektronických a tištěných materiálů o konkrétních zařízeních. Při hledání potřebných informací byl kladen důraz na jejich relevantnost, nezastaralost a účelnost pro další kroky.

Druhým důležitým krokem byla příprava a realizace terénního dotazníkového šetření určeného provozovatelům jednotlivých ubytovacích zařízení ve zkoumané oblasti. Dotazníky byl sestaven na základě teoretických poznatků a jeho účelem bylo zjistit vnímání současné situace a současných problémů při poskytování ubytovacích služeb ve zkoumané oblasti. Dotazníkové šetření proběhlo od září do prosince roku 2012. Důraz byl kladen na srozumitelnost, a proto bylo přistoupeno k pilotnímu průzkumu, který odhalil drobné nesrovnalosti v zadaných otázkách a možnosti dvojí interpretace u jedné z položených otázek. Po odstranění těchto nedostatků byly dotazníky rozeslány do všech zařízení nejprve elektronicky, neosobní formou. Vzhledem k předpokládané malé návratnosti dotazníků elektronickou formou bylo naplánováno také osobní doručení a pozdější převzetí dotazníku. Dotazník byl maximálně stručný, obsahoval jen 15 otázek. Znění otázek bylo zvoleno cíleně tak, aby byly zjištěny podstatné informace o konkrétním podniku potřebné k naplnění cílů práce. Část otázek (12) bylo uzavřených a na zbylé otázky (4) bylo možno odpovědět formou sémantického diferenciálu, jenž umožňuje zjistit i jemné rozdíly v postojích respondentů. Základem pro sestavení otázek se sémantickým diferenciálem, bylo stanovení dvou bipolárních pojmů, kde mohl respondent s jedním pojmem výhradně souhlasit či se jen přiklonit k jednomu ze dvou pojmů. Dotazníky byly rozeslány do celkem 80 podniků, vrátilo se 10 dotazníků, z toho bylo správně vyplněno jen 8 dotazníků. Pro další zpracování bylo nutné použít jen ty správně vyplněné. Návratnost použitelných dotazníků tedy činila 10 %. Vzhledem k takto malé návratnosti bylo přistoupeno k osobnímu doručení dotazníků. Navštíveno bylo 30 podniků, vrátilo se 13 správně vyplněných dotazníků. Návratnost u osobního doručení byla podstatně vyšší, činila necelých 44 %. Celkem bylo pro další účely použito 21 dotazníků. To představuje téměř 27% návratnost. Vyhodnocení dotazníků bylo provedeno v programu Microsoft Excel. Cílem dotazníkového šetření bylo

analyzovat infrastrukturu podniků ubytovacích služeb a zjistit nejčastější problémy majitelů podniků při jejich provozování.

Ve třetím kroku analýzy současného stavu byly provedeny 3 řízené rozhovory, které měly za úkol konkretizovat údaje zjištěné dotazníkovým šetřením. Tato metoda umožní bližší pohled na problémy, které uvedli respondenti dotazníkového šetření. Výhodou metody byla možná okamžitá reakce autorky práce na případné nejasnosti v odpovědích dotazovaných. Účastníci řízených rozhovorů byli vybíráni cíleně až po zpracování výsledků dotazníkového šetření, proto aby s nimi byly řešeny až konkrétní zjištěné problémy, které vyplynuly z dotazníkového šetření. Pro celkové dokreslení situace byly provedeny nejen řízené rozhovory s podnikateli v oblasti poskytování ubytovacích služeb, ale také se zástupci města, konkrétně destinačním managementem zkoumané oblasti a se zástupci národního památkového ústavu. Složitě bylo se dopracovat k někomu z národního památkového ústavu, kdo je zodpovědný za zkoumanou oblast, jelikož zkoumaná oblast nemá svůj vlastní odbor a je spravována jiným odborem sídlícím v Českých Budějovicích. Všichni vybraní respondenti byli maximálně vstřícní a sdílní a bez problémů zodpověděli všechny, pro další šetření požadované otázky.

Posledním krokem při zjišťování údajů byla návštěva podniků ubytovacích služeb, při kterých probíhala metoda vlastního pozorování, která dokreslila celkový autorčin pohled na zpracovávané téma a přinesla některé náměty pro další pokračování práce a objasnění některých detailů, které nebylo možné realizovat při dotazníkovém šetření ani řízených rozhovorech.

Použitím více metod a více zdrojů při získávání byla minimalizována rizika použití nerelevantních dat. Po získání všech potřebných dat bude následovat jejich syntéza. Syntéza zjištěných informací o území, terénního šetření a řízených rozhovorů bude vyhodnocena slovně. Z výsledků syntézy budou ustanoveny návrhy a opatření, které by mohly sloužit nejen pro zlepšení a zdokonalení služeb ubytovacích zařízení ve zkoumané oblasti, ale i na celkové zlepšení podnikatelského prostředí ve vybrané oblasti.

4. VYMEZENÍ ZKOUMANÉHO ÚZEMÍ

Český Krumlov se nachází v Jihočeském kraji a leží v blízkosti rakouských hranic zhruba 20 km jihozápadně od krajského města České Budějovice. Město, jehož nadmořská výška je 492 mⁿ/ m. se rozprostírá v údolí řeky Vltavy na úpatí CHKO Blanský les a může se tak pyšnit nádhernou nenarušenou okolní krajinou¹². V Českém Krumlově žije na rozloze 22,16 km² 13348¹³(ČSÚ, údaj k 1.1.2012) obyvatel. Město je rozděleno do deseti městských částí a to: Vnitřní město, Latrán, Horní Brána, Domoradice, Plešivec, Nádražní předměstí, Nové Spolí, Nové Dobrkovice, Slupenec a Vyšný. Mapa vymezující město Český Krumlov se nachází v příloze č. 1.

Název Krumlov město dostalo podle tvaru území – v ojedinělém terénu meandrů řeky Vltavy, na němž se nachází. V němčině se tomuto území říkalo „Krumme Aue“ což znamená v překladu „Křivý luh“. Později byl městu přidělen přívlastek Český pro odlišení od Moravského Krumlova. Zmínky o prvním osidlování pochází již ze starší doby kamenné. Poprvé bylo jméno Krumlov zmíněno už roku 1253. Za vlády Přemysla Otakara II. se město rozvíjelo. Rozvoj probíhal ve dvou stavebních etapách. První částí byl Latrán, postavený přímo pod hradem. Tuto část obývali lidé, kteří se starali o chod hradu. Vznik druhé části města byl „na zelené louce“.

Největší rozkvět zaznamenalo město za vlády Rožmberků, jednoho z nejmocnějších rodů v Čechách, kteří učinili z Krumlova centrum jejich mimořádně rozlehlého panství. Ve městě kvetl obchod i řemesla a stavěly se honosné měšťanské domy. V roce 1376 město čítalo již 96 domů. Na tom, jak Český Krumlov vypadá dnes, se nejvíce podílely renesanční přestavby měšťanských domů v průběhu 16. století. Posledním Rožmberkem vlastníci Český Krumlov byl Petr Vok, který ale kvůli svým dluhům musel přenechat město císaři Rudolfovi II. Habsburskému. Tento rod přenechal město Eggenberkům, kteří se o Český Krumlov starají po tři generace. V 18. století město dědí Schwarzenberkové.

Město dále vzkvétá a v polovině 19. století se může pyšnit velkým množstvím nově vzniklých institucí. Ve městě působily dvě obecně vzdělávací školy, pracovní a hudební škola. Vznikly zde dvě papírny, továrna na sukno a přádelna lnu. Pivo

¹²www.novinky.cz

¹³www.czso.cz

se v Českém Krumlově vařilo ve dvou pivovarech. Koncem 19. století byly otevřeny grafitové doly a několik dalších továren.

Další změny v architektuře nastaly hlavně po zrušení městských bran a hradeb. Od roku 1965 je kladen velký důraz na péči a zachování památek v Českém Krumlově.¹⁴

Právě architektura je hlavní primární nabídkou – turistickou atraktivitou, což dokládá i vyjádření Mezinárodní rady pro památky a sídla (ICMOS) z roku 1992: „Český Krumlov je vynikající příklad malého středověkého střeoevropského města, které za strukturu a stavby v historickém centru vděčí své ekonomické význačnosti a relativně nerušenému organickému vývoji za více jak pět století. Město Český Krumlov se vyvíjelo v meandrech řeky Vltavy, která vytváří překrásný krajinný rámeček. Jeho vývoj v čase je jasně čitelný z jeho budov a jeho urbanistické struktury. Český Krumlov je nesporně nejlépe zachovalý a nejrepresentativnější žijoucí příklad středověkého střeoevropského malého města.“¹⁵

A proto bylo město Český Krumlov jako unikátní architektonický a urbanistický celek, zapsáno roku 1992 na seznam světového přírodního a kulturního dědictví UNESCO.¹⁶ Hrad byl založen v polovině 13. století. V zámecké zahradě se nachází unikátní otáčivé hlediště. Českokrumlovský hrad a zámek je druhým největším v Čechách. Město Český Krumlov je centrem cestovního ruchu, kulturního a společenského dění.

4.1 SLUŽBY CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÉM KRUMLOVĚ

V literární rešerši jsem nejdůležitější služby cestovního ruchu vymezila již teoreticky, nyní služby zanalyzuji prakticky. V literární rešerši jsem použila rozdělení služeb na dodavatelské a zprostředkovatelské. Nyní se budu zabývat pouze nejdůležitějšími dodavatelskými službami.

Informační služby

Informační služby v Českém Krumlově poskytuje informační centrum nacházející se přímo na náměstí - Náměstí Svornosti. Infocentrum je otevřeno každý den a poskytuje veškeré informace o cestovním ruchu, dále poskytuje různé služby jako

¹⁴ www.encyklopedie.krumlov.cz

¹⁵ www.krumlov.info

¹⁶ M'PLAN (2006)

je možnost objednání jakýchkoli služeb poskytovaných tamními podnikateli, nákup jízdenek, možnost platby v eurech či bezhotovostní platby kartou, směnárnu, přístup na internet, prodej turistických tiskovin a suvenýrů, úschovu zavazadel a v neposlední řadě bezbariérový přístup.¹⁷

Dopravní služby

Nejjednodušší způsob dopravy do Českého Krumlova je automobilem nebo autobusem po evropské mezinárodní silnici E55. V Českém Krumlově se nachází osm vyhrazených parkovišť určených pro automobily nebo autokary, která jsou perfektně značena městským naváděcím systémem příslušnou značkou a číslem parkoviště. K příjezdu do Českého Krumlova můžeme využít i vlaku. Vlakové nádraží se nachází asi 30 minut pěšky od centra města. K přesunu do centra města je možno využít místních autobusových linek.

Nejbližší mezinárodní letiště je vzdálené přibližně 70 km od Českého Krumlova a najdeme ho v rakouském Linci. Nejvíce využívané je pražské Letiště Václava Havla, kdy je cílem turistů hlavní město Praha a Český Krumlov navštíví jen v rámci fakultativního výletu.

Stravovací služby

Stravovací služby jsou úzce spjaty s ubytovacími službami a pro rozvoj cestovního ruchu v dané destinaci jsou neméně důležité.

Kulturně-společenské služby

Realizace kulturně-společenských služeb je pro město zásadní. Různé kulturní a společenské akce jsou velkým lákadlem pro většinu návštěvníků Českého Krumlova. A právě obrovská návštěvnost kulturních akcí je úzce spjata s návštěvností ubytovacích zařízení v Českém Krumlově.

Nejvíce navštěvovaný je Státní hrad a zámek Český Krumlov. Podle agentury Czech Tourism dokonce patří mezi TOP 20 nejnavštěvovanějších turistických cílů v ČR a po Pražském hradu je druhý nejnavštěvovanější zámek v ČR.¹⁸ Svou rozlohou a architekturou se řadí mezi nejvýznamnější památky střední Evropy. Původně se jedná o gotický hrad ze 13. století. V 16. století byl již rozšířený gotický hrad renesančně přestavěn a v 17. – 18. století byl stylizován do barokního a rokokového vzhledu.

¹⁷ www.ckrumlov.info

¹⁸ www.czechtourism.cz

Mezi nejvýznamnější události v Českém Krumlově patří Slavnosti pětileté růže, které mají dlouhou tradici. Letos se budou konat již po dvacáté sedmé. Tyto historické slavnosti z období renesance, z období vlády posledních Rožmberků, obdržely titul Akce roku 2010 v ČR. Další významnou kulturní událostí, jež se každoročně koná v Českém Krumlově je Mezinárodní hudební festival, Svatováclavské slavnosti a Ekofilm.¹⁹

V Českém Krumlově nalezneme 4 muzea (regionální, Museum tortury, Muzeum marionet a Wax museum), 3 galerie (Másebnice, Václavské sklepy a Doxa) dále zde můžeme navštívit Dům fotografie, Pohádkový dům, Grafitový důl nebo Egon Schiele Art Centrum. Významným turistickým lákadlem je otáčivé hlediště lokalizované v malebných prostorách zámecké zahrady.²⁰

Sportovně-rekreační služby

Sportovní služby mají svůj specifický segment uživatelů. Slouží většinou pro místní obyvatelstvo. Návštěvníci Českého Krumlova mohou trávit volný čas aktivním odpočinkem v rozličných sportovně-rekreačních zařízeních umístěných ve městě. Návštěvníci si mohou zaplavat v krytém bazénu, zahrát si tenis, squash či bowling, zabruslit si na zimním stadionu, projet se na koni nebo navštívit místní fitness centra. Nejpopulárnějším sportem v letním období je určitě vodácká turistika realizující se po řece Vltavě, která protéká Českým Krumlovem. Trasa, kterou „vodáci“ považují za nejoblíbenější, vede z Vyššího Brodu přes malebný Český Krumlov do Boršova nad Vltavou. Většinou vodáci přespávají ve vodáckém kempu Nové Spolí.

Ubytovací služby

Ubytovací služby jsou pro místní cestovní ruch jedním z nejdůležitějších předpokladů a pro tuto bakalářskou práci zásadní téma. Jak jsem již objasnila v přehledu řešené problematiky, ubytovací služby poskytují jistá zařízení, které nazýváme ubytovací zařízení. Bez široké nabídky ubytovacích zařízení by nemohl dobře fungovat cestovní ruch a město by nebylo navštěvováno v takové míře. Právě proto zde bylo vybudováno velké množství hromadných ubytovacích zařízení.

¹⁹ www.ckrumlov.info

²⁰ www.ckrumlov.info

Dle údaje ČSÚ ze dne 11.3.2013 funguje v Českém Krumlově 81²¹hromadných ubytovacích zařízení (viz následující tabulka č. 1).

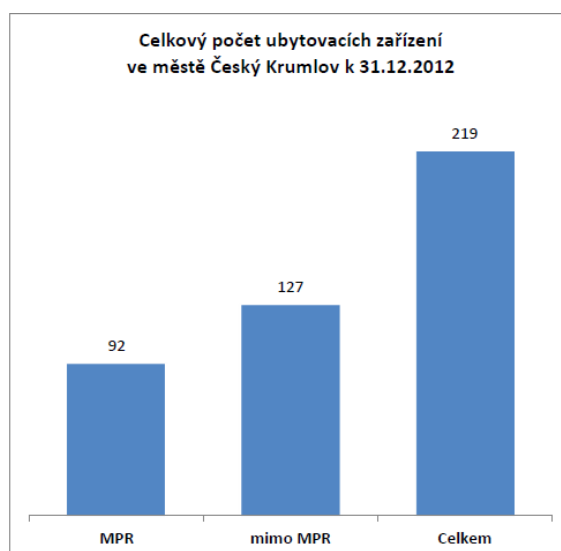
Tabulka č. 1: Ubytovací zařízení v Českém Krumlově k 11.3.2013

Kategorie UZ	Počet UZ
Hotel *****	1
Hotel ****	7
Hotel ***	7
Hotel garni	4
Penzion	47
Ubytovna	4
Kemp	2
Ostatní zařízení jinde nespécifikovaná	9
Celkem	81

Zdroj: Vlastní zpracování podle ČSÚ

Pokud ale pátráme dále, nalezneme i jiný údaj o počtu ubytovacích zařízení, který prezentuje přímo město Český Krumlov na svém oficiálním informačním systému²². Jak je možno vidět v následujícím grafu č. 1 je toto číslo 219²³

Obr. č. 1: Ubytovací zařízení v Českém Krumlově k 31.12.2012



Zdroj: OIS Český Krumlov

²¹www.czso.cz

²²zkráceně OIS

²³www.mapy.ckrumlov.cz

Z další tabulky, konkrétně tabulky č. 2, jasně vyplývá, že počet ubytovacích zařízení nacházejících se v Českém Krumlově je absolutně nejvyšší v celém Jihočeském kraji.

Tabulka č. 2: Počet ubytovacích zařízení ve vybraných oblastech k 31.12.2011

Oblast	Počet UZ
Český Krumlov	79
České Budějovice	51
Prachatice	13
Strakonice	14
Tábor	28
Jindřichův Hradec	20
Jihočeský kraj	982
Česká republika	7657

Zdroj: Vlastní zpracování podle ČSÚ

Jelikož se v Českém Krumlově nachází opravdu hodně ubytovacích zařízení, pro tuto bakalářskou práci jsem vybrala analýzu jen některých z nich. Úplný seznam ubytovacích zařízení dle ČSÚ je možno vidět v příloze č. 2.

4.2 UBYTOVACÍ ZAŘÍZENÍ VE ZKOUMANÉ OBLASTI

Hotel Růže

Hotel Růže je jedním z hotelů společnosti Jan Hotels. Společnost Jan Hotels byla založena v roce 1994 panem Janem Horalem.

Hotel Růže se nachází přímo v centru města v prostorách bývalé jezuitské koleje ze 16. Století. Autentické klenby, stropy, fresky a malby jsou původní a velmi zachovalé. Historické prostředí navozuje příjemnou a romantickou atmosféru a je jako přímo stvořené pro ty, kteří hledají nádherné harmonické prostředí a očekávají služby na nejvyšší úrovni. Jak na svých internetových stránkách společnost Jan Hotels uvádí, Hotel Růže je jeden z nejkouzelnějších butikových²⁴ hotelů v České republice.

²⁴ butik hotel = malý útulný hotel s nízkou ubytovací kapacitou a individuálním přístupem ke klientovi

Všech 71 pokojů je zařízeno s ohledem na komfort a důraz i na ty nejmenší detaily. Host si může vybrat mezi standardním a de luxe pokojem či apartmá. Součástí hotelu je i restaurace s letní terasou, kde může host ochutnat vybrané české speciality.

Součástí hotelu je wellness centrum a konferenční prostory. Hotel nabízí velké množství balíčků a fakultativních výletů do okolí. Údaje o parkování nejsou na internetových stránkách k dispozici. Po spojení s panem Šreflem z Hotelu Růže mi bylo sděleno, že parkování přímo před hotelem bohužel není možné. Hotel ale disponuje vlastním parkovištěm hlídaným kamerovým systémem o kapacitě 24 míst vzdáleném asi 2 minuty chůzí. Pro zavazadla i osoby lze využít portýra. Cena parkoviště je 340 Kč/vůz/noc.²⁵

Hotel Leonardo

Hotel Leonardo je rozdělen do dvou budov, které se nacházejí ve stejné ulici a jsou od sebe vzdálené pouhých 50 metrů. Hotel nabízí stylové ubytování ve dvou s ohledem na svou historii citlivě zrekonstruovaných měšťanských domech pocházejících ze 16. století. V první budově nazvané Leonardo I. je umístěna centrální recepce. Interiér této budovy se skládá z hned několika architektonických stylů. Můžeme zde vidět renesanční prvky i krásné barokní schodiště. Druhá budova nazvaná Leonardo II. nabízí romantické ubytování s historickou atmosférou, kde host může relaxovat v útulné sauně.

Hotel má k dispozici 14 dvoulůžkových pokojů, 5 apartmá a 1 jednolůžkový pokoj. Každý pokoj má své sociální zázemí a je vybaven televizorem a minibarem. Součástí hotelu je i společná jídelna určená pro snídani. Nevýhodou tohoto hotelu je, že nemá vlastní parkovací prostory. Management tento nedostatek ale kompenzuje tím, že je již v ceně ubytování zahrnuto parkování na vyhrazených městských parkovištích po celou dobu pobytu.²⁶

Hotýlek u Malého Vítka

Nalezneme ho v Radniční ulici v domě, na němž jsou patrné stopy gotiky i renesance. Hosté se mohou ubytovat v jednolůžkových až čtyřlůžkových pokojích, pokojích de luxe nebo rodinných apartmánech. Tento hotel je velmi specifický a zaměřuje se především na segment rodiny s dětmi. Každý pokoj je pojmenovaný

²⁵ www.janhotels.cz

²⁶ www.leonardo.hotely-krumlov.cz

po pohádkové postavičce. Hotel disponuje dětským koutkem a nabízí různé kulturní akce, které se konají v Rytířském salónku. Hotel má pronajaté parkovací plochy v areálu pivovaru Eggenberg, kde je ale parkování zpoplatněno taxou 200 Kč/den/1 auto.²⁷

Hotel garni Myší díra

Prostory v nichž se nalézá garni hotel pochází z druhé poloviny 16. století. Objekt má charakteristickou architekturu terasovitého domu, která je typická pro budovy umístěné na vysokém skalnatém břehu údolí řeky Vltavy. Dříve býval penzionem. Svým hostům nabízí ubytování v 6ti dvoulůžkových a 4 třílůžkových pokojích. Každý pokoj má své sociální zázemí a disponuje minibarem. Penzion nabízí bohatou snídani formou bufetu. Zaparkovat je možné před hotelem nebo v oploceném dvoře za poplatek.²⁸

Penzion Anna

Jedná se o rodinný penzion s příjemnou domácí atmosférou. Penzion nabízí ubytování v 1 dvoulůžkovém pokoji a 7 apartmánech. Každý pokoj má své sociální zázemí. Součástí penzionu je i zimní zahrada s krbem. Ač se penzion nachází přímo v historickém centru města, nebude mít host starosti s parkováním. Velkou výhodou tohoto ubytovacího zařízení je, že má vlastní dvoupatrovou garáž pro 11 vozidel.²⁹

Hostel Merlin

Nachází se v centru města a nabízí ubytování ve dvou i vícelůžkových pokojích. Jedná se o typ hostelového ubytování, tedy malé jednoduše zařízené pokoje za co nejpříjemnější cenu. Sociální zázemí není přímo na pokojích, ale je umístěné v každém patře. Hostel má k dispozici 3 plně vybavené kuchyňky. Hostel má úschovnu kol a lodí. Dále disponuje čtyřmi parkovacími místy, která jsou zdarma, platí se pouze za vjezd do pěší zóny.³⁰

²⁷ www.vitekhotel.cz, www.hotel.cz

²⁸ cz.ubytovani.ceskykrumlov-info.cz

²⁹ www.pensionanna-ck.cz

³⁰ www.hostelmerlin.com

Penzion Merlin

Pro ty, kteří si nejsou jisti, zda by jim vyhovoval hostelový typ ubytování, má Merlin ještě další objekt a to Penzion Merlin. Nevýhodou je, že se nachází asi 400 metrů od centra města, za to ale ve velmi klidné uličce. Penzion Merlin je zřízený v historickém domku se dvorem. Hosté mají k dispozici plně vybavenou kuchyňku. Nabízí rovněž možnost uschovat kola, případně i loď. Penzion vlastní bezplatné ohrazené parkoviště.³¹

Sportovní hala

Areál všesportovní haly je situován na okraji centra města Český Krumlov. Sportovní hala s ubytovnou je vhodná pro vrcholový i rekreační sport. Ubytovna má kapacitu 47 míst a nabízí na objednávku i celodenní stravování. Zařízení je vhodné pro jedince i kolektiv, pro sportovní soustředění i firemní akce nebo autobusové zájezdy. Parkoviště je v areálu.³²

4.3 STATISTIKY NÁVŠTĚVNOSTI ČESKÉHO KRUMLOVA

Město Český Krumlov je dlouhodobě navštěvovaný turistický cíl České republiky. Podle některých sledovaných ukazatelů (poplatky z ubytovací kapacity, počet přenocování, vytíženost parkovišť, návštěvnost kulturních akcí) můžeme usoudit, že návštěvnost Českého Krumlova nepatrně stoupá.³³

Zvyšuje se i počet ubytovacích zařízení. Co se týče počtu lůžek, došlo podle statistiky vypracované destinačním managementem Českého Krumlova v roce 2012 oproti roku 2011 k mírnému poklesu a to o 80 lůžek na konečných 4601 lůžek. S poklesem lůžek klesly i tzv. lůžkodny³⁴. Došlo ke snížení jejich počtu o 29 200 (o 1,7 %) na celkem 1 679 365 lůžkodnů. Celkový počet přenocování v roce 2012 vzrostl na 234688 (týká se to např. hotelů, garní hotelů, ubytoven a kempů, naopak v kategorii penzionu a privátního ubytování počet přenocování klesl). Růst počtu přenocování je pro město klíčový, neboť návštěvníci zůstávající ve městě přes noc nebo na více nocí, zde zanechají obvykle větší množství finančních prostředků než jednodenní návštěvníci. V roce 2012 byly využívány opět převážně ubytovací

³¹ www.hostelmerlin.com

³² www.ckrumlov.info

³³ www.ckrumlov.info

³⁴ jedním lůžko/dnem rozumíme jedno obsazené lůžko jedním uživatelem přes jednu noc

kapacity v městské památkové zóně (159 639 přenocování, tj. 68 % z celkem 234 688 přenocování). Co se týče roční obsazenosti, celková lůžková kapacita byla v roce 2012 využita na 14 %, což je zvýšení o 0,5 % oproti roku 2011.³⁵

Plány rozvoje cestovního ruchu

Každý rok sestavuje Destinační management ČK marketingový plán s přesně stanovenými cíli (viz příloha č. 3), který má za úkol podpořit rozvoj cestovního ruchu v Českém Krumlově. Výhledově se Destinační management ČK chce zaměřit na udržení návštěvnosti a jejím efektivním rozložení během roku. Tohoto lze docílit včasnou marketingovou propagací různých produktů a kulturních akcí, zkvalitněním nabídky služeb, inovacemi a rozšířením nabídky produktů pro celou řadu segmentů a přiměřenou reakcí na nové trendy a technologie v cestovním ruchu.³⁶

4.4 SPOLUPRÁCE MĚSTA A PODNIKATELŮ

Podnikatelé mohou propagovat své zařízení pomocí města Český Krumlov. Mohou se registrovat do partnerského programu. Tato registrace není ovšem zdarma. Pokud chce podnikatel využít balíček profi, který umožňuje nejvyšší kvalitu poskytovaných služeb, zaplatí paušální poplatek 3500 Kč/měsíc. Za poplatek město na svém oficiálním informačním systému a v tištěném katalogu ubytovacích zařízení propaguje jeho ubytovací zařízení.³⁷

³⁵ www.ckrumlov.info

³⁶ www.ckrumlov.info

³⁷ www.ckrumlov.info

5. ŘEŠENÍ, VÝSLEDKY, DISKUZE

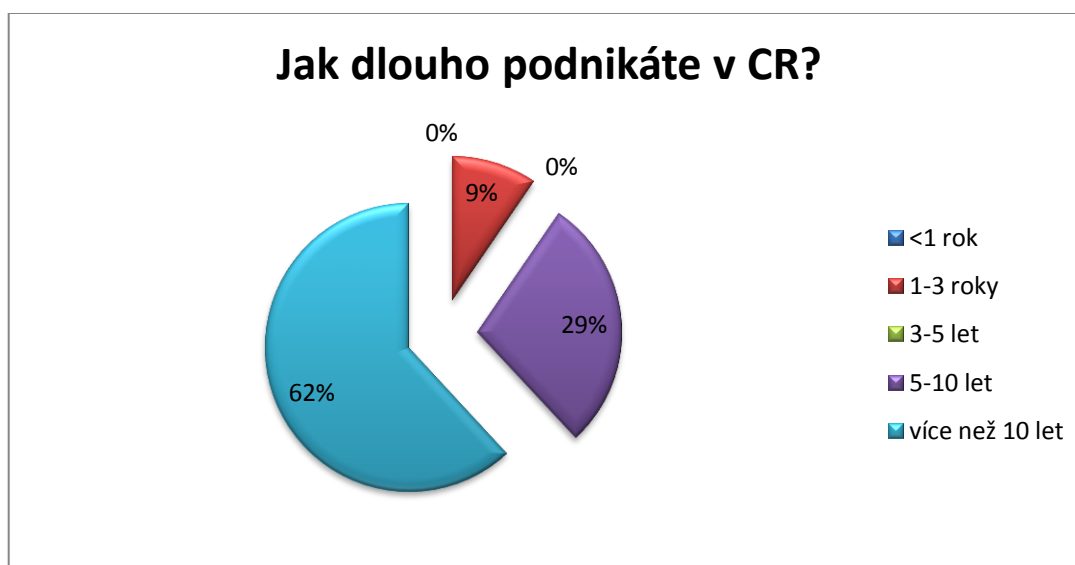
5.1 TERÉNNÍ ŠETŘENÍ

Terénnímu šetření předcházelo sestavení dotazníku, který naleznete v příloze č. 4. Zde jsou již výsledky a jejich diskuze.

Otázka č. 1: Jak dlouho podnikáte v cestovním ruchu?

V první otázce, která byla zaměřena na dobu podnikání v oblasti cestovního ruchu, jsem zjistila, že více než polovina respondentů (přesně 62 %) podniká v cestovním ruchu již více než 10 let. Z toho lze usuzovat, že podnikání v oblasti cestovního ruchu má v Českém Krumlově delší tradici a můžeme se domnívat, že podnikatelé v Českém Krumlově prosperují, neboť by jinak podnikání dávno zanechali.

Graf č. 1

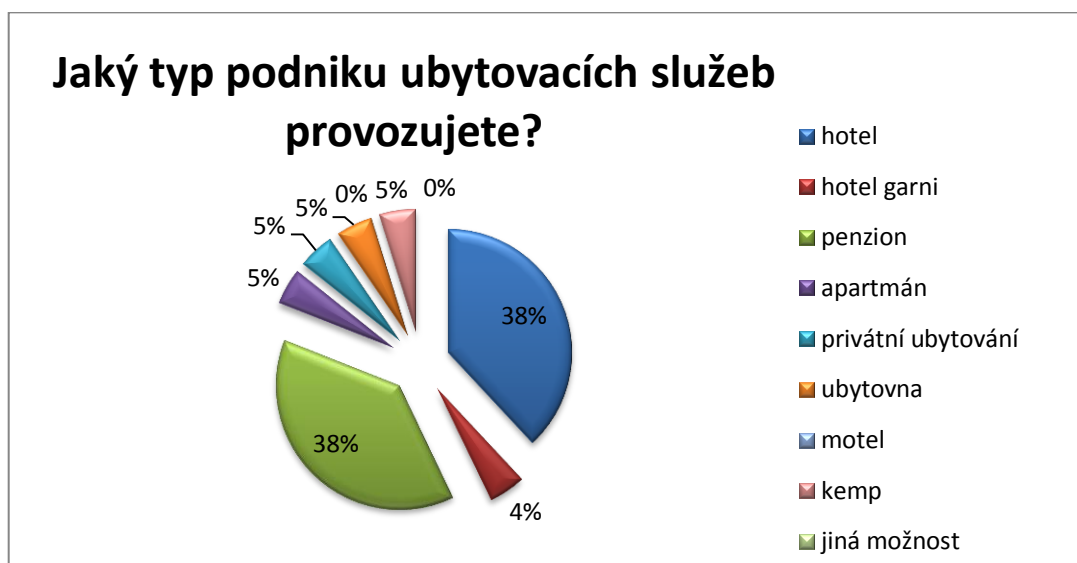


Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 2: Jaký typ ubytování nabízíte?

Jak je vidět v následujícím grafu, nejvíce zastoupenou skupinou ubytovacích zařízení jsou penziony a hotely.

Graf č. 2

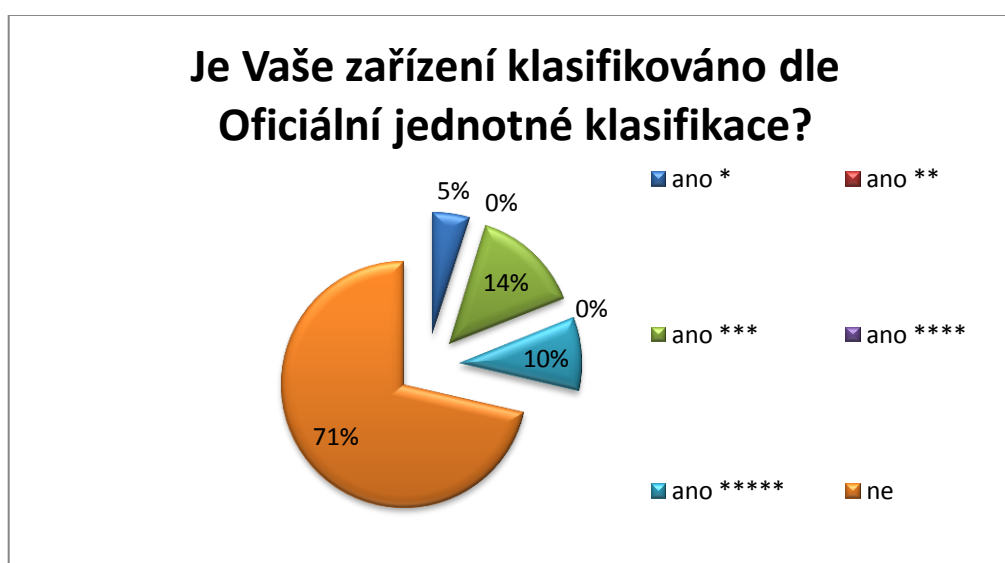


Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 3: Je Vaše zařízení klasifikováno dle Oficiální jednotné klasifikace?

71 % všech respondentů nemá své zařízení klasifikováno dle Oficiální jednotné klasifikace. Nejvíce je v Českém Krumlově klasifikováno tříhvězdičkových hotelů (celkem 14%). Dle mého názoru mohou být tyto údaje poněkud zkreslené, z důvodu špatné informovanosti personálu. Většina ubytovacích zařízení je značena určitým počtem hvězdiček, ale jen několik jich je opravdu klasifikovaných podle Oficiální jednotné klasifikace.

Graf č. 3



Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 4: Jaký je celkový počet pokojů?

Odpověď na otázku týkající se kapacity jsem zjišťovala pomocí počtu pokojů, které má ubytovací zařízení k dispozici. Z šetření vyplynulo, že nejvíce ubytovacích zařízení (téměř polovina všech dotazovaných) má pro hosty k dispozici 5 až 10 pokojů. O něco méně (29 %) ubytovacích zařízení může své hosty ubytovat ve více než jedenácti pokojích. Malých ubytovacích zařízení (do 5 pokojů) a velkých ubytovacích zařízení (nad 50 pokojů) je v Českém Krumlově zastoupeno málo (14 a 9 %). Z tohoto šetření vyplývá, že nejvíce se v Českém Krumlově vyskytují středně velká ubytovací zařízení.

Graf č. 4



Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 5: Jaký je celkový počet lůžek?

Tato otázka je taktéž zaměřena na kapacitu. Tentokrát jsem se ptala na počet lůžek, která mají daná ubytovací zařízení k dispozici. Logicky se bude odvíjet od počtu pokojů. Z šetření vyplynulo, že 43 % ubytovacích zařízení má k dispozici 11 až 30 lůžek a o něco méně (29 %) má k dispozici 31 až 50 lůžek nad 100 lůžek a naopak méně než 5 lůžek má jen 9 % a taktéž shodně po 5 % mají 5 – 10 lůžek a 51 – 100 lůžek. Z toho opět vyplývá, že v Českém Krumlově jsou nejvíce zastoupeny středně velká ubytovací zařízení.

Graf č. 5

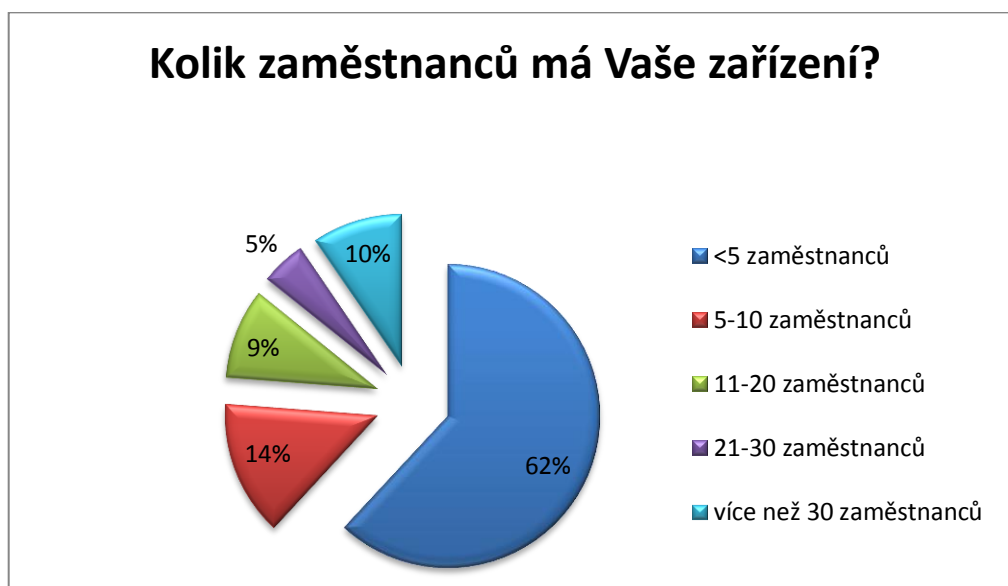


Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 6: Kolik zaměstnanců má Vaše zařízení?

Zaměstnanci jsou nezbytnou složkou každého podniku a právě v podnicích poskytujících služby hrají zaměstnanci důležitou roli. Naprostá většina dotazovaných podnikatelů (62 %) zaměstnává méně než 5 pracovníků. Toto se týká pouze těch, kteří mají pracovní smlouvu. Po započítání pracovníků zaměstnaných na dohodu o pracovní činnosti nebo dohodu o provedení práce by toto číslo bylo vyšší. Jak mi všemi podnikateli bylo souhlasně řečeno, těchto dohod konaných mimo pracovní poměr využívají hlavně v letní sezóně, kdy je nápor turistů a poptávka po ubytovacích službách nejvyšší. Co se týče komentáře dalších výsledku tak 14 % zaměstnává od 5 – 10 zaměstnanců, 9 % má 11 – 20 zaměstnanců, málo (jen 5 %) je v Českém Krumlově zaměstnáváno od 21 – 30 zaměstnanců a více než 30 zaměstnanců má jen 10 % podnikatelů.

Graf č. 6



Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 7: Zaměstnáváte některé rodinné příslušníky?

Rodinní příslušníci pracují ve 48 % dotazovaných zařízeních a jsou zaměstnáváni většinou jen v rodinných typech penzionů a v kategorii soukromého ubytování. Ve větších hotelech se tento jev nevyskytoval. Zbylých 52 % respondentů členy své rodiny nezaměstnává.

Graf č. 7



Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 8: Jaká je Vaše nejčastější klientela?

U této otázky mohou být údaje poněkud zkreslené. Podnikatelé měli uvádět pouze jednu, nejčtetnější možnost. Většina z nich váhala mezi různými možnostmi, ale když měli označit jen jednu nejvíce vyskytující se klientelu, uvedli návštěvníky z České republiky (v 57 %) i přes to, že se o Krumlovu říká „že češtinu tam uslyšíte málokdy“. Ubytovacích služeb využívají dále Asiaté (19 %) a hned za nimi Angličané (10 %), Němci (9 %) a Rusové (5 %).

Graf č. 8

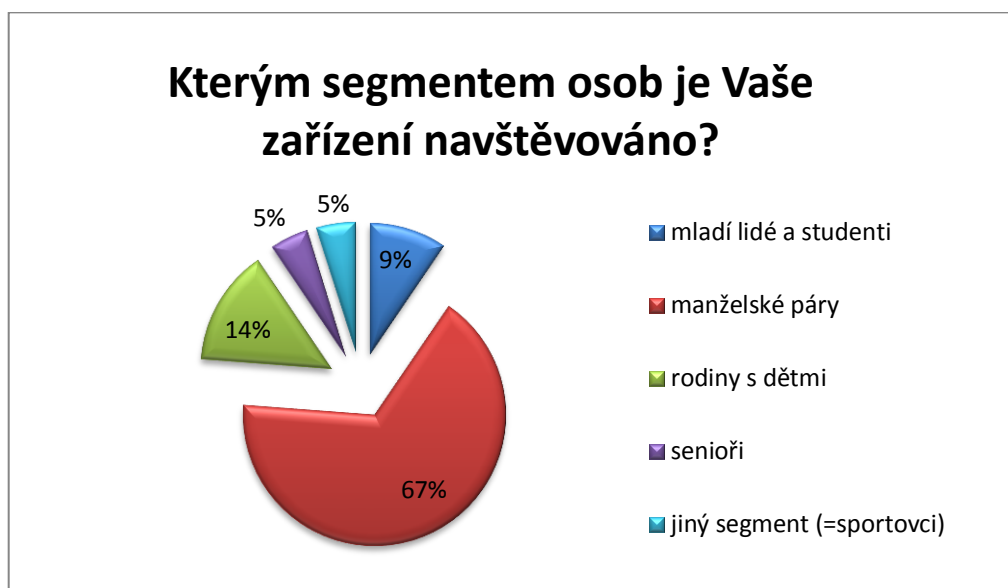


Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 9: Kterým segmentem osob je Vaše zařízení navštěvováno?

V této otázce jsem stejně jako v předchozí požadovalo o zaškrtnutí pouze jediné – nejčtetnější možnosti. I tady podnikatelé váhali. V drtivé většině však ubytovací zařízení v Českém Krumlově navštěvují manželské páry (67 %), rodiny s dětmi (14 %), mladí lidé a studenti (9 %) a nejméně (5 %) senioři a jiný segment – pokud budeme konkrétnější, jedná se o sportovce v případě Ubytovny Prosport, která se v Českém Krumlově nachází a je zaměřena právě na tento segment.

Graf č. 9

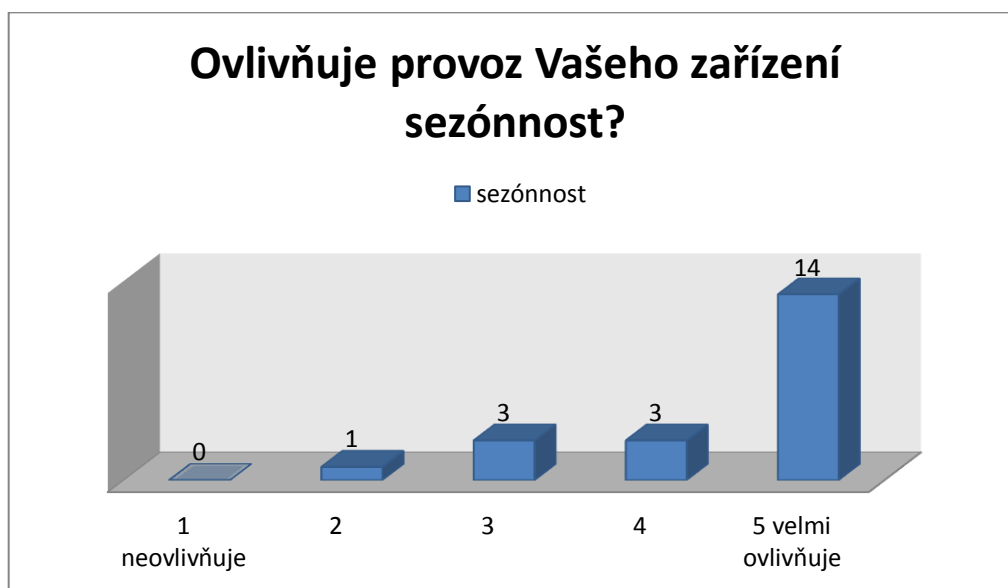


Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 10: Ovlivňuje provoz Vašeho zařízení sezónnost?

Pro tuto otázku jsem se rozhodla využít sémantického diferenciálu, jenž umožňuje zjistit i jemné rozdíly, které v postoji respondentů můžeme nalézt. Jako základ jsem vybrala dva bipolární pojmy a dotazovaného jsem se ptala, jestli s těmito pojmem výhradně souhlasí nebo se jen k nějakému přiklání. Tímto způsobem lze podle mého názoru lépe odvodit sílu postoje k dané otázce. Převážná většina všech dotazovaných (67 %) – tedy 14 respondentů odpovědělo, že je sezónnost velmi ovlivňuje, 3 odpověděli, že je ovlivňuje, 3 zůstali neutrální, 1 respondenta skoro neovlivňuje ale ani jeden vliv sezónnosti vůbec nepocíťoval.

Graf č. 10

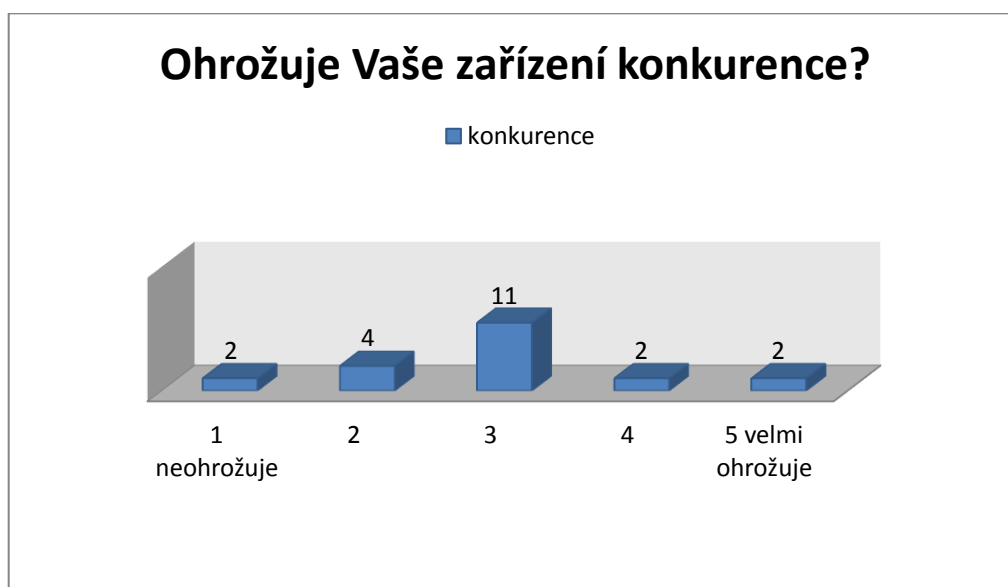


Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 11: Ohrožuje Vaše zařízení konkurence?

11 respondentů zůstalo neutrálních, z toho lze usoudit, že většina podnikatelů konkurenci nepocituje. 4 respondenty spíše neohrožuje a po 2 respondentech konkurence neohrožuje, ohrožuje a velmi ohrožuje.

Graf č. 11



Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 12: Jste spokojeni se ziskovostí a vytížeností Vašeho zařízení?

8 respondentů je spíše spokojeno, 7 je neutrálních, 3 jsou velmi spokojeni a 3 spíše nejsou – v tom může hrát roli termín mého dotazování, který byl mimo sezónu, kdy má většina podnikatelů menší zisky, žádný podnikatel není ale úplně nespokojen.

Graf č. 12



Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 13: Jak hodnotíte situaci ve městě z hlediska podnikatele?

Celkem 9 respondentů zůstalo neutrálních, jelikož v jiném městě nikdy nepodnikali a nemají proto srovnání. 6 respondentů označuje Český Krumlov jako příznivou lokalitu nakloněnou rentabilnímu podnikání a 3 respondenti ji označují dokonce jako velmi příznivou a 3 naopak spíše nepříznivou z hlediska velké konkurence.

Graf č. 13

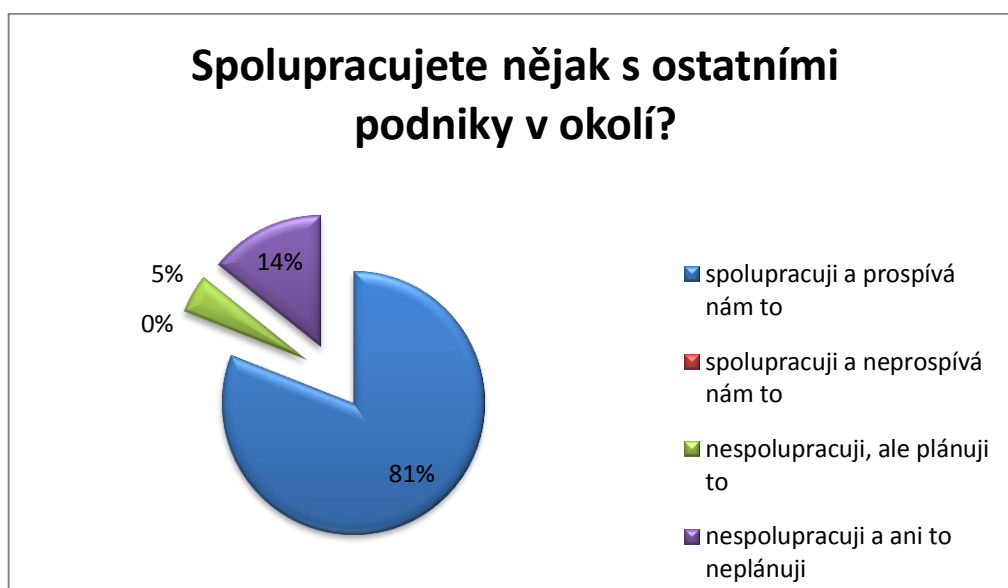


Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 14: Spolupracujete s ostatními podniky v blízkém okolí?

Většina (81 %) podniků poskytujících ubytovací služby spolupracuje s dalšími podniky v okolí a tuto spolupráci považují jako prospěšnou. Většinou spolupracují s podniky poskytujícími stravovací služby a to proto, aby svým hostům dopřáli komplexní uspokojení. 5 % respondentů s nikým nespolečně, ale v budoucnu to hodlá změnit a 14 % respondentů s nikým nespolečně a ani to neplánuje.

Graf č. 14:



Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 15: Existují nějaké zábrany v rozvoji Vašeho podnikání?

Skoro polovina (40 %) považuje nedostatek financí jako brzdu v rozvoji podnikání. Jako další omezení považují podnikatelé (27 %) prostory, zejména kvůli stavebním omezením a drahým nájům v lokalitě. Shodně (po 13 %) vidí jako omezení legislativu a orgány státní správy, ale nebyli konkrétní a 7 % uvedlo jako zábranu v rozvoji podnikání jinou možnost, konkrétně sousedské spory, které jim brání realizovat své představy o rozvoji podnikání. Např. u jednoho ubytovacího zařízení je vyostřen spor o stavbě balkonů s výhledem na sousední pozemek, kde stavbu nových balkonů považuje majitel sousedního pozemku za narušování soukromí.

Graf č. 15

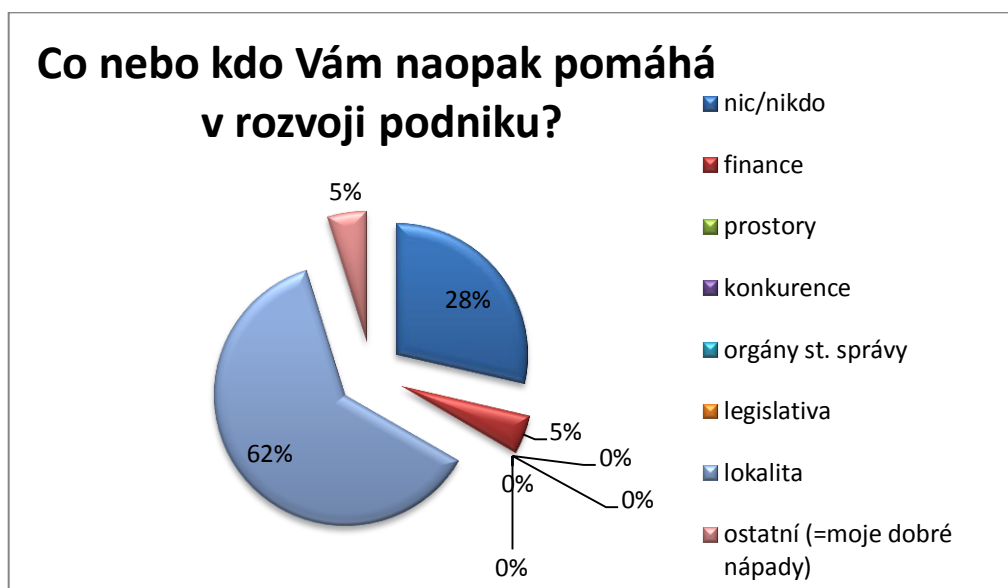


Zdroj: Vlastní šetření

Otázka č. 16: Kdo nebo co Vám naopak v rozvoji pomáhá?

Více než polovina všech podnikatelů (62 %) považují lokalitu jako klíčovou v rozvoji jejich podnikání. 28 % podnikatelů uvádí, že jim v rozvoji nic a nikdo nepomáhá. 5 % podnikatelů uvádělo, že jim v rozvoji jejich podnikání pomáhají jen peníze a 5 % uvedlo jinou možnost a to jejich dobré nápady.

Graf č. 16



Zdroj: Vlastní šetření

5.2 ŘÍZENÉ ROZHOVORY

5.2.1 Krum – Invest, a. s.

Osloven byl Ing. Svatopluk Daněk, člen představenstva akciové společnosti Krum- Invest, která je provozovatelem hotelu Leonardo. Hotel Leonardo nabízí ubytování v historickém centru města Český Krumlov.

1) Z elektronických zdrojů bylo zjištěno, že se hotel nachází ve dvou budovách, je to pravda? Ano, je to poměrně nová záležitost. Od 1.1.2013 došlo ke sloučení hotelu Leonardo s hotelem Seneca. Obě budovy se nacházejí ve stejné. Pro snazší orientaci dostal bývalý hotel Seneca nový název – Leonardo II. Centrální recepce je umístěna v budově Leonardo I.

2) Co Vám přineslo toto rozšíření?

Nyní můžeme hostům nabídnout až 20 pokojů. Pokoje č. 1 až 11 se nacházejí v hlavní budově Leonardo I. a pokoje č. 12 až 20 se nacházejí v budově Leonardo II. Nová budova navíc disponuje relaxačním místem se saunou.

3) Máte k dispozici parkovací místa pro Vaše hosty?

Vlastní parkovací místa nemáme. Obě budovy se nacházejí v pěší zóně v centru města, kde platí zákaz parkování. Do pěší zóny je hostům vjezd autem povolen jen

s platnou rezervací. Obvykle to probíhá tak, že host přijede před budovu, zastaví, vyloží si věci z auta a nechá si je na recepci. Recepční jim vystaví a oni jsou odkázáni na záchytná parkoviště P1, P2 a P3.

4) Platí hosté poplatek za parkování nebo za vjezd do pěší zóny?

Host zaplatí jen cenu za ubytování. Žádné další poplatky již po něm vyžadovány nejsou. Do pěší zóny vjede na základě potvrzené rezervace a parkovací karta je již započítaná v ceně ubytování.

5) Jaká je cena ubytování? A jak tuto cenu stanovujete?

Cena se odvíjí podle typu pokoje a období. Máme celkem pět nadstandartních pokojů, kde je cena 4000,- Kč/noc. Ubytovat se ale host může i za 1600,- Kč/noc. Cenu stanovujeme podle nákladů.

6) Řekl, jste, že se cena odvíjí podle období, myslíte tím sezónu a období mimo sezónu? Ano rozlišujeme dvě období podle návštěvnosti. V období od dubna do října + Vánoce a Nový rok považujeme za hlavní sezónu a ceny navyšujeme. Vedlejší sezóna je od listopadu do Vánoc a poté po Novém roce do března – zde jsou ceny podstatně nižší. U nadstandartního pokoje činí cenový rozdíl až 1000 Kč.

7) Jste tedy do jisté míry ovlivněni sezónností?

To každopádně.

8) Jak tento problém řešíte?

Především snižujeme ceny za nabízené pokoje a vytváříme různé zvýhodněné nabídky.

9) Jsou Vaše zařízení navštěvována více cizinci nebo občany České republiky?

Nejvíce jsou navštěvována Čechy, ale máme také hodně Němců.

10) Spolupracujete s městem?

Ano. Město například propaguje náš hotel v katalogu ubytovacích zařízení.

11) Je podle Vás spolupráce s městem intenzivní?

Celkem ano. Nestěžujeme si.

5.2.2 Destinační management Český Krumlov

Byla oslovena vedoucí Úseku cestovního ruchu Ing. Eliška Koričarová, ale rozhovor mi poskytla Ing. Lenka Nováková, která má na starosti marketing destinace.

1) Zajímá mě hlavně vztah podnikatelů a města... Spolupracujete nějakým způsobem s místními podnikateli?

S místními podnikateli spolupracujeme poměrně intenzivně.

2) Jak tato spolupráci probíhá?

Naše spolupráce probíhá zejména na bázi podpory a iniciace produktů cestovního ruchu a kulturních akcí. Při spolupráci s ubytovateli se nám osvědčil např. partnerský program k turistické kartě Český Krumlov Card³⁸, kdy host, nocující 3 a více nocí v partnerském ubytovacím zařízení obdrží tuto kartu na náklady ubytovatele jako bonus zdarma. Podnikatelé s námi často jednají prostřednictvím svého občanského sdružení: Sdružení cestovního ruchu v Českém Krumlově. S tím spolupracujeme na pořádání zajímavých akcí v mimosezóně (př. loňské Svatomartinské hodování, letošní oslavy Osvobození města, pravidelně masopust apod.).

3) Do Sdružení cestovního ruchu v Českém Krumlově jsou zapojeni jen podnikatelé poskytující ubytovací služby?

Do sdružení jsou zapojeni nejen hotely, ale i restaurace, půjčovny a další subjekty poskytující služby cestovního ruchu.

4) Máte nějaké pravidelné schůzky nebo se scházíte vždy jen, když je potřeba?

Přibližně jednou ročně (ke konci roku) se scházíme, abychom je informovali o naší dosavadní činnosti, ale i o plánech a novinkách na další rok.

5) Upozorňují často podnikatelé na této schůzce na nějaké nedostatky?

Podnikatelé samozřejmě upozorňují na některé nedostatky, týkající se často i infrastruktury CR (dopravní dostupnost, rekonstrukce autobusového nádraží, apod.), ale to jsou již záležitosti v gesci města.

6) Po zpracování výsledků terénního šetření provedeného pro účel této bakalářské práce bylo zjištěno, že velkým omezujícím faktorem při rozvoji

³⁸ Český Krumlov Card slouží jako jednotná vstupenka na zámek do tří muzeí a do Art centra Egona Schieleho, je platná 6 měsíců, umožňuje získat 50% slevu na vstupném, je přenosná

podnikání je sezónnost. Jak s tímto jevem, pro Český Krumlov očividně typickým, bojujete?

Sezónnost se snažíme eliminovat zejména takovými produkty CR, které by podpořily mimosezónu, prodloužily pobyt turistů a umožnili jim např. i opakovaný návrat do destinace. Další věcí je pořádání zajímavých akcí v mimosezóně, ale i nabídka akcí pro místní občany.

7) Jak vidíte vývoj cestovního ruchu ve městě?

Věřím, že CR se bude v následujících letech vyvíjet nanejvýš šetrně tak, aby zajistil kvalitní nabídku všech služeb jak pro občany města, tak pro turisty a nijak neomezoval běžný život ve městě.

8) Jsou ještě nějaké možnosti rozumného a pro Český Krumlov únosného zvýšení cestovního ruchu? Nebo je podle Vás již dost vysoký?

Kvalitativně je jistě co zlepšovat (nabídka služeb a infrastruktury CR, programy akcí...), kvantitativně bude dle mého názoru potřeba usměrnění. Cílem tedy není neustálé navyšování návštěvnosti, ale spíše rozumné rozložení návštěvnosti během roku, rozptýlení návštěvníků po celém městě – i na méně frekventovaná místa – např. projekt 3. meandru. Dále zajistit opakovaný návrat do města a tedy vyšší výťažnost z pobytu (tj. nabídnout dostatek kvalitních služeb a program během celého roku tak, aby měl turista důvod vrátit se, setrvat zde déle, čerpat více kvalitních služeb...)

5.2.2 Národní památkový ústav

Bylo zjištěno, že Český Krumlov spravuje odbor Národního památkového ústavu sídlící v Českých Budějovicích. Kontaktovala jsem proto ředitele tohoto odboru, pana Ing. Vlastislava Ourodu, Ph. D., **který mi na otázku, jaká jsou největší omezení podnikatelů v Českém Krumlově, sdělil:**

Pokud někdo podniká v prostředí s památkovými hodnotami (zde dokonce deklarovanými jako celosvětové), pak je všude na světě nucen respektovat určitá omezení nutná pro zachování toho, co mu vlastně přináší jedinečné výhody oproti konkurentům v jiných lokalitách. To jsou dvě strany jedné mince – proto je nutné o nich přemýšlet, aniž oddělíme jednu od druhé.

Dále uvedl, že: V naší instituci se již od roku 1999 na základě mezinárodní úmluvy provádí monitoring památek UNESCO. **A odkázal mě na své kolegy** (Arch. Michaelu Špinarovou, nebo Ing. Daniela Šnejdu, DiS.), kteří s touto činností mají největší zkušenosti

Meritum věci mi bylo naznačeno již panem ředitelem, ale pro bližší zjištění všech omezení jsem zkontaktovala pana Ing. Daniela Šnejdu, DiS., vedoucího referátu památek s mezinárodním statutem a navštívila ho v jeho kanceláři na zámku v Českém Krumlově, který mi ochotně odpověděl na všechny položené otázky.

1) Zajímá by mě vztah podnikatelů a národního památkového ústavu... O čem s vámi nejčastěji diskutujete a s jakými případy se na vás nejčastěji obrací?

Zjednodušeně jde říci, že z památkového hlediska je možno vést diskusi o jakémkoliv zásahu do prostředí chráněného území, který nepoškozuje OUV³⁹ této památky zapsané na Seznam světového dědictví. Smutnou praxí památkové péče je, že se často jedná o zásazích, které OUV poškozuje. V takovém případě se hledá únosná mez, která má minimální dopad. Podnikatelé využívají atraktivitu místa a snaží se rozvíjet své podnikání, což je pochopitelné a vítané, neboť přísun peněz se pozitivně odráží na zachování památky (investice do oprav, zachování života komunity, atd). Ovšem motivování výdělkem a svou představou ideálního využití objektu často nedokáží vnímat, že svým jednáním ohrožují podstatu toho, co činí místo výjimečným a tedy pro turisty atraktivní. Takzvaně si "zařezávají zlatou slepici".

2) Toto je velmi obecné, můžete nějak konkretizovat, jakými zásahy by podnikatelé mohli ohrozit OUV?

V případě Českého Krumlova se primárně chrání následující atributy OUV:

- a) výjimečným příkladem malého středoevropského residenčního města, které vzniklo ve středověku,
- b) dochovaná středověká urbanistická struktura a parcelace,
- c) budovy odrážejí hospodářský a kulturní význam města jako doklad jeho více jak pětisetletého vývoje,
- d) vysoce kvalitní architektonická i urbanistická forma,

³⁹ OUV = Outstanding Universal Value, tj. v překladu mimořádná universální hodnota

- e) dramatická terénní konfigurace daná řekou a přírodním rámcem okolní krajiny,
- f) vysoká míra autenticity dochovaných prvků a detailů historických staveb,
- g) nenarušený charakter vysoce pohledově se uplatňující střešní krajiny,
- h) hodnotné archeologické terény.

3) Podnikatelé uváděli jako problém absenci parkovacích míst...Bylo by z Vašeho pohledu možné vybudovat v Českém Krumlově parkoviště?

Pokud investor přijde s nápadem na podzemní garáže je jednoznačné, že budou ohroženy atributy b). d) a především h).

5.3 SYNTÉZA ZJIŠTĚNÝCH ÚDAJŮ

Český Krumlov je městem s významnou historií. Díky tomu je tato lokalita pro návštěvníky velmi atraktivní. Za základ úspěšného rozvoje turistiky považuje Tomáš Zunt, předseda občanského sektoru Českého Krumlova, dvě aspekty: „*Na začátku devadesátých let jsme se dostali na seznam UNESCO, což nám zajistilo popularitu. A také jsme za nízké ceny prodali místním lidem obecní domy v historické části města pod podmínkou, že je do tří let opraví. Byla to zajímavá nabídka, jak přijít k atraktivním nemovitostem a lidé už se sami postarali o to, aby si sehnali peníze na rekonstrukce. Díky tomu máme nyní dostatek pěkných soukromých hotelů i restaurací.*“⁴⁰ Lákadlem pro účastníky cestovního ruchu jsou právě kulturní pamětihodnosti a unikátní budovy v centru města. Dále také množství kulturních a společenských akcí konaných právě v Českém Krumlově. Město ročně investuje miliony korun do rozvoje turistiky. „*Jen kulturní odbor má rozpočet přes deset milionů korun. Platí totiž, že kde je kultura, tam jezdí turisté.*“³² K tomu, aby byly uspokojeny potřeby mnohdy náročných klientů a ti se případně do Českého Krumlova znovu navraceli, je zapotřebí mít vysoce rozvinutou infrastrukturu. Ta je zde zajišťována neustále se rozšiřujícími a zkvalitňujícími se dopravními, informačními, stravovacími a v neposlední řadě ubytovacími službami.

Ze zjištěných informací vyplývají důležité závěry, které lze rozčlenit do několika kategorií:

⁴⁰ www.idnes.cz

Vykazování statistických dat

Velkým problémem je skutečnost, že Český statistický úřad poskytuje přehled hromadných ubytovacích zařízení v Českém Krumlově, ten se však neshoduje s údaji OIS⁴¹ Českého Krumlova. Podle ČSÚ je počet ubytovacích zařízení menší než 100, podle OIS větší 200. Jak vyplynulo z terénního šetření, ani v OIS nejsou zanesena všechna data ohledně ubytovacích zařízení v Českém Krumlově a to z jednoho prostého důvodu: tato registrace je jen na bázi dobrovolného přihlášení. To znamená, že v databázi je jen takové ubytovací zařízení, které o to má zájem. Rozdílné výsledky mezi oběma databázemi lze vysvětlit nevidováním ubytovacích zařízení, které ČSÚ uvádí jako ubytování v soukromí a od roku 2002 je nesleduje. Dále byla ve statistikách zjištěna duplicita u některých zařízení (viz. Seznam ubytovacích zařízení v příloze č. 2 - pozice 31 a 65).

Počet ubytovacích zařízení

Na základě informací destinačního managementu je nezbytné, aby ve zkoumané oblasti byla zastoupena ubytovací zařízení všech kategorií a tříd. Dle získaných informací jsou nejvíce zastoupena ubytovací zařízení v kategorii penzion. Tento údaj byl potvrzen i dotazníkovým šetřením. Dalšími typy ubytovacích zařízení hojně se vyskytujících v Českém Krumlově jsou hotely, což mi bylo taktéž potvrzeno prováděným dotazníkovým šetřením. Ve zkoumané oblasti je rozvinutá nabídka ubytování v soukromí. Dle terénního šetření, které bylo provedeno minulý rok v Českém Krumlově, je jich mnohem více, než uvádí ČSÚ a OIS Český Krumlov, právě již z výše uvedeného problému dobrovolné registrace do OIS a chybějícími daty v databázích Českého statistického úřadu.

Klasifikace ubytovacích zařízení

K velkým rozporům dochází v oblasti informací o klasifikaci ubytovacích zařízení. Při analýze elektronických zdrojů Asociace hotelů a restaurací České republiky, je v Českém Krumlově oficiálně klasifikováno jen jedno zařízení a to Hotel Bellevue.⁴² Při terénním šetření, ve kterém podnikatelé odpovídali na dotaz, zda je jejich ubytovací zařízení klasifikováno dle Oficiální jednotné klasifikace necelých 30 % uvedlo, že ano.

⁴¹ OIS = oficiální informační systém

⁴² www.hotelstars.cz

Tato data jsou v hrubém rozporu s daty získanými od Asociace hotelů a restaurací, která tuto certifikaci provádí (viz kapitola 2.5.2 Kategorizace ubytovacích zařízení). Tudíž lze usoudit, že v této oblasti může docházet ke klamání spotřebitele. Ač se jedná zřejmě jen o neúmyslné klamání, je toto zjištění problematické. Důvodem je zřejmě neznalost nebo jen špatná informovanost jednotlivých podnikatelů.

Kapacita a lůžková vybavenost

I přes stoupající počet ubytovacích zařízení, dochází podle statistik vypracovaných destinačním managementem k mírnému poklesu lůžek (2012/2011) a to o 80 lůžek na konečných 4601 lůžek⁴³. S poklesem lůžek klesly i tzv. lůžkodny⁴⁴. Došlo ke snížení jejich počtu o 29 200 (o 1,7 %) na celkem 1 679 365 lůžkodnů. Celkový počet přenocování v roce 2012 vzrostl na 234688 (týká se to např. hotelů, garní hotelů, ubytoven a kempů, naopak v kategorii penzionu a privátního ubytování počet přenocování klesl). Růst počtu přenocování je pro město klíčový, neboť návštěvníci zůstávající ve městě přes noc nebo na více nocí, zde zanechají obvykle větší množství finančních prostředků než jednodenní návštěvníci. V roce 2012 byly využívány opět převážně ubytovací kapacity v městské památkové zóně (159 639 přenocování, tj. 68 % z celkem 234 688 přenocování). Co se týče roční obsazenosti, celková lůžková kapacita byla v roce 2012 využita na 14 %, což je zvýšení o 0,5 % oproti roku 2011. Z terénního šetření vyplynulo, že nejvíce zastoupenou skupinou jsou ubytovací zařízení do deseti pokojů, tedy malá zařízení. Z hlediska počtu lůžek jsou to ubytovací zařízení do 30 lůžek. Dá se tedy říci, že tato zjištění opět potvrzují vysoký počet penzionů a ubytování v soukromí.

Vybavenost parkovacími místy

Většina ubytovacích zařízení nedisponuje vlastními parkovacími místy. Je nutné je pronajímat u různých poskytovatelů, zpravidla se jedná o městské parkovací plochy či parkovací plochy blízkých firem. Nájem za parkovací plochu je nákladem ubytovacího zařízení. Podnikatelé tyto náklady kompenzují formou přírážky k ceně za poskytnuté ubytovací služby či fakturují zvlášť jako poplatek. Cenová konkurenceschopnost těchto podniků se tak nepatrně snižuje. Naopak ti, kteří mají k dispozici svá parkovací místa, toto vidí jako velkou přednost.

⁴³ www.ckrumlov.info

⁴⁴ jedním lůžko/dnem rozumíme jedno obsazené lůžko jedním uživatelem přes jednu noc

Ohrožení ze strany konkurence

Konkurencí se cítí být ohroženo jen málo podnikatelů. Mnozí podnikatelé se při tvorbě cen neorientují na konkurenci, ale své ceny stanovují nákladovou kalkulací.

Segment zákazníků

Český Krumlov se stal díky zápisu na seznam UNESCO velmi vyhledávaným turistickým cílem pro návštěvníky z celého světa. Nejčastější klientelou jsou podle průzkumů terénního šetření stále Češi. Neméně významnou skupinou je rozšiřující asijská klientela. Dále je Krumlov navštěvován Němci a anglicky mluvícími turisty. To vše má za následek zvýšené požadavky hlavně na jazykovou vybavenost personálu.

Zaměstnanci

Zaměstnanci jsou důležitou součástí každého podniku. U podniků poskytujících služby hrají zaměstnanci velkou roli. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že podnikatelé poskytující ubytovací služby zaměstnávají nejčastěji méně než 5 pracovníků. Tyto údaje mohou být do jisté míry zkreslené, jelikož se jedná jen o ty, kteří mají pracovní smlouvu. Pokud bychom započítávali i pracovníky najaté na dohody konané mimo hlavní pracovní poměr, bylo by toto číslo podstatně vyšší. Právě těchto dohod využívají podnikatelé hlavně v letní sezóně, kdy je nápor turistů a poptávka po ubytovacích službách nejvyšší. Najmutí mnohdy málo kvalifikovaného personálu přináší řadu úskalí. Nekvalifikovaní pracovníci nemohou poskytnout stejně kvalitní služby jako odborně vzdělaný a proškolený personál. Celkově se to pak může odrazit na spokojenosti hostů. Na druhou stranu je najímání brigádníků v letních měsících jedním z řešení jak zvládnout nápor turistů o sezóně.

Z terénního šetření byl vyzorován jistý trend, který souvisí se zaměstnanci. Existuje souvislost mezi velikostí ubytovacího zařízení a získáváním zaměstnanců. U převážné většiny malých ubytovacích zařízení (cca do 5 pokojů) zaměstnávají podnikatelé členy své rodiny. V tom vidím jisté pozitivní i negativní stránky. Na rodinné příslušníky je větší spoleh a podnikatelé k nim mají větší důvěru. Negativem pro podnikatele je, že může dojít k rodinným sporům.

Ziskovost provozovaného zařízení

Většina podnikatelů je s výší dosahovaného zisku relativně spokojena. Všichni podnikatelé se shodli na tom, že letní sezóna jim přináší značné zisky, kterými ale

většinou kompenzují malou výdělečnost v zimní sezóně. Přesné údaje o ziscích však nechtěli poskytovat. V období mimo sezónu se snaží přilákat účastníka cestovního ruchu především snížením cen či tvorbou výhodných balíčků.

Spolupráce města a podnikatelů

Podnikatelé, kteří mají zájem jednat s městem, mohou využít vstupu do Sdružení cestovního ruchu v Českém Krumlově. Prostřednictvím tohoto občanského sdružení pak mohou jednat s městem na pravidelných schůzkách. Spolupráce města a podnikatelů je podle zástupců města velmi intenzivní. Město se ve spolupráci angažuje tím, že iniciuje propagaci kulturních akcí a produktů cestovního ruchu a tím pomáhá i místním podnikatelům. Místní podnikatelé se mohou zapojit do partnerského programu a za měsíční poplatek 3500,- Kč⁴⁵ bude jejich podnik prezentován v tištěném katalogu ubytovacích zařízení a na internetových stránkách města.

Problém sezónnosti

Sezónnost je v Českém Krumlově všeobecně velkým omezujícím faktorem při poskytování ubytovacích služeb. Téměř ¾ dotazovaných podnikatelů uvedlo, že je efekt sezónnosti významně ovlivňuje. Mimo sezónu musejí někteří podnikatelé svá zařízení dokonce zavřít, jelikož jsou jejich provozní náklady v poměru se ziskem neúnosně vysoké. Vliv sezónnosti v Českém Krumlově potvrzují i údaje o počtu aut na městských parkovištích (viz příloha č. 5). Od listopadu do března zde tamní parkoviště (viz mapa parkovišť v příloze č. 6) zejí prázdnotou. Město (resp. Destinační management Českého Krumlova) se tento nepříznivý jev snaží řešit pořádáním zajímavých akcí v mimosezóně. Jako příklad byly uvedeny tyto akce: Svatomartinské hodování, letošní oslavy Osvobození města a pořádání masopustu. Cílem destinačního managementu je rozložit návštěvnost během roku a oslabit tak nepříznivý vliv sezónnosti.

Podnikatelské prostředí a vývoj CR ve městě

Většina podnikatelů hodnotí oblast Český Krumlov jako příznivou pro rozvoj svého podnikání. Ti, kteří oblast hodnotili jako nepříznivou, zdůvodnili toto tvrzení výskytem daleko vyšší konkurence než je tomu v jiných oblastech. Jako nedostatky ve zkoumané oblasti vidí podnikatelé často nedostatky v infrastruktuře cestovního ruchu, zejména dopravní dostupnost a časté rekonstrukce a s tím spojená jistá omezení.

⁴⁵ při využití balíčku profi – více cenových variant na www.ckrumlov.info

Destinační management se k těmto připomínkám staví kladně, uznává, že kvalitativně je jistě co zlepšovat, dodává ale, že co se týče kvantity, bude potřeba usměrnění. Cestovní ruch je podle destinačního managementu ve zkoumané oblasti již dost vysoký, jeho cílem tedy není neustále navyšování návštěvnosti, spíše rozumné rozložení návštěvnosti během roku a rozptýlení návštěvníků po celém městě. Destinační management se snaží podporovat opakovaný návrat účastníka cestovního ruchu do dané oblasti zejména nabídkou kvalitních služeb a kulturního programu během celého roku.

5.4 NÁVRHY A OPATŘENÍ

Neúplné statistiky

První problém, který byl při syntéze údajů zjištěn, byly nepřesné statistiky. ČSÚ bohužel přestal evidovat ubytování v soukromí od roku 2002, ale alespoň město by mohlo důkladněji evidovat všechna zařízení nacházející se v této oblasti. Fakt, že registrace do systému závisí jen na rozhodnutí podnikatelů provozujících ubytovací zařízení a je dobrovolná, posléze vede ke značně zkresleným statistikám vycházejících z těchto dat. Proto je třeba tento problém vyřešit. Jako řešení bych viděla sestavení týmu odborníků spadajících pod správu destinačního managementu, jenž by ověřil relevantnost dosavadních dat a za pomoci koordinovaného terénního šetření úplně zmapoval nabídku podniků poskytujících ubytovací služby. Tato data by byla jistě cenná pro další výpočty či plánované výzkumy destinačního managementu.

Klasifikace ubytovacích zařízení

Syntéza odhalila nesrovnalosti v klasifikaci ubytovacích zařízení. Ve zkoumané oblasti je jen jedno zařízení oficiálně klasifikováno. Mnoho podnikatelů však tvrdilo, že je jejich zařízení oficiálně klasifikováno, ačkoliv tomu tak nebylo. Ve zkoumané oblasti dochází tímto způsobem ke klamání spotřebitele. Proto bych navrhovala zavést klasifikaci dle Oficiální jednotné klasifikace povinně. Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky se stala součástí evropského systému Hotelstars Union, který v současné době sjednocuje klasifikační kritéria v rámci České republiky, Německa, Rakouska, Maďarska, Švýcarska, Švédska, Nizozemí, Lucemburska, Litvy, Lotyšska, Estonska a Malty.⁴⁶ Hotelstars Union zaručuje stejné parametry kvality ubytovacích služeb. Tímto návrhem by se zlepšila dle mého názoru úroveň

⁴⁶ www.hotelstars.cz

poskytovaných služeb a zároveň by host mohl mít deklarovaný standard a mohl se tak lépe orientovat v široké nabídce tamních ubytovacích zařízení. Jednotné hvězdičky usnadňují hostům orientaci a poskytují jistotu. Hosté si mohou klást stejné požadavky na zařízení v této oblasti a tím se zprůhlední celý systém.

K oficiálnímu klasifikování je třeba vyplnit žádost o certifikát⁴⁷ a zaplatit příslušný poplatek (viz následující tabulka č. 3):

Tabulka č. 3: Ceník klasifikace

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

Zdroj: AHR ČR

Klasifikace má platnost tři roky. Úskalím tohoto návrhu může být, že všechny hotelové svazy v Evropě jednohlasně odmítají jednotnou evropskou hotelovou klasifikaci kvůli nemožné proveditelnosti.⁴⁸

Kapacita a lůžková vybavenost

I přestože dochází k omezování počtu lůžek, počet přenocování se zvyšuje. Pokud jde o návštěvnost jednotlivých kategorií je snižována návštěvnost u penzionů a ubytování v soukromí. Z výše uvedených údajů vyplývá, že je efektivnější omezit počet lůžek. Celkový počet přenocování roste, ale i tak je lůžková kapacita pro Český Krumlov dostačující (v roce 2012 využita jen na 14 %). Měli bychom se zaměřit spíše na zvýšení luxusu a pohodlí, neboť hosté při svém pobytu preferují spíše luxusnější ubytování – hotel a penziony a priváty se podle statistiky musely potýkat s odlivem hostů. Vyššího pohodlí a luxusu může být například docíleno denním tiskem na pokoji, drinkem na uvítanou, belgickou čokoládou na pokoji. Účastník cestovního ruchu by při příjezdu do hotelu svým osobním vozidlem jistě uvítal službu valet parking, tj. parkování s obsluhou.

⁴⁷ formulář je k dispozici na www.hotelstars.cz

⁴⁸ www.hotelstars.cz

Vybavenost parkovacími místy

Ze syntézy údajů vyšel fakt, že většina ubytovacích zařízení nedisponuje vlastními parkovacími místy. Podnikatelé, kteří mají parkovací místa, to považují jako velkou přednost. Pro ty, kteří chtějí zvýšit svou konkurenceschopnost a disponovat vlastními parkovacími místy, bych navrhovala projekt na vytvoření podzemních garáží. Jak mi bylo řečeno zástupcem odboru národního památkového ústavu, tento návrh nebude možné realizovat. Podnikatelé provozující ubytovací zařízení nacházející se ve zkoumané oblasti jsou v tomto ohledu značně indisponováni, neboť je zkoumaná oblast od roku 1992 zapsána na seznamu UNESCO a tak pro ni platí jistá omezení. Ve zkoumané oblasti jsou chráněné jisté atributy OUV jako například: dochovaná středověká urbanistická struktura a parcelace, vysoce kvalitní architektonická i urbanistická forma a hodnotné archeologické terény, které by tímto projektem byly ohroženy.

Sezónnost

Sezónnost ovlivňuje téměř $\frac{3}{4}$ všech dotazovaných podnikatelů. Někteří z nich musejí svá zařízení zavřít, kvůli vysokým provozním nákladům a nulové ziskovosti. Problém se sezónností podle mého názoru spočívá už v samotném motivu cestování. Turisté navštěvují Český Krumlov zejména z důvodu bohatého kulturního vyžití. Festivaly a slavnosti se konají především v letních měsících. Otáčivé hlediště začíná zahajovat svůj program teprve od června a trvá jen do září. Státní hrad a zámek Český Krumlov je zpřístupněn až od dubna. A neméně přispívá i fakt, že Český Krumlov je díky své poloze oblíbenou vodáckou destinací, kterou se však stává jen v letních měsících, kdy lze tento sport či koníček provozovat. Sezónnost neovlivňuje nejen ubytovací zařízení ale i samotné město. Destinační management se tento nepříznivý jev snaží řešit pořádáním zajímavých akcí v mimosezóně. Pro efektivní rozložení návštěvnosti během roku a oslabení vlivu sezónnosti je podle mého názoru nutné uspořádat více kulturních akcí než je doposud realizováno. Český Krumlov by měl využít toho, že je to město s tak dlouhou a bohatou historií a uspořádat více aktivit souvisejících s historií hlavně mimo sezónu. Například bych navrhovala zimní prohlídky na zámku s kulturním doprovodem v dobových kostýmech. Dále to může být výstava ledových soch na náměstí. Tyto akce, pokud by byly ovšem správně propagovány, by mohly přilákat mnoho účastníků cestovního ruchu do vybrané oblasti a zlepšit tak situaci jak města, tak tamních podnikatelů.

6. ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo analyzovat infrastrukturu podniků ubytovacích služeb v oblasti Českého Krumlova a definovat možnosti jejich dalšího rozvoje. Vedlejší cíl měl podat celkový přehled o počtu podniků poskytujících ubytovací služby ve zkoumané oblasti.

Sepsání bakalářské práce předcházelo důkladné studium odborné literatury, na jehož základě byl sepsán přehled řešené problematiky. Ve zkoumaném území bylo prováděno terénní šetření, řízené rozhovory a metoda vlastního pozorování. Užitím více druhů metod při získávání dat byla minimalizována rizika použití nerelevantních dat. Pro tuto práci byly stanoveny tři hypotézy, jež byly aplikací výše uvedených metod v průběhu sepisování práce verifikovány nebo falzifikovány.

Pro tuto práci byly stanoveny následující pracovní hypotézy:

H1: Na obsazenost ubytovacích zařízení má velký vliv sezónnost.

H2: V dané oblasti využívají ubytovacích služeb více účastníci cestovního ruchu ze zahraničí.

H3: Spolupráce podnikatelů a města je velmi intenzivní.

Výsledky terénního šetření, řízených rozhovorů a analýzy zkoumaného území jednoznačně potvrdili hypotézu H1, která tvrdila, že na obsazenost ubytovacích zařízení má velký vliv sezónnost. Pro zkoumané území je velmi příznačný jev sezónnosti, který velmi negativně ovlivňuje podniky ubytovacích služeb. Jak bylo prokázáno, sezónnost je opravdu velkým omezujícím faktorem při poskytování ubytovacích služeb. Někteří podnikatelé jsou nuceni zavřít svá zařízení v důsledku neúnosně vysokých provozních nákladů v poměru k nízké mimosezónní ziskovosti jejich zařízení. Podnikatelé se proti omezené návštěvnosti mimo sezónu brání snížením cen za poskytnuté ubytovací služby, tato opatření bohužel nestačí. Město se snaží pro oba subjekty nepříjemný jev eliminovat podporou a propagací produktů cestovního ruchu mimo sezónu. Na pořádání zajímavých akcí spolupracuje se Sdružením cestovního ruchu v Českém Krumlově, do něhož jsou zapojeni i někteří podnikatelé poskytující ubytovací služby ve zkoumané

oblasti. I přes snahu města a tohoto občanského sdružení se nepodařilo přilákat do vymezené oblasti v mimosezónním období dostatečný počet účastníků cestovního ruchu, který by navýšil průměrnou roční využitou kapacitu ubytovacích zařízení.

Provedeným terénním šetřením a řízeným rozhovorem bylo zjištěno, že účastníci cestovního ruchu navštěvující podniky ubytovacích služeb jsou z velké části české národnosti. Na základě tohoto zjištění byla vyvrácena hypotéza H2, která tvrdila, že ve zkoumané oblasti využívají ubytovacích služeb více účastníci cestovního ruchu ze zahraničí. I přes falzifikaci této hypotézy, je nutné konstatovat, že z hlediska statistik se jedná o jednu z nejnavštěvovanějších oblastí v jižních Čechách a to i nemalou zahraniční klientelou. Důsledkem toho, jsou kladeny vyšší požadavky na personální zabezpečení podniků poskytujících ubytovací služby. V návaznosti na již zmiňovaný problém sezónnosti je v letních měsících podnikateli často využíváno najmutí personálu, který nemá dostatečnou jazykovou vybavenost a požadované odborné vzdělání.

Z důvodu vysoké návštěvnosti účastníky cestovního ruchu v sezónním období hrozí ve zkoumané oblasti efekt turistické pasti, kdy může cestovní ruch znehodnotit svůj vlastní potenciál a tím by mohlo dojít k omezení podnikatelských aktivit, především pak k omezení počtu podniků poskytujících ubytovací služby, ve zkoumané oblasti. Nejen z tohoto důvodu by měla být spolupráce podnikatelů poskytujících ubytovací služby a destinačního managementu na velmi vysoké úrovni. Před sepsáním této práce byla stanovena hypotéza H3, tvrdící, že spolupráce města a podnikatelů je velmi intenzivní. Tato hypotéza byla potvrzena řízeným rozhovorem. Dokladem tohoto tvrzení je množství pořádaných akcí pod záštitou Sdružení cestovního ruchu v Českém Krumlově, do něhož je zapojeno jak město, tak podnikatelé.

Při analýze infrastruktury ve zkoumané oblasti bylo zjištěno několik nedostatků. Jednalo se především o neúplné statistiky týkající se počtu ubytovacích zařízení a zkreslené údaje o oficiálním klasifikování ubytovacích zařízení nacházejících se ve zkoumané oblasti. Na oba tyto nedostatky byly ustanoveny návrhy a opatření, které by mohly sloužit nejen pro zlepšení a zdokonalení služeb ubytovacích zařízení ve zkoumané oblasti, ale i na celkové zlepšení podnikatelského prostředí ve vybrané oblasti.

Závěrem je nutné konstatovat, že podnikatelské prostředí ve zkoumané oblasti shledává většina podnikatelů jako příznivě nakloněné rozvoji jejich podnikání. Právě díky vysoké návštěvnosti této oblasti se zde koncentruje vysoký počet ubytovacích zařízení v poměru k počtu místních obyvatelů. Jako nedostatky ve zkoumané oblasti vidí podnikatelé často nedostatky v infrastruktuře cestovního ruchu, zejména dopravní dostupnost a časté rekonstrukce a s tím spojená jistá omezení. Destinační management se k těmto připomínkám staví kladně, uznává, že kvalitativně je jistě co zlepšovat, dodává ale, že co se týče kvantity, bude potřeba usměrnění. Cestovní ruch je podle destinačního managementu ve zkoumané oblasti již dost vysoký.

Cílem veškerých subjektů působících na trhu cestovního ruchu v Českém Krumlově by nemělo být neustálé navyšování návštěvnosti, spíše rozumné rozložení návštěvnosti během roku a rozptýlení návštěvníků po celém městě. Je zapotřebí vymyslet a nabízet takové produkty, které by podpořily a zajistily opakovaný návrat účastníka cestovního ruchu do dané oblasti.

7. SUMMARY

The aim of this study was to analyze the infrastructure business accommodation in Cesky Krumlov and the opportunities for their further development. Secondary objective was to give an overview of the number of enterprises providing accommodation services within the study area.

Writing a thesis preceded by a thorough study of literature, on the basis of which it was written overview of solved problems. In the examined area was carried out field research, interviews and controlled method of self-observation. By using more kinds of methods for data collection to minimize the risk of the use of irrelevant data. For this work were presented three hypotheses that were processed by the methods described above during the drafting work verified or falsified.

For this work were determined following working hypotheses:

H1: The availability accommodation has a large influence seasonality.

H2: In the field of use of accommodation services more participants tourism from abroad.

H3: entrepreneurs, and the city is very intense.

The results of field surveys, structured interviews and analysis of the area under study clearly confirmed the hypothesis H1, which claimed that the availability of accommodation facilities has great influence seasonality. To investigate the phenomenon is very typical seasonality that affects very negatively businesses accommodation. As shown seasonality is really big limiting factor in the provision of accommodation services. Some entrepreneurs are forced to close their facilities due to prohibitively high operating costs relative to the low-season the profitability of their facilities. Entrepreneurs are limited to off-seasons prevented by lowering the price for the accommodation services, these measures are unfortunately not enough. The city is trying to both entities unpleasant phenomenon eliminate the support and promotion of tourism products off season. To organize interesting events with the association of tourism in the Czech Krumlov in which they are involved and some entrepreneurs

providing accommodation services within the study area. Despite the efforts of the city and the civic association has failed to attract the designated area in the off-season period sufficient number of tourists, which increased by an average annual utilization capacity of accommodation facilities.

Carried out field research and controlled interview revealed that participants attending tourism accommodation businesses are largely Czech nationality. Based on this finding was refuted hypothesis H2, which claimed that within the study area using accommodation services more participants tourism from abroad. Despite falsify this hypothesis, it must be noted that in terms of statistics, it is one of the most visited areas in southern Bohemia and in major international clients. As a result of the higher requirements for staffing companies providing accommodation services. Following the above mentioned problem of seasonality in the summer months entrepreneurs often used to hire staff who lack the language skills and the required professional education.

Due to the high traffic of tourists in the seasonal period of risk in the study area effect tourist traps, where tourism can devalue their own potential and that could lead to restrictions on business activities, especially to limit the number of companies providing accommodation services within the study area. Not only for this reason should be cooperation between entrepreneurs providing accommodation and destination management services at a very high level. Before drafting of this work was established hypothesis H3, claiming that cooperation between the city and the business is very intense. This hypothesis was confirmed by controlled interview. The proof of this statement is the number of events held under the auspices of the Association of Tourism in the Czech Krumlov, which is involved in both the city and entrepreneurs.

When analyzing the infrastructure within the study area was found several shortcomings. These were mainly incomplete statistics regarding the number of accommodation facilities and distorted information about the official classification of accommodation facilities, located within the study area. On both of these shortcomings have been established proposals and measures that could serve not only to improve and improve the services of accommodation establishments in the study area, but also on the overall improvement of the business environment in the selected area.

Finally, it is clear that the business environment in the study area finds most entrepreneurs as favorable to the development of their business. Thanks to this high

traffic areas are concentrated a large number of accommodation facilities in proportion to the number of local residents. As weaknesses in the study area sees entrepreneurs often gaps in tourism infrastructure, especially transportation and part of the reconstruction and the associated limitations. Destination management of these comments are positive, recognizing that quality is certainly room for improvement, but adds that in terms of quantity, it will be necessary to regulate. Tourism is according to destination management in the study area is already very high.

The purpose of all operators in the tourism market in the Czech Krumlov should not be constantly increasing traffic, more rational distribution of traffic during the year and dispersal of visitors throughout the city. It is necessary to devise and provide products to support and ensure the return repeated a tourist to the area.

8. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

ASOCIACE HOTELŮ A RESTAURACÍ ČR [online]. 2013 [cit. 2013-04-15].
Přístup ke zdroji: <<http://www.ahrcr.cz/cz/clenove>>

ATTL, P., NEJDL, K. *Turismus I*. Praha: Vysoká škola hotelová, 2004, 178 s. ISBN 80-865-7837-2.

BERÁNEK, J., KOTEK P. *Řízení hotelového provozu*. Praha: MAG Consulting, 2007. ISBN 978-80-247-2430-0.

BERÁNEK, J., KOTEK, P. *Řízení hotelového provozu*. Praha: Grada, 1996. 143 s. ISBN 80-716-9400-2.

Českokrumlovský rozvojový fond *Plán činnosti na rok 2013* [online]. 2012 [cit. 2013-04-08]. Přístup ke zdroji: <<http://data.ckrumlov.cz/files/4156-marketingovy-plan-2013.pdf>>

ČESKÝ KRUM LOVE, s. r. o. Ubytování [online]. 2011 [cit. 2013-04-07]. Přístup ke zdroji: <<http://cz.ubytovani.ceskykrumlov-info.cz/ubytovani-cesky-krumlov/hotel-mysi-dira-15/>>

ČSÚ *Hromadná ubytovací zařízení České republiky k 11.3.2013 (ZUJ 545392)* [online]. 2013 [cit. 2013-04-02]. Přístup ke zdroji: <<http://www.czso.cz/lexikon/uz.nsf/uz?openform&:545392>>

ČSÚ *Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie v krajích k 31.12.2012 (CRU6170PU_KR)* [online]. 2012 [cit. 2013-04-02]. Přístup ke zdroji: <http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?voa=tabulka&cislotab=CRU6170PU_KR&q_rezim=1&vo=null&q_text=&kapitola_id=39>

ČSÚ *Počet obyvatel v obcích k 1.1.2012* [online]. 2012 [cit. 2013-04-02]. Přístup ke zdroji: <http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/publ/1301-12-r_2012>

GÚČIK, M. *Základy cestovního ruchu*. Banská Bystrica: UMB, 2000. ISBN 80-8055-355-6.

HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2011, 216 s. ISBN 978-80-7373-107-6.

HLADKÁ, J. *Technika cestovního ruchu*. Praha: Grada, 1997. 161 s. ISBN 80-716-9476-2

HORNER, S., SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003, 486 s. ISBN 80-247-0202-9.

HOTEL.CZ [online]. 2013 [cit. 2013-04-07]. Přístup ke zdroji: <<http://hotelvitek.hotel.cz/>>

HOTELSTARS UNION [online]. 2013 [cit. 2013-04-19]. Přístup ke zdroji: <<http://www.hotelstars.cz/casto-kladene-otazky>>

HOTELSTARS UNION [online]. 2013 [cit. 2013-04-19]. Přístup ke zdroji: <<http://www.hotelstars.cz/cenik-klasifikace>>

INDROVÁ, J. a kol. *Cestovní ruch I*. Praha: Vysoká škola ekonomická, Oeconomica, 2004. 114 s. ISBN 80-245-0799-4.

JAKUBÍKOVÁ, D., JEŽEK J., PAVLÁK, M. *Cestovní ruch*. Plzeň: Západočeská univerzita, 1995, 281 s. ISBN 80-708-2185-X.

KASPAR, C. *Základy cestovního ruchu*. Přeloženo ze 4. vydání Die Tourismuslehre im Grudriss. Banská Bystrica: UMB, 1995. ISBN 80-901166-5-5.

KIRÁL'OVA, A. *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress, 2003. 173 s. ISBN 80-86119-56-4.

KOTLER, P., GARY, A. *Marketing*. Praha: Grada, 2004, 855 s. ISBN 978-80-247-0513-2.

KOTLER, P., KELLER, L. K. *Marketing management*. Praha: Grada, 2007. 788 s. ISBN 978-80-247-1359-5.

KŘÍŽEK, F., NEUFUS, J. *Moderní hotelový management*. Praha: Grada, 2011, 195 s. ISBN 978-80-247-3868-0.

LEGIERSKÁ, Y. *Statistika v cestovním ruchu*, Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2007, 53 s. Přístup ke zdroji: <<http://www.mmr.cz/getmedia/d99c234e-7624-4a22-9638-7688dd1040e8/Statistika-v-cestovnim-ruchu.pdf>>

LIŠKA, J. *Podnikatelská činnost ve společném stravování a hotelnictví*. Brno, 1995, 83 s. ISBN 80-210-1238-2.

M'PLAN, *Jihočeský kraj: Památky*. Přimda: M'PLAN, 2006. 20 s. ISBN 80-86306-53-4.

MALÁ, V. *Cestovní ruch: (vybrané kapitoly)*. Praha: Vysoká škola ekonomická, 1999. 83 s. ISBN 80-707-9443-7.

METZ, R., GRÜNER H., KESSLER, T. *Restaurace a host: základní odborné vědomosti: restaurace, hotel, kuchyně*. Praha: Europa-Sobotáles, 2008. 606 s. ISBN 978-80-86706-18-4.

MF DNES, MACHÁČEK, D., *Značka UNESCO sama turisty nezajistí* [online]. 2002 [cit. 2013-04-09]. Přístup ke zdroji: <<http://cestovani.idnes.cz/znacka-unesco-sama-turisty-nezajisti-d80-/po-cesku.aspx?c=2002M244A03A>>

MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR *Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení České republiky 2013-2015* [online]. 2013 [cit. 2013-04-15]. Přístup ke zdroji: <www.hotelstars.cz/?do=methodology>

MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ *Vyhláška č. 137/1998 Sb., o obecných technických požadavcích na výstavbu* [online]. 1998 [cit. 2013-04-15]. Přístup ke zdroji: <<http://www.pravnik.cz/uplna-zneni/uz-371.html>>

NĚMČANSKÝ, M. *Management cestovního ruchu*. Karviná, 1995, 226 s. ISBN 80-85879-18-2.

Oficiální informační systém Český Krumlov [online]. 2013 [cit. 2013-04-10]. Přístup ke zdroji: <<http://business.ckrumlov.info/docs/cz/kpr976.xml>>

Oficiální informační systém Český Krumlov [online]. 2013 [cit. 2013-04-03]. Přístup ke zdroji: <http://www.encyklopedie.ckrumlov.cz/docs/cz/mesto_histor_himeck.xml>

Oficiální informační systém Český Krumlov [online]. 2013 [cit. 2013-04-03]. Přístup ke zdroji: <http://obcan.ckrumlov.info/docs/cz/unesco_zapis.xml>

Oficiální informační systém Český Krumlov [online]. 2013 [cit. 2013-04-03]. Přístup ke zdroji: <<http://www.ckrumlov.info/docs/cz/kpr1045.xml>>

Oficiální informační systém Český Krumlov [online]. 2013 [cit. 2013-04-04]. Přístup ke zdroji: <<http://www.ckrumlov.info/docs/cz/atr176.xml>>

Oficiální informační systém Český Krumlov [online]. 2013 [cit. 2013-04-04]. Přístup ke zdroji: <<http://www.ckrumlov.info/php/katalog/atr/select.php?&root=1>>

Oficiální informační systém Český Krumlov [online]. 2013 [cit. 2013-04-07]. Přístup ke zdroji: <<http://www.ckrumlov.info/docs/cz/kpr56.xml>>

Oficiální informační systém Český Krumlov [online]. 2013 [cit. 2013-04-07]. Přístup ke zdroji: <http://mapy.ckrumlov.cz/tms/nosync/mp_grafy/mp_parkovani.pdf>

Oficiální informační systém Český Krumlov [online]. 2013 [cit. 2013-04-07]. Přístup ke zdroji: <<http://www.ckrumlov.info/docs/cz/parking006.xml>>

Oficiální informační systém Český Krumlov *Celkový počet ubytovacích zařízení ve městě Český Krumlov k 31.12.2012* [online]. 2012 [cit. 2013-04-08]. Přístup ke zdroji: <http://mapy.ckrumlov.cz/tms/nosync/mp_grafy/mp_ubytovani.pdf>

Oficiální informační systém Český Krumlov *Mapy ČK* [online]. 2013 [cit. 2013-04-08]. Přístup ke zdroji: <http://mapy.ckrumlov.cz/tms/obcan_a/index_print.php#c=-769313%252C-1182358&z=0&l=zm,oba_tv,oba_mc,pop&p=&>

Oficiální informační systém Český Krumlov *Statistické údaje ubytovacích zařízení ve městě Český Krumlov k 31.12.2012* [online]. 2012 [cit. 2013-04-05]. Přístup ke zdroji: <http://mapy.ckrumlov.cz/tms/nosync/mp_grafy/mp_ubytovani.pdf>

Oficiální informační systém Český Krumlov *Výroční zpráva destinačního managementu 2011* [online]. 2011 [cit. 2013-04-08]. Přístup ke zdroji: <<http://data.ckrumlov.cz/files/4242-statistika-navstevnosti-za-rok-2012.pdf>>

Oficiální stránky Hostelu Merlin [online]. 2009 [cit. 2013-04-07]. Přístup ke zdroji: <<http://www.hostelmerlin.com/cs/web/hostel-merlin>>

Oficiální stránky Hostelu Merlin [online]. 2009 [cit. 2013-04-07]. Přístup ke zdroji: <<http://www.hostelmerlin.com/cs/web/penzion-merlin>>

Oficiální stránky hotelu Leonardo [online]. 2013 [cit. 2013-04-07]. Přístup ke zdroji: <<http://www.leonardo.hotely-krumlov.cz/>>

Oficiální stránky Hotelu Růže [online]. 2013 [cit. 2013-04-07]. Přístup ke zdroji: <<http://www.janhotels.cz/hotel-ruze-cesky-krumlov>>

Oficiální stránky Hotelu u Malého Vítka [online]. 2013 [cit. 2013-04-07]. Přístup ke zdroji: <<http://www.vitekhotel.cz/>>

Oficiální stránky Pensionu Anna [online]. 2013 [cit. 2013-04-07]. Přístup ke zdroji: <<http://www.pensionanna-ck.cz/>>

OGILVIE, F.W., *The Tourist Movement: An economic study*. London: P. S. King & Son, Ltd., 1933. 228 p.

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

PAYNE, A. *Marketing služeb*. Praha: Grada, 1996, 247 s. ISBN 80-716-9276-X.

POŠTOLKOVÁ, L. *Český Krumlov* [online]. 2013 [cit. 2013-04-02]. Přístup ke zdroji: <<http://tema.novinky.cz/cesky-krumlov>>

REMENEK, F. Nejnavštěvovanější turistické cíle v Česku [online]. 2008 [cit. 2013-04-03]. Přístup ke zdroji: <<http://www.czechtourism.cz/tiskove-zpravy/nejnavsteovanejsi-turisticke-cile-v-cesku-2008.html>>

RYGLOVÁ, K. *Cestovníruch: učebnítexty pro studenty BA (Hons) in Business Management a studenty PEF MZLU v Brně*. Brno: Brno International Business School, 2003, 67 s. ISBN 80-865-7592-6.

SČTIKAR, J. a kol. *Psychologie ve své teorii práce*. Praha: Karolinum, 2003, 461 p. ISBN 80-246-0448-5.

ZIMÁKOVÁ, B. *Food a Beverage Management*. Praha: Vysoká škola hotelová, 2007. 146 s. ISBN 978-80-86578-74-3.

9. PŘEHLED POUŽITÝCH ZKRATEK

AHR ČR	Asociace hotelů a restaurací České republiky
AIEST	Association Internationale d'Experts Scientifique du Tourisme (Mezinárodní sdružení vědeckých pracovníků cestovního ruchu)
CR	Cestovní ruch
ČR	Česká republika
ČGF	Česká golfová federace
ČK	Český Krumlov
ČKRF	Českokrumlovský rozvojový fond
ČSÚ	Český statistický úřad
MMR ČR	Ministerstvo pro místní rozvoj
OUV	Outstanding Universal Value (Mimořádná univerzální hodnota)
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Organizace OSN pro výchovu, vědu a kulturu)
UNWTO	United Nations World Tourism Organisation (Světová organizace cestovního ruchu)

10. SEZNAM SCHÉMAT, OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ

10.1 SEZNAM SCHÉMAT

Schéma č. 1: Struktura systému cestovního ruchu podle Kaspara

Schéma č. 2: Vztah nabídky a poptávky na trhu

Schéma č. 3: Maslowova hierarchie potřeb

Schéma č. 4: Pyramida potřeb CR

Schéma č. 5: Specifické znaky služeb cestovního ruchu

Schéma č. 6: Druhové členění služeb

Schéma č. 7 Požadavky na poskytované služby

Schéma č. 8: Organizační členění středně velkého zařízení

10.2 SEZNAM TABULEK

Tabulka č. 1: Ubytovací zařízení v Českém Krumlově k 11.3.2013

Tabulka č. 2: Počet ubytovacích zařízení ve vybraných oblastech k 31.12.2011

Tabulka č. 3: Ceník klasifikace

10.3. SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. č. 1: Ubytovací zařízení v Českém Krumlově k 31.12.2012

10.4 SEZNAM GRAFŮ

Graf č. 1: Jak dlouho podnikáte v cestovním ruchu?

Graf č. 2: Jaký typ ubytování nabízíte?

Graf č. 3: Je Vaše zařízení klasifikováno dle Oficiální jednotné klasifikace?

Graf č. 4: Jaký je celkový počet pokojů?

Graf č. 5: Jaký je celkový počet lůžek?

Graf č. 6: Kolik zaměstnanců má Vaše zařízení?

Graf č. 7: Zaměstnáváte některé rodinné příslušníky?

Graf č. 8: Jaká je Vaše nejčastější klientela?

Graf č. 9: Kterým segmentem osob je Vaše zařízení navštěvováno?

Graf č. 10: Ovlivňuje provoz Vašeho zařízení sezónnost?

Graf č. 11: Ohrožuje Vaše zařízení konkurence?

Graf č. 12: Jste spokojeni se ziskovostí a vytížeností Vašeho zařízení?

Graf č. 13: Jak hodnotíte situaci ve městě z hlediska podnikatele?

Graf č. 14: Spolupracujete s ostatními podniky v blízkém okolí?

Graf č. 15: Existují nějaké zábrany v rozvoji Vašeho podnikání?

Graf č. 16: Kdo nebo co Vám naopak v rozvoji pomáhá?

11. SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: Mapa vymežující město Český Krumlov

Příloha č. 2: Seznam ubytovacích zařízení v Českém Krumlově

Příloha č. 3: Marketingový plán destinačního managementu Českého Krumlova

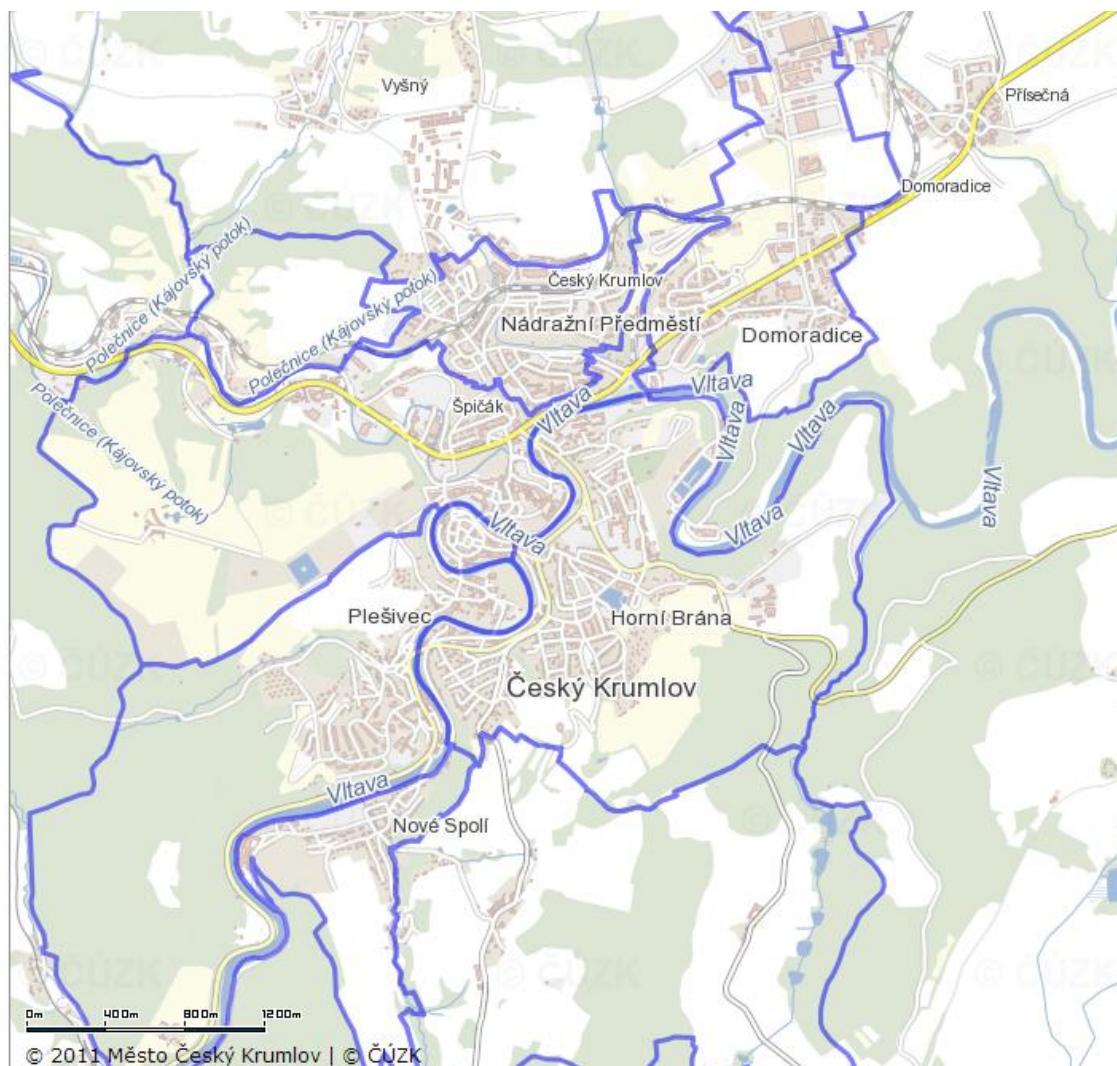
Příloha č. 4: Dotazník pro podnikatele

Příloha č. 5: Přehled o počtu dopravních prostředků na městských parkovištích

Příloha č. 6: Mapa parkovacího systému města Český Krumlov

12. PŘÍLOHY

Příloha č. 1: Mapa vymezuující Český Krumlov



Zdroj: OIS Český Krumlov

Příloha č. 2: Seznam ubytovacích zařízení v Českém Krumlově

Číslo	Název	Adresa	Kategorie	Sezónní provoz	Počet pokojů	Počet míst pro stany a karavany
1	HOTEL RŮŽE	Český Krumlov, Vnitřní Město, Horní 154	Hotel *****	celoroční provoz	51 až 100	žádné
2	HOTEL GOLD	Český Krumlov, Plešivec, Linecká 55	Hotel ****	celoroční provoz	11 až 50	žádné
3	HOTEL ZLATÝ ANDĚL	Český Krumlov, Vnitřní Město, náměstí Svornosti 11	Hotel ****	celoroční provoz	11 až 50	žádné
4	HOTEL THE OLD INN	Český Krumlov, Vnitřní Město, náměstí Svornosti 12,14	Hotel ****	celoroční provoz	51 až 100	žádné
5	HOTEL MLÝN	Český Krumlov, Vnitřní Město, Parkán 120	Hotel ****	celoroční provoz	11 až 50	žádné
6	HOTEL DVORÁK	Český Krumlov, Vnitřní Město, Radniční 101	Hotel ****	celoroční provoz	11 až 50	žádné
7	HOTEL BELLEVUE (U MĚSTA VÍDNĚ)	Český Krumlov, Latrán, Latrán 77	Hotel ****	celoroční provoz	51 až 100	žádné
8	GRAND HOTEL	Český Krumlov, Vnitřní Město, náměstí Svornosti 3	Hotel ***	celoroční provoz	11 až 50	žádné
9	HOTEL ARCADIE	Český Krumlov, Vnitřní Město, Horní 148	Hotel ***	celoroční provoz	10 a méně	žádné
10	HOTEL SENECA	Český Krumlov, Vnitřní Město, Soukenická 41	Hotel ***	celoroční provoz	10 a méně	žádné
11	HOTEL VLTAVA	Český Krumlov, Horní Brána, Kaplická 448	Hotel ***	celoroční provoz	11 až 50	žádné
12	HOTÝLEK A HOSPODA U MALÉHO VÍTKA	Český Krumlov, Vnitřní Město, Radniční 27	Hotel ***	celoroční provoz	11 až 50	žádné
13	HOTEL LEONARDO	Český Krumlov, Vnitřní Město, Soukenická 33	Hotel ***	celoroční provoz	11 až 50	žádné
14	HOTEL BARBORA	Český Krumlov, Vnitřní Město, Široká 89	Hotel ***	celoroční provoz	11 až 50	žádné
15	HOTEL GARNI RAJSKÝ	Český Krumlov, Horní Brána, Nad Nemocnicí 430	Hotel garni	celoroční provoz	11 až 50	žádné
16	GARNI HOTEL ROMANTICK	Český Krumlov, Plešivec, U Zelené ratolesti 232	Hotel garni	celoroční provoz	10 a méně	žádné
17	HOTEL GARNI MYŠÍ DÍRA	Český Krumlov, Horní Brána, Rooseveltova 28	Hotel garni	celoroční provoz	11 až 50	žádné
18	HOTEL VILLA CONTI	Český Krumlov, Latrán, Nové Město 25	Hotel garni	letní provoz	10 a méně	žádné
19	PENSION NA LOUŽI	Český Krumlov, Vnitřní Město, Kájovská 66	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
20	PENSION KATKA	Český Krumlov, Plešivec, Linecká 51	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
21	PENSION ANNA	Český Krumlov, Horní Brána, Rooseveltova 41	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
22	HOTEL KONVICE	Český Krumlov, Vnitřní Město, Horní 144	Penzion	letní provoz	11 až 50	žádné

23	PENSION U GALERIE	Český Krumlov, Plešivec, Rybářská 40	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
24	PENSION NIKA	Český Krumlov, Horní Brána, Sředová 488	Penzion	letní i zimní provoz	10 a méně	žádné
25	PENSION GERTA	Český Krumlov, Horní Brána, Sředová 487	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
26	PENZION FALKO	Český Krumlov, Horní Brána, Rooseveltova 152	Penzion	letní provoz	10 a méně	žádné
27	R PENZION	Český Krumlov, Horní Brána, Sředová 489	Penzion	letní provoz	10 a méně	žádné
28	PENZION GLOBUS FLEISCHMANNOVÁ	Český Krumlov, Domoradice, Za Plevnem 129	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
29	PENSION LANDAUER	Český Krumlov, Horní Brána, Rooseveltova 32	Penzion	celoroční provoz	11 až 50	žádné
30	PENSION U MATEŠA	Český Krumlov, Plešivec, Rybářská 23	Penzion	celoroční provoz	11 až 50	žádné
31	PENSION ROSA	Český Krumlov, Plešivec, Linecká 54	Penzion	celoroční provoz	11 až 50	žádné
32	PENSION BARBAKÁN	Český Krumlov, Horní Brána, Kaplická 26	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
33	PENZION BELÁRIE	Český Krumlov, Vnitřní Město, Dlouhá 96	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
34	HOTEL-RESTAURACE ŠVAMBERSKÝ DŮM	Český Krumlov, Vnitřní Město, Soukenická 35	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
35	PENSION NA KOVÁRNĚ	Český Krumlov, Horní Brána, Kaplická 25	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
36	PENSION VODOTRYSK	Český Krumlov, Latrán, Chvalšinská 214	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
37	PENSION POD SKALKOU	Český Krumlov, Horní Brána, Pod Skalkou 536	Penzion	celoroční provoz	11 až 50	žádné
38	PENSION TEDDY	Český Krumlov, Horní Brána, Rooseveltova 38	Penzion	letní provoz	10 a méně	žádné
39	PENZION NA OSTROVĚ	Český Krumlov, Vnitřní Město, Na Ostrově 171	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
40	PENZION POD RADNICÍ	Český Krumlov, Vnitřní Město, Radniční 26	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
41	PENZION MAŠTAL	Český Krumlov, Vnitřní Město, náměstí Svornosti 2	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
42	PENZION KRUMLOV	Český Krumlov, Horní Brána, Stinná 620	Penzion	celoroční provoz	11 až 50	žádné
43	PENZION FESTON	Český Krumlov, Horní Brána, Sředová 482	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
44	PENZION JAN	Český Krumlov, Horní Brána, Pod Vyhlídkou 232	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
45	PENZION POD HRÁZÍ	Český Krumlov, Horní Brána, Pod Hrází 576	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
46	PENSION MAATE	Český Krumlov, Horní Brána, Kaplická 184	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
47	PENSION GALKO	Český Krumlov, Vnitřní Město, Široká 53	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné

48	PENSION VLTAVA	Český Krumlov, Vnitřní Město, Kájovská 62	Penzion	letní provoz	10 a méně	žádné
49	PENSION ADALBERT	Český Krumlov, Vnitřní Město, Masná 136	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
50	PENZION GARDENA	Český Krumlov, Horní Brána, Kaplická 21	Penzion	celoroční provoz	11 až 50	žádné
51	HOTEL ZEUS	Český Krumlov, Latrán, Chvalšinská 247	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
52	PENZION POHODA	Český Krumlov, Nádražní Předměstí, Vyšehradská 253	Penzion	celoroční provoz	11 až 50	žádné
53	PENZION ONYX	Český Krumlov, Nádražní Předměstí, Na Svahu 172	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
54	PENZION AMADEUS	Český Krumlov, Horní Brána, Po Vodě 283	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
55	PENSION LOBO	Český Krumlov, Latrán, Latrán 73	Penzion	letní provoz	10 a méně	žádné
56	PENSION VYŠEHRAĐ	Český Krumlov, Nádražní Předměstí, Vyšehrad 243	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
57	PENZION SVATÝ HUBERTUS	Český Krumlov, Plešivec, Plešivecké náměstí 95	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
58	PENZION LAURA	Český Krumlov, Horní Brána, Na Vyhliďce 361	Penzion	letní provoz	10 a méně	žádné
59	THALLERŮV DŮM	Český Krumlov, Vnitřní Město, Masná 129	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
60	PENZION U HAMRU	Český Krumlov, Latrán, Chvalšinská 210	Penzion	celoroční provoz	11 až 50	žádné
61	PENZION TILIA	Český Krumlov, Horní Brána, Křížová 82	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
62	PENZION PANORAMA	Český Krumlov, Horní Brána, Do Vrchu 365	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
63	PENZION KÖLBL	Český Krumlov, Plešivec, Dělnická 148	Penzion	letní provoz	10 a méně	žádné
64	PENZION SLADOVÁ HANA	Český Krumlov, Vnitřní Město, Parkán 125	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
65	PENSION ROSA	Český Krumlov, Plešivec, Linecká 52	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
66	AUGUSTÍN JIŘÍ - UBYTOVÁNÍ	Český Krumlov, Nové Spolí,	Kemp	letní provoz	10 a méně	101 a více
67	ZVONÁŘ JAROSLAV	Český Krumlov, Plešivec, 347	Kemp	letní provoz	10 a méně	10 a méně
68	UBYTOVNA SPORTOVNÍ HALA	Český Krumlov, Latrán, Chvalšinská 111	Turistická ubytovna	celoroční provoz	11 až 50	žádné
69	SPORTMOTEL	Český Krumlov, Latrán, Chvalšinská 252	Turistická ubytovna	celoroční provoz	11 až 50	žádné
70	KRUMLOV HOUSE HOSTEL	Český Krumlov, Horní Brána, Rooseveltova 68	Turistická ubytovna	celoroční provoz	10 a méně	žádné
71	TRAVELEERS' HOSTEL	Český Krumlov, Vnitřní Město, Soukenická 43	Turistická ubytovna	letní provoz	11 až 50	žádné
72	MINI HOTEL ABRAKA	Český Krumlov, Vnitřní Město, Kájovská 64	Ostatní zařízení jinde nespécifikovaná	celoroční provoz	10 a méně	žádné

73	CASTLE VIEW APARTMENTS	Český Krumlov, Vnitřní Město, Šatlavská 140	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	10 a méně	žádné
74	ZÁMECKÁ APARTMÁ	Český Krumlov, Vnitřní Město, Latrán 45-47	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	10 a méně	žádné
75	HOSTEL RYBA	Český Krumlov, Plešivec, Rybářská 5	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	10 a méně	žádné
76	HOSTEL POSTEL	Český Krumlov, Plešivec, Rybářská 35	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	10 a méně	žádné
77	RESTAURACE PENZION KRISTÍNKA	Český Krumlov, Vnitřní Město, Dlouhá 94	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	10 a méně	žádné
78	HOSTEL 99	Český Krumlov, Latrán, Věžní 99	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	10 a méně	žádné
79	HOSTEL HAVANA	Český Krumlov, Horní Brána, Pod Sv. Duchem 135	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	10 a méně	žádné
80	PENSION MARIE	Český Krumlov, Vnitřní Město, Kájovská 67	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	10 a méně	žádné
81	HOSTEL MERLIN	Český Krumlov, Vnitřní Město, Kájovská 59	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	11 až 50	žádné

Zdroj: ČSÚ

Příloha č. 3: Marketingový plán destinačního managementu Českého Krumlova

MARKETINGOVÝ PLÁN 2013

Cíle:

- 1) Upevnění povědomí o Českém Krumlově jako destinaci s jedinečným géníem loci a mimořádnou kulturně-historickou hodnotou
- 2) Podpora tradičních místních subjektů s dlouhodobou působností, kulturní a poznávací turistiky a jejich kombinace v produktové nabídce (nové projekty: Horská zahrada - Státní hrad a zámek Český Krumlov, Muzeum vltavínů)
- 3) Udržení, příp. růst návštěvnosti města
- 4) Potlačení sezónnosti, podpora „mimosezóny“
- 5) Motivace k prodloužení délky pobytu a čerpání více turistických služeb
- 6) Motivace návštěvníka k opakované návštěvě
- 7) Implementace moderních technologií

Zdroj: Vlastní zpracování podle ČKRF⁴⁹

⁴⁹ ČKRF = Českokrumlovský rozvojový fond

Příloha č. 4: Dotazník pro podnikatele

Dobrý den, jmenuji se Lucie Šišková a jsem studentkou ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. V rámci svého studia zpracovávám bakalářskou práci na téma „Infrastruktura podniků ubytovacích služeb v oblasti Českého Krumlova“. Tímto si Vás dovoluji požádat o zodpovězení následujících otázek v dotazníku, který bude sloužit pouze pro účely výzkumu v mé bakalářské práci. Mnohokrát Vám děkuji za spolupráci a za Váš čas!

DOTAZNÍK

1. Jak dlouho podnikáte v cestovním ruchu?

- méně než 1 rok
- 1 – 3 roky
- 3 – 5 let
- 5 – 10 let
- více než 10 let

2. Jaký typ ubytování nabízíte?

- hotel
- hotel garni
- penzion
- apartmán
- privátní ubytování
- ubytovna
- motel
- kemp

Jiná možnost:.....

3. Je Vaše zařízení klasifikováno dle Oficiální jednotné klasifikace?

(vyplňte pouze tehdy, pokud jste v předchozí otázce zaškrtnuli možnost „hotel“)

- ano *
- ano **
- ano ***
- ano ****

- ano *****
- ne

4. Jaký je celkový počet pokojů?

- méně než 5
- 5 -10
- 11– 30
- 31 – 50
- nad 50

5. Jaký je celkový počet lůžek?

- méně než 5
- 5 – 10
- 11- 30
- 31 – 50
- 51 – 100
- nad 100

6. Kolik zaměstnanců má Vaše zařízení?

- méně než 5
- 5 -10
- 11 – 20
- 21 - 30
- více než 30

7. Zaměstnáváte některé rodinné příslušníky?

- ano
- ne

8. Jaká je Vaše nejčastější klientela? (Označte prosím jen jednu možnost)

- Češi
- Slováci
- Němci
- Angličané
- Rusové

- Italové
- Japonci

Jiná národnost:.....

9. Kterým segmentem osob je Vaše zařízení navštěvováno? *(Označte prosím jen jednu možnost)*

- studenti a mladí lidé
- manželské páry
- rodiny s dětmi
- senioři

Jiný segment:.....

10. Ovlivňuje provoz Vašeho zařízení sezónnost?

neovlivňuje 1 2 3 4 5 velmi ovlivňuje

11. Ohrožuje Vaše zařízení konkurence?

neohrožuje 1 2 3 4 5 velmi ohrožuje

12. Jste spokojeni se ziskovostí a vytížeností Vašeho zařízení?

nespokojeni 1 2 3 4 5 velmi spokojeni

13. Jak hodnotíte situaci ve městě z hlediska podnikatele?

nepříznivé prostředí 1 2 3 4 5 velmi příznivé prostředí

14. Spolupracujete s ostatními podniky v blízkém okolí?

- spolupracuji a prospívá nám to
- spolupracuji a neprospívá nám to
- nespolupracuji ale plánuji to
- nespolupracuji a ani to neplánuji

15. Existují nějaké zábrany v rozvoji Vašeho podnikání?

- ne
- ano – finance
- ano – prostory
- ano – konkurence

- ano – orgány státní správy
- ano – legislativa
- ano - lokalita

Jiná možnost:

16. Kdo nebo co Vám naopak v rozvoji pomáhá?

- nic /nikdo
- finance
- prostory
- konkurence
- orgány státní správy
- legislativa
- lokalita

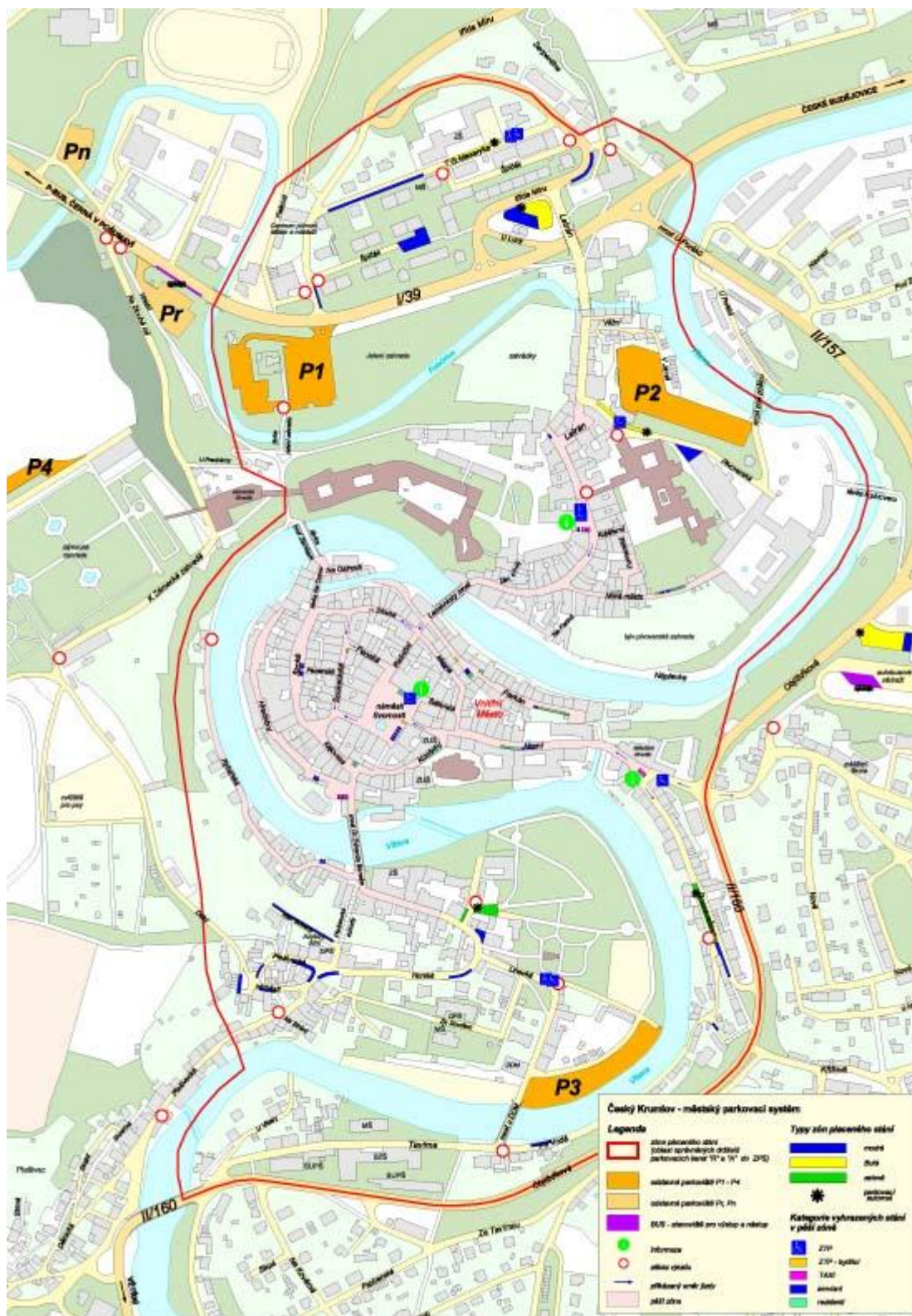
Jiná možnost:

Příloha č. 5: Přehled o počtu dopravních prostředků na městských parkovištích

P	rokměs.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	CELKEM
P1-Jelenka 1	2010	3 219	3 152	3 842	6 780	7 808	9 837	16 906	17 507	9 451	7 007	4 241	8 311	97 859
	2011	3 480	3 488	4 372	7 174	7 169	10 539	16 580	16 399	9 498	7 003	4 346	4 812	95 130
	2012	3 279	2 842	4 482	6 460	6 881	7 368	13 590	15 703	8 403	5 647	3 764	4 691	83 110
Pr-Jelenka 2	2010	0	0	0	0	190	336	2 190	2 731	4	0	0	0	5 451
	2011	0	0	0	34	422	756	1 867	2 042	631	401	139	126	6 418
P2-Pod Poštou	2010	1 433	1 500	2 088	2 604	2 771	4 258	5 388	5 768	2 808	2 540	1 834	3 001	36 997
	2011	1 406	1 410	2 074	2 878	5 869	3 806	5 296	4 563	3 231	2 900	1 848	2 306	37 413
P3-Měs.park	2010	1 622	1 601	2 060	2 719	3 103	3 544	5 680	6 508	3 342	3 300	2 177	2 382	38 038
	2011	1 417	1 188	1 674	2 237	2 819	3 134	6 213	7 404	3 246	2 556	1 906	3 155	36 749
P4-Jízdárna	2010	1 536	1 350	1 842	2 788	184	1 876	6 557	6 924	3 495	2 862	1 928	1 712	33 057
	2011	1 694	1 500	2 003	2 905	3 834	3 831	7 092	7 583	3 704	2 924	1 851	1 727	40 648
P7-Chvalš.	2010	0	0	0	0	0	1 479	2 690	3 209	0	0	0	0	7 378
	2011	0	0	0	0	0	1 023	3 014	2 527	454	0	0	0	7 018
CELKEM OA	2010	0	0	0	0	0	1 605	2 509	2 301	223	0	0	0	6 638
	2011	0	0	0	0	0	1 691	1 091	1 151	161	51	0	0	2 899
P4-BUS	2010	0	0	0	22	186	446	1 635	1 091	108	55	8	8	2 964
	2011	0	0	0	84	151	412	888	1 151	161	51	0	0	2 899
	2012	0	0	0	68	222	233	381	504	154	44	0	0	1 606
P-BUS-Lom	2010	6 068	5 841	7 815	11 949	13 682	19 285	34 422	37 701	16 718	12 158	7 889	15 075	187 404
	2011	6 408	6 248	8 288	12 958	13 625	18 711	34 206	33 596	17 460	13 217	8 261	8 956	181 935
	2012	6 697	6 018	8 693	12 510	14 717	17 191	30 678	34 599	16 412	12 207	7 914	8 963	176 599
CELKEM BUS	2010	0	0	0	0	0	162	90	112	40	0	0	0	404
	2011	0	0	0	0	0	55	53	68	15	0	0	0	191
	2012	0	0	0	0	0	60	22	51	2	0	0	0	135
CELKEM BUS	2010	133	69	218	383	601	605	543	678	688	585	217	284	5 032
	2011	142	107	269	435	743	973	796	849	904	925	380	465	6 988
	2012	371	269	520	803	1 193	1 114	965	1 079	1 121	1 028	509	512	9 484
CELKEM BUS	2010	133	69	218	383	601	882	708	909	743	585	217	284	5 762
	2011	142	107	269	435	743	1 028	849	917	918	925	380	465	7 179
	2012	371	269	520	803	1 193	1 174	987	1 130	1 123	1 028	509	512	9 619

Zdroj: OIS Český Krumlov

Příloha č. 6: Mapa parkovacího systému města Český Krumlov



Zdroj: OIS Český Krumlov