

K 10769

Česká univerzita
v Českých Budějovicích
Zemědělská fakulta

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

2006

Romana Ježková

Knihovna JU - ZF



3 1 1 4 8 0 5 9 3 5

**JIHOČESKÁ UNIVERZITA, ZEMĚDĚLSKÁ FAKULTA
ČESKÉ BUDĚJOVICE**

Studijní obor: obchodní podnikání – cestovní ruch
Katedra: cestovního ruchu

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Analýza činnosti vybraného podniku cestovního ruchu

Vedoucí bakalářské práce:
Mgr. Vladimír Dvořák

Autor:
Ježková Romana

2006

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Zemědělská fakulta
Katedra cestovního ruchu
Akademický rok: 2004/2005

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Romana JEŽKOVÁ**

Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**

Studijní obor: **Obchodní podnikání - cestovní ruch**

Název tématu: **Analýza činnosti vybraného podniku cestovního ruchu.**

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

Cíl práce:

Analýza hotelového zařízení - organizace provozu, činnost managementu, kvalita a cenová politika poskytovaných služeb, spolupráce s jinými podniky.

Analýza a vyhodnocení rizikových faktorů, včetně doporučení pro praxi.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury a pramenů.
2. Analýza současné situace.
3. Řízený rozhovor s pracovníky hotelu.
4. Výsledky vlastního šetření.
5. Návrhy na opatření, včetně doporučení.

Rámcová osnova:

1. Úvod, 2. Literární přehled, 3. Použitá literatura, 4. Metodika, 5. Výsledky vlastního šetření, 6. Závěr, 7. Seznam literatury, 8. Přílohy.

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
knihovna katedry CR - ZF

PC 6000 7456

MDT 640

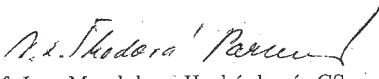
Rozsah práce: 30 - 40 stran
Rozsah příloh: dle potřeby
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

Seznam odborné literatury:


Beránek, J.: Řízení hotelového provozu. Praha: Grada, 1997.
Minář, P. a kol.: Technika, management a marketing v cestovním ruchu. Hradec Králové: Gaudeamus, 1996.
Morrison, A. M.: Marketing pohostinství a cestovního ruchu. Praha: Victoria Publishing, 1995.
Orieška, J.: Technika služeb cestovního ruchu. Praha: Idea servis, 1999. Časopis C.O.T.

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Vladimír Dvořák**
Katedra cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: **15. března 2005**
Termín odevzdání bakalářské práce: **15. dubna 2006**


prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
studijní oddělení
VANČUROVA 2904 390 01 TÁBOR


doc. Ing. Marie Hesková, CSc.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 15. března 2005

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Analýza činnosti vybraného podniku cestovního ruchu vypracovala samostatně na základě vlastních poznatků a za odborného vedení vedoucího bakalářské práce. Veškerá použitá literatura a jiné podkladové materiály jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

V Táboře, dne 10. dubna 2006



Ráda bych touto cestou poděkovala Mgr. Vladimírovi Dvořákovi za odborné vedení, cenné připomínky a rady při zpracování mé práce. Dále bych chtěla poděkovat za informace, které mi byly poskytnuty vedoucí recepce hotelu Štekl, bez které by tato práce nemohla vzniknout.

Obsah:

1.	Úvod	1
2.	Literární přehled	2
2.1	Význam cestovního ruchu	3
2.2	Služba	5
2.2.1	Klasifikace služeb	5
2.3	Terminologie	6
2.4	Vznik a vývoj hotelnictví	9
2.5	Ubytovací služby	11
2.5.1	Kvalita ubytovacích služeb	11
3.	Metodika	13
4.	Vlastní zpracování	14
4.1	Hluboká nad Vltavou a okolí	14
4.2	Hotelový řetězec Bohemia Gold Hotels a. s.	16
4.3	Historie a současnost hotelu	17
4.4	Charakteristika hotelu	19
4.4.1	Ubytovací služby	19
4.4.2	Stravovací služby	22
4.4.3	Doplňkové služby	25
4.5	Management hotelu	27
4.6	Marketing hotelu	31
4.7	Konkurence	33
4.8	Budoucí vývoj	39
5.	Výsledky šetření	40
5.1	Struktura klientely	40
5.2	Analýza návštěvnosti	41
6.	Zhodnocení činnosti	42

7.	Závěr	44
7.1	Summary	45
8.	Literatura	46
9.	Přílohy	47

1. Úvod

Cílem bakalářské práce je analyzovat zvolený hotel. Celý proces v podstatě zahrnuje prostudování potřebné odborné literatury a jiných studijních materiálů a pramenů, které se zabývají cestovním ruchem, managementem hotelu a marketingem. Z těchto materiálů budou získány všeobecné informace, které budou uvedeny v první, tedy všeobecné, části bakalářské práce.

Pro druhou část bakalářské práce, kde budou uvedeny již konkrétní informace, bude nutno poznat okolí, ve kterém se hotel nachází, samotný hotel – jeho organizaci, pracovníky, jednotlivé části hotelu (ubytovací, stravovací), poskytované služby pro zákazníky. V této fázi se jedná o situační analýzu hotelového zařízení.

Dále následuje analýza kvality poskytovaných služeb a cenové politiky hotelu.

V závěrečné části práce vyplynou závěry, tedy posouzení nabídky, kvality a cen poskytovaných služeb, vyhodnocení rizikových faktorů, návrhy na některé změny. Z uvedených analýz bude připraveno doporučení ke zlepšení nebo zatraktivnění některých služeb hotelu.

2. Literární přehled

Cestovní ruch ve světovém měřítku se svou ekonomickou váhou řadí na třetí místo za obchod s ropou a ropnými produkty a automobilový průmysl. Svými multiplikačními efekty má významný dopad na vývoj hospodářské situace jak v regionálním, tak národním i světovém měřítku. Jeho význam lze chápat jak z ekonomického, tak i neekonomického pohledu. (Lednický, 2004)

Hotelnictví lze v současné době charakterizovat jako nedílnou součást služeb cestovního ruchu. Jeho předmětem je výstavba, řízení a organizace hotelů i velkých hotelových řetězců, zabezpečování jejich provozu a poskytování hotelových služeb. V poslední době se často hovoří o hotelovém průmyslu. (Indrová, 1996)

Služby cestovního ruchu představují činnosti nehmotného charakteru, jejichž výsledkem je buď individuální, nebo společensky užitečný efekt.

Struktura služeb, jimiž se uspokojují *potřeby* účastníků cestovního ruchu, je různorodá a uspokojuje dvě skupiny potřeb, jde jednak o *primární* – cílové potřeby účastníků cestovního ruchu, jednak potřeby *sekundární* – realizační, které podmiňují efektivní uspokojování cílových potřeb. (Orieška, 1999)

Základní strategií hotelového managementu je vytvoření a udržování konkurenční výhody. V sektoru služeb je tento úkol mnohem těžší vzhledem k tomu, že služby nelze bez problémů chránit patenty, a proto je možné je kopírovat a napodobovat. (Beránek, Kotek, 1998)

2.1 Význam cestovního ruchu [5]

Cestovní ruch ve světovém měřítku se svou ekonomickou váhou řadí na třetí místo za obchod s ropou a ropnými produkty a automobilový průmysl. Svými multiplikačními efekty má významný dopad na vývoj hospodářské situace jak v regionálním, tak národním i světovém měřítku. Jeho význam lze chápat jak z ekonomického, tak i neekonomického pohledu.

Ekonomický přínos

- přímé zdroje – útraty zahraničních turistů,
- přímé zdroje – útraty domácích turistů,
- nepřímé zdroje – vytváří pracovní příležitosti a tedy i mzdy a tím umožňuje další spotřebu a investic,
- cestovní ruch – přináší příjmy fyzických a právnických osob z prodeje zboží a služeb a umožňuje investovat, nakupovat nové informační technologie, provádět opravy a údržbu zařízení apod.,
- cestovní ruch – přináší příjmy do veřejných rozpočtů z daní a poplatků a přispívá k dalšímu rozvoji.

Neekonomický přínos

Neekonomický přínos představuje zejména *komunikační přínos*, kdy druhotným produktem propagace vlastního cestovního ruchu je budování image území v očích návštěvníků i domácích obyvatel. Image území přitom vychází z přírodních i historických zvláštností daného teritoria. Cestovní ruch současně pomáhá oslovit potenciální investory prostřednictvím místních památek, událostí a kulturních hodnot, činí z těchto hodnot významné nástroje hospodářského rozvoje a tím je vlastně ekonomicky zhodnocuje. Navíc prostřednictvím cestovního ruchu dochází k realizaci a prosazení řady rozvojových aktivit i projektů.

Nezanedbatelný význam cestovního ruchu současně má *přínos vzdělanostní*, neboť zvyšuje úroveň lidského poznání již samotným faktem pobytu v jiném prostředí. Cestovní ruch tak umožňuje aktivní i pasivní růst znalostí jak jazykových, tak i odborných. S přínosem vzdělanostním souvisí i přínosy další, jež představují především udržování místních tradic a zvyků, sbližování venkovského a městského obyvatelstva, ochrana krajiny a vytváření zdravého životního prostředí. V této oblasti je jeho význam daný

především vytvářením podmínek tvorby obyvatelnosti území. Návštěvnost v daném místě či regionu nesouvisí pouze s turistickou atraktivitou, ale např. i s jeho ekonomickou prosperitou, profesní specializací, organizačními schopnostmi místních lidí či objemem zde realizovaných investic.

Význam cestovního ruchu však neobyčejně vzrůstá v jeho spojení s průmyslem volného času a zábavy. Přitom si je však zapotřebí uvědomit, že cestovní ruch v řadě regionů a v podmínkách řady států není spásonosný, neboť svým charakterem je to služba, která se může dobře rozvíjet pouze v podmínkách úspěšného rozvoje celého hospodářství. Současně je důležité také pochopit, že neekonomické přínosy cestovního ruchu a část i ekonomických přínosů je velmi obtížně vyčíslitelná.

Hlavním důvodem, proč jednotlivé země posilují svou pozici jako turistické destinace jsou důvody ekonomické. Z pohledu destinací je totiž cestovní ruch viděn jako prostředek získání devizových příjmů, dosažení vyšší úrovně HDP a zaměstnanosti, vyrovnání regionálních rozdílů uvnitř země i diferenciaci hospodářství.

U cestovního ruchu se většina výdajů koná okamžitě v destinaci, a to na zboží a služby považované za spotřební. V případech, kdy je třeba budovat novou infrastrukturu je přínos viděn v možnosti jejího využití i místním obyvatelstvem. Rozvoj a řízení cestovního ruchu je v neposlední řadě také relativně jednodušší než jiné druhy průmyslu, což je například pro rozvojové země velmi důležité. Při optimálním využití kapacit je také ekologicky čistší.

Jednou z nejdiskutovanějších oblastí je dopad mezinárodního turismu na příjem a zaměstnanost v ekonomice. Pro úroveň zaměstnanosti je pozitivní přínos díky vysoké náročnosti na práci.

Velmi důležitou úlohu v oblasti ekonomiky cestovního ruchu sehrává skutečnost, že nabídka služeb cestovního ruchu pochází od celé řady odlišných typů podniků nabízejících své produkty. To, co cestovní ruch charakterizuje, je jeho značná fragmentace. Existuje spousta malých podniků vlastněných provozovatelem (např. taxíky, stánky se suvenýry, cestovní kanceláře aj.). Vedle nich působí velké multinacionální korporace s rostoucím trendem oddělení vlastníka kapitálu firmy od jejího provozovatele. Dalším typem subjektů jsou státem vlastněné organizace fungující jen zčásti na komerčním základě.

Skutečnost, že turista spotřebovává produkt, který se skládá z nabídek různých služeb (ubytování, doprava, služby cestovních kanceláří atd.), které na sebe navazují, vyžaduje nezbytně úzkou spolupráci mezi těmito dodávajícími firmami, a to více než v jiných odvětvích.

2.2 Služba [8]

Služby cestovního ruchu představují činnosti nehmotného charakteru, jejichž výsledkem je buď individuální, nebo společensky užitečný efekt. Individuální efekt, který je obvykle součástí cíle účasti na cestovním ruchu, může mít různorodý charakter podle zvolené formy účasti, například rekreační, kulturní, zdravotní apod. Společenský efekt zpravidla podmiňuje nebo umožňuje dosažení individuálního efektu (například služby související s udržováním čistoty a hygieny veřejných prostranství, zeleně atd.)

Struktura služeb, jimiž se uspokojují *potřeby* účastníků cestovního ruchu, je různorodá a uspokojuje dvě skupiny potřeb, jde jednak o *primární* – cílové potřeby účastníků cestovního ruchu (například potřeba sportovního vyžití, poznávání kulturních a historických pozoruhodností, odpočinku, společenské komunikace, rozptýlení, zábavy apod.), jednak potřeby *sekundární* – realizační, které podmiňují efektivní uspokojování cílových potřeb (například potřebu přepravit se do rekreačního prostoru, potřebu výživy, přenocování, hygieny, zprostředkování služeb apod.)

2.2.1 Klasifikace služeb [8]

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

Nejčastěji se služby cestovního ruchu dělí podle jejich funkcí ve vztahu k jednotlivým uspokojovaným potřebám účastníků, v širším kontextu i ve vztahu ke společnosti. Z tohoto hlediska jde o služby dopravní, ubytovací, stravovací, zprostředkované, lázeňské, kongresové, průvodcovské, společensko-kulturní, sportovně-rekreační, animační, směnářské, pojišťovací, obchodní, komunální, o horskou službu a další.

2.3 Terminologie [2]

Cena pokoje – suma peněz, kterou platí host za přenocování v pokoji ubytovacího zařízení.

Závisí od kategorie (druhu) a třídy ubytovacího zařízení, sezóny, počtu lůžek v pokoji, jeho vybavenosti a dalších faktorů. Pokud má ubytovací zařízení různé druhy cen za stejný pokoj, nejvyšší je tzv. pultová cena.

Cestovní ruch – soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestováním a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase. Jeho cílem je odpočinek, poznávání, zdraví, rozptýlení a zábava, kulturní a sportovní vyžití, služební cesty, tj. získání komplexního zážitku.

Host – osoba využívající služby ubytovacích a pohostinských zařízení. Hosté mohou být účastníci cestovního ruchu anebo místní obyvatelé (např. v pohostinských zařízeních). V pohostinských zařízeních, které jsou současně ubytovací zařízení, rozlišujeme pasanty (neubytovaní hosté v daném zařízení) a ubytované hosty vyžadující služby těchto zařízení. V ubytovacích zařízeních je obvyklé členění hostů podle krajiny původu na domácí a zahraniční, podle účelu pobytu na služební cestující a rekreaty.

Hotel – ubytovací zařízení na přechodné ubytování hostů, které má více jak 10 pokojů a obvykle poskytuje vyšší standard ubytování. Kromě ubytovacích a stravovacích služeb poskytuje i doplňkové služby.

Hotelový pokoj – ubytovací jednotka v hotelu. Její plocha a vybavenost závisí na třídě hotelu.

Hotelová kapacita – počet pokojů (lůžek), kterými disponují hotely v cílovém místě (středisku cestovního ruchu, regionu anebo státě). Závisí na objemu poptávky po cestovním ruchu, počtu hotelů a jejich průměrné velikosti.

Hotelová penze – plné anebo částečné stravování během pobytu hosta v ubytovacím zařízení.

Výhodou hotelové penze je, že umožňuje plynulost chodu, přičemž je předem znám počet hostů, druhy jídel a čas jejich podávání.

Druhy penzí: plná penze (celodenní stravování)

polopenze (snídaně a jedno hlavní jídlo, zpravidla večeře)

čtvrtpenze (snídaně)

Hoteliérství – odbor hospodářské činnosti založený na poskytování ubytovacích a s tím spojených služeb v ubytovacích zařízeních hotelového typu.

Hotelová recepce – jedno z pracovišť úseku příjmu hosta ve větších ubytovacích zařízeních vyšších tříd. V malých ubytovacích zařízeních zabezpečuje rezervování ubytování, registraci hostů při příchodu, výdej klíčů a poskytování dalších služeb, zúčtování při odchodu. Ve velkých ubytovacích zařízeních vyšších tříd se činnost recepce specializuje jen na registraci hostů při příchodu, zúčtování ubytování a s tím související služby.

Obsazenost hotelu – ukazatel vyjadřující v procentech podíl počtu lůžek (anebo pokojů) obsazených hosty v určitém období. Závisí na mnohých faktorech, např. na sezónnosti, umístění, marketingu a v rozhodující míře ovlivňuje ekonomické výsledky hotelu.

Kongresové služby – soubor služeb souvisejících s přípravou a realizací kongresů. Rozdělují se na služby pro organizátora kongresů (zabezpečení zasedacích prostorů, tisk kongresového materiálu, tlumočnické a překladatelské služby) a služby pro účastníky kongresů (dopravní, ubytovací, stravovací, kulturně-společenské).

Přistýlka – příležitostné lůžko v pokoji ubytovacího zařízení, které se poskytne hostu na požádání, pokud to umožňuje plocha pokoje a její vybavenost.

Služba cestovního ruchu – soubor užitečných efektů, které uspokojují potřeby návštěvníků

Kvalita služby – schopnost poskytovatele služby vytvořit požadovaný výkon na určité úrovni za účasti zákazníka a podle jeho očekávání. To znamená, že požadavky na kvalitu služby určuje zákazník, který si všímá nejen prostředí při poskytování služby, schopnost poskytnout slíbenou službu spolehlivě a přesně, přístup k zákazníkovi, kvalifikovanost personálu, připravenost a schopnost řešit jeho individuální přání. Snahou poskytovatele služby musí být zvýšení spokojenosti zákazníka tím, že vyhoví jeho požadavkům.

Ubytovací služby – soubor na sebe navazujících činností, souvisejících s poskytnutím přechodného ubytování obvykle většímu množství hostů mimo místo jejich trvalého bydliště. Tyto činnosti zahrnují rezervování ubytování, příchod hosta a jeho registraci, pobyt hosta spojený s poskytováním služeb, zúčtování a odchod hosta.

Směnářenské služby – s ohledem na rozsah oprávnění jde o nákup a prodej peněžních prostředků v cizí měně za tuzemskou měnu a vzájemnou záměnu peněžních prostředků v cizí měně. Manipuluje se nejen s hotovostí ale i s bezhotovostními prostředky také s cestovními šeky a platebními kartami.

2.4 Vznik a vývoj hotelnictví [4]

Hotel se jako samostatné zařízení pro ubytování cestující veřejnosti objevuje na přelomu 18. a 19. století. Název hotel je převzat z francouzštiny, kde vznikl ze středověkého latinského pojmenování hostince. Ubytovací hostince vznikaly v souvislosti s cestováním za obchodem, s rozvojem dostavníkové dopravy, pošty a později železnice. Můžeme je považovat za předchůdce hotelů. Rozvoj cyklistiky a později automobilismu výrazně ovlivnil další rozšíření ubytovacích zařízení. V této době vznikají první seznamy hotelů pro potřeby členů příslušných sportovních klubů. První z nich jsou známy již před koncem 19. století a lze je považovat za základ pozdější hotelové klasifikace. Rozvoj hotelnictví v Evropě je patrný především v zemích s příznivými podmínkami pro rozvoj obchodu a cestovního ruchu, jako např. ve Francii, Velké Británii, v 19. století ve Švýcarsku a v Německu. Značný rozvoj hotelnictví zaznamenávají i Spojené státy americké.

Velké luxusní hotely vznikají na přelomu 19. a 20. století, kdy lze též zaznamenat první sdružení hotelů v hotelové podniky. Proces koncentrace hotelů dosáhl vrcholu po II. světové válce, pokračuje i v současné době, kdy mnohé z nich se mění v mezinárodní hotelové společnosti.

Hotelnictví lze tedy v současné době charakterizovat jako nedílnou součást služeb cestovního ruchu. Jeho předmětem je výstavba, řízení a organizace hotelů i velkých hotelových řetězců, zabezpečování jejich provozu a poskytování hotelových služeb. V poslední době se často hovoří o hotelovém průmyslu.

Rozvoj hotelnictví na území dnešní České republiky

Vývoj hotelů na území dnešní České republiky sledoval obecné evropské tendence a je spojen s rozvojem obchodu, dostavníků, cyklistiky, železnice, lázeňství a s celkovým hospodářským rozmachem země.

Do roku 1990 byly u nás největší hotely sloužící především zahraničnímu cestovnímu ruchu provozovány podnikem Interhotely, který patřil pod GŘ ČEDOK. Čedok byl přímým řízen ministerstvem obchodu. Podnik Interhotely zahrnoval při svém zřízení 10 územně členěných jednotek, z toho 7 v České republice a 3 na Slovensku.

V České republice to byly:

- 1) IH Praha
- 2) IH Karlovy Vary
- 3) IH České Budějovice
- 4) IH Liberec
- 5) IH Krkonoše (sídlo ve Vrchlabí)
- 6) IH Brno
- 7) IH Ostrava

Na Slovensku:

- 8) IH Bratislava
- 9) IH Ružomberok
- 10) IH Tatry se sídlem ve Starém Smokovi

V roce 1989 se osamostatnily 3 slovenské Interhotely, v roce 1990 se pak osamostatnily zbývající Interhotely v České republice, ze kterých se staly samostatné státní podniky. Jestliže tedy v této době byl světový trend v koncentraci do hotelových společností – u nás byl vývoj zcela opačný.

Vedle Interhotelu byla řada hotelů provozována podniky Restaurace a jídelny, Spotřebními družstvy, cestovními kanceláři, společenskými organizacemi, atd. V současné době byla řada z nich vrácena původním majitelům a mnohé z nich prošly první či druhou vlnou privatizace a v současné době jsou provozovány novými majiteli.

Současný rozvoj cestovního ruchu a hotelnictví

Cestovní ruch je v současné době považován za významný faktor rozvoje národních ekonomik. Také v České republice představuje významnou součást národního hospodářství.

Hotelnictví se od svého vzniku stalo světově uznávaným oborem, což dokládá i existence světových nebo regionálních orgánů a organizací, které mají značný vliv na jeho postavení, rozvoj, profesionální úroveň i etiku podnikání, jako je např.:

IHA (international hotel association)

HOTREC (confederation of the national hotel and restaurant associations in the european community)

NFHR ČR (národní federace hotelů a restaurací České republiky)

2.5 Ubytovací služby [6, 3]

Možnost přechodného ubytování je jednou ze základních podmínek vzniku a existence cestovního ruchu. Tyto služby jsou poskytovány ve spojení s doplňkovými službami, které souvisejí s pobytem hosta v ubytovacím zařízení. Jedná se například o podávání základních informací, buzení, úschovu zavazadel nebo jejich přepravu, úschovu depozit v hotelovém trezoru, půjčování sportovního vybavení apod. Tyto služby se poskytují buď bezplatně nebo za úplaty, často v závislosti na třídě ubytovacího zařízení. Charakter služby, která je hostovi nabízena nad rámec kategorie a třídy daného ubytovacího zařízení, má např. nabídka satelitních televizních programů či minibar na pokoji.

Ubytovací služby se poskytují v ubytovacích zařízeních a kromě ubytování poskytují i služby stravovací, společenské a zábavní (hotely). Jako samostatné ubytovací zařízení se označuje chatová osada nebo kemp, kde na tuto jednoduchou formu ubytování navazuje obligatorně pouze hygienická vybavenost.

Prvek služeb v produktu ubytování dosahuje dvou významných extrémů:

V některých ubytovacích zařízeních je velmi vysoká úroveň osobních služeb, která má zařízení odlišit od konkurentů a oprávnit vyšší cenu. To platí zejména o velkých hotelech s dlouhou tradicí.

V některých zařízeních jsou služby omezené nebo nejsou žádné, jejich provoz nevyžaduje velké množství pracovních sil, což se odráží v nižších cenách. To je myšlenka, která stojí za podnikatelským záměrem ubytování bez stravovacích služeb a vznikem levných motelů.

Služby obvykle zajišťuje placený kvalifikovaný personál, ale u některých forem ubytování je pro turisty přitažlivé, že služby nejsou profesionální.

2.5.1 Kvalita ubytovacích služeb [6]

Kategorizace ubytovacích zařízení ve světě se provádí na základě obecně platných norem resp. doporučení. V současné době neexistuje jednotná kategorizace ubytovacích zařízení platná ve světě resp. v Evropském společenství. Zařazování ubytovacích zařízení do kategorií se řídí normami a doporučeními, i když v některých i evropských zemích (Dánsko, SRN) taková norma pro klasifikaci ubytovacích zařízení neexistuje.

Normou pro ubytovací zařízení Československa byla až do 31. 12. 1993 oborová norma Ministerstva obchodu a cestovního ruchu ČR – ON 73 54 12, jejíž závaznost byla zrušena. Poté živnostenské úřady ukládaly „podmínky pro provozování ubytovacích služeb v ubytovacích zařízeních“. Základní rozdělení ubytovacích zařízení je následující:

Kategorie	Možné třídy
Hotel	* ** *** **** *****
Hotel garní	* ** ***
Motel	* ** *** ****
Botel	* ** *** ****
Penzion	* ** ***
Chatová osada	* ** ***
Kemp	* ** ***

Zařízení provozovny do kategorie a třídy se provádí podnikatel sám. Na toto zařazení navazují požadavky na vybavení, druh a rozsah služeb. Pro zařazování ubytovacího zařízení do kategorie a třídy má svůj význam i velikost podlahové plochy. Její minimální rozlohu určuje zmíněná norma. Ta také závazně určuje intervaly výměny prádla podle kategorie a třídy.

Norma upřesňuje i všeobecné požadavky na provozování ubytovacího zařízení, jakými jsou například možnost příjezdu motorovým vozidlem, označování prostorů ubytovacích zařízení piktogramy, jednotné oblečení pracovníků, požadavky na interiérové a hygienické vybavení pokojů apod. Vedle všeobecných požadavků obsahuje specifické nároky na vybavení a služby podle kategorie a třídy.

3. Metodika

Cílem této práce je analýza činnosti hotelu Štekl, který se nachází v Hluboké nad Vltavou.

Práci jsem rozložila do dvou částí: část analytickou a část syntetickou.

Analytická část:

V první části jsem prostudovala odbornou literaturu k tématu hotelnictví a cestovní ruch. Literaturu jsem použila k sepsání všeobecných kapitol o cestovním ruchu a hotelnictví. Použitá literatura je uvedena v přehledu literatury mé práce. Dále jsem prostudovala internetové stránky hotelu a ostatních hotelových zařízení v Hluboké nad Vltavou a Českých Budějovicích.

Pro druhou část jsem absolvovala několik návštěv hotelu. První návštěvu jsem uskutečnila v létě 2005 po telefonické domluvě s provozní hotelu. Následovalo ještě několik setkání s vedoucí recepcí, která mi ochotně zodpověděla veškeré mé otázky. Také mi byly od vedoucí recepcí poskytnuty některé materiály, které se používají v hotelu.

Syntetická část:

V této části jsem sepsala všechny zjištěné informace. První část práce zahrnuje všeobecná témata zjištěná z odborné literatury jako jsou význam cestovního ruchu, historie hotelnictví, ubytovací služby, klasifikace služeb a stručné vysvětlení pojmů používaných v hotelnictví.

Druhá část práce je zaměřená na samotný hotel Štekl, kde v první části jsem popsala okolí hotelu a hotelový řetězec, který vlastní tento hotel. Následovala charakteristika jednotlivých částí hotelu, tedy ubytovacích, stravovacích a doplňkových služeb.

Na závěr mé práce jsem zhodnotila činnost tohoto hotelu do jedné kapitoly pod názvem zhodnocení činnosti. Na konci práce, v kapitole závěr, je shrnuta celá práce.

Do příloh jsem použila fotografie hotelu a poskytnuté materiály.

4. Vlastní zpracování

4.1 Hluboká nad Vltavou a okolí [16]

Město Hluboká ležící v Jižních Čechách nedaleko Českých Budějovic je známo především svým krásným, v noci osvětleným zámekem ve stylu windsdorské novogotiky s překrásnými interiéry. Zámek leží v krásných zahradách uprostřed rozsáhlého anglického parku. Toto město navštívil a oblíbil si i Karel IV. při svém pobytu v Českých Budějicích. Město se pyšní velmi bohatou historií a též nejstarším loveckým muzeem na světě.

Historie

Nejstarší doklady o osídlení Hlubocka spadají do starší doby bronzové. Samotné místo Hluboké k osídlení příliš nelákalo kvůli strmému zalesněnému svahu a bažinatému terénu. Na ostrohu čnicím nad Vltavou nechal Přemysl Otakar II. ve 13. st. vystavit pevný hrad a začal zakládat České Budějovice. České jméno Hluboká se vžilo v průběhu 14. stol., dříve se ves pod hradem nazývala Podhradí a byla trhovou osadou. Velké změny přineslo číslování domů v 18. století spolu s odvodněním Podskalské louky, která proslula neblaze jako věčný zdroj nákazy a opakovaných epidemií. Hluboké se též nevyhýbaly živelní pohromy, časté povodně a zejména oheň. Největší zlom v historii jistě nastal v únoru 1883, kdy představitelé obce poslali žádost o povýšení městyse Podhradí na město a zároveň o jeho přejmenování na město Hluboká. Místodržitelství vyhovělo pouze 2. části prosby a roku 1885 byl název Podhradí změněn na Hlubokou. Městys Hluboká byl povýšen na město roku 1907 císařským rozhodnutím Františka Josefa I.

Zajímavosti v okolí

Město Hluboká nad Vltavou je známo svým krásným, v noci osvětleným zámekem Hluboká. Zámek Hluboká byl postaven ve II. polovině 13. století, původně jako královský gotický hrad. Koncem 16. století byla Hluboká přestavěna na renesanční zámek a v letech 1721-28 na barokní zámek. Do nynějšího romanticko-gotického stylu se zámek změnil v letech 1841-1871 díky F. Beerovi a D. Deworetzkému. Spolu s poslední přestavbou zámku se začala psát i historie hotelu Štekl. V této době byla ve stejném slohu postavena původní budova nynějšího hotelu zvaná Stöckl, která tehdy sousedila psincem a konírnami a sloužila jako správní objekt zámku Hluboká. Jako obytný dům sloužil Stöckl až do r.1989.

Přímo u zámku je umístěna Alšova jihočeská galerie se stálou výstavou starých holandských mistrů.

Dva kilometry od Hluboké je možné navštívit Lovecký zámek Ohrada - nejstarší lovecké muzeum na světě. V těsném sousedství zámku Ohrada se nachází Zoologická zahrada. Je možné navštívit jezdecké sportovní centrum Vondrov s novou jezdeckou halou, poskytující veškerý servis spojený s jezdeckým sportem. V případě hezkého počasí je doporučena návštěva nového městského koupaliště se dvěma bazény, tobogánem, skluzavkami a vířivkami. Další přírodní koupaliště jsou u rybníků Bezdrev a Křivonoska. Z 5 km vzdáleného letiště Hosín je možné podniknout vyhlídkový let nebo se plavit soutěskami Hněvkovické přehrady na výletní lodi.

Sport

Hluboká je proslavená významnou tradicí hlubockých dostihů pořádaných každoročně od roku 1972 na Podskalské louce. Pěknou podívanou jsou i dostihy poníků. Dalším důležitým sportem s bohatou historií je jachting. Z Hluboké pochází například dvanáctinásobný mistr republiky v jachtingu František Starý na Létajícím Holanďanu.

Pro aktivní sportovní vyžití jsou nabízeny kryté a otevřené tenisové kurty s polyuretanovými a antukovými povrchy. U tenisových kurtů začíná 8 km dlouhá cyklistická stezka do Českých Budějovic. Využit je možné též jiných cyklotras v okolí Hluboké a zajímavým zážitkem může být i pěší turistika, při které je možné poznat spoustu klenotů Hluboké. Vedle městského koupaliště se nachází herna bowlingu. Devítijamkové golfové hřiště, "driving range", zapůjčení holí a asistenci trenéra nabízí golfové hřiště Hluboká. Při nepříznivém počasí si hráči mohou své schopnosti vyzkoušet na golfovém simulátoru v Českých Budějovicích. Množství okolních rybníků nabízí ideální podmínky k rybaření a milovníci loveckého sportu si přijdou na své v lesích blízké obory.

4.2 Hotelový řetězec Bohemia Gold Hotels a. s. [16]

Akciová společnost Bohemia Gold Hotels a. s. je dceřinou společností a. s. Vojenské stavby. Zápis do obchodního rejstříku byl proveden 25. 5. 1995. Vytvořením této společnosti Vojenské stavby oddělují od své hlavní činnosti (stavebnictví), provoz hotelnictví.

Bohemia Gold Hotels začíná provozovat svůj první čtyřhvězdičkový hotel, hotel Štekl ve městě Hluboká nad Vltavou, tříhvězdičkový hotel Bohemia v Českém Krumlově, čtyřhvězdičkový hotel Monty v Brně, který přejmenovává na Avanti a poslední tříhvězdičkový hotel Jonáš v Hrotovicích (15 km od Třebíče). Po několika letech, kdy nejsou vykazovány pozitivní ekonomické výsledky, se společnost rozhodla některé své podniky prodat. V listopadu 1998 je prodán hotel Jonáš a v dubnu 1999 hotel Bohemia.

Sídlem společnosti Bohemia Gold Hotels je Praha. Zde je umístěno její centrální vedení, které je v kontaktu s řediteli jednotlivých provozoven. V čele vedení je generální ředitel, který má na starosti chod celé společnosti. Další součástí vedení jsou funkce: manažera ekonomického úseku, personálního manažera a hlavní účetní. Centrální vedení má na starosti hlavně ekonomickou stránku společnosti, kam jsou odváděny měsíční ekonomické výkazy o hospodaření jednotlivých hotelů.

Společnost nemá vytvořenou jednotnou ekonomickou, standardní a provozní politiku pro své hotely. Jednotlivé subjekty se od sebe liší svou nabídkou služeb a jejich kvalitou. Z tohoto důvodu se struktura klientů jednotlivých středisek vzájemně liší. Společnost nepoužívá jednotný rezervační systém ani propagační techniky. Komunikace mezi jednotlivými zařízeními neexistuje.

4.3 Historie a současnost hotelu

Historie hotelu Štekl [9]

Budova zvaná Stöckl byla postavena na místě staršího objektu stejného jména, s jehož demolicí bylo započato koncem roku 1861. Na stavbu nové budovy byl použit materiál z bývalých zde stojících budov a přivezen kámen z tzv. Zíkova lomu. Dřevo přiváželi na stavbu z třeboňských a krumlovských lesů. Stavební úpravy si vyžádaly náročné zarovnávání nerovného terénu, odstranění skály a přeložení příjezdové cesty do zámku. Náročná byla i samotná výstavba a její náklady se vyšplhaly na 198 591 zlatých. Stavba samotného Stöcklu byla sice ukončena v září roku 1863, avšak ještě po tomto datu museli dělníci zbourat staré stáje, stojící u nového komplexu budov. Na jejich místě byly postaveny stáje nové. Vedle nich vznikly i prostory pro kočáry, místnost pro krmivo a psinec. Stavba celého komplexu budov byla tedy ve skutečnosti ukončena v roce 1864. Od té doby začal celý Stöckl sloužit svému účelu, totiž jako obydlí schwarzenberských zaměstnanců.

Název Stöckl znamená česky „patrová budova“ a používal se i pro předchozí dům, který byl také patrový. Bydleli zde úředníci a služebnictvo především tehdy, když sídlila na zámku vrchnost. Stálé úřednictvo pracující na správě panství a později velkostatku sídlilo v úřednických domech v Podhradí.

Po celou dobu své existence patří celý komplex budov Schwarzenberkům. Po roce 1947 připadl státu. Potom začal objekt chátrat, až dospěl do havarijního stavu. Dnes, po nákladné přestavbě, se stal ze Stöcklu luxusní hotel, který vlastní akciová společnost Bohemia Gold Hotels, v čele s generálním ředitelem panem Ing. Karlem Šťastným.

Zámecký hotel Štekl je postaven v romantickém novogotickém stylu, stejném jako přilehlý zámek Hluboká. Poslední historická vestavba Štecklu se uskutečnila v letech 1861 – 1864. Hotel je jedinečný jak svou historií, tak svou polohou. Po staletí byl součástí jednoho z nejnavštěvovanějších zámků Jižních Čech, Hluboké (Frauenberg).

Se 44 stylově zařízenými pokoji a apartmány, zámeckým nádvořím a slunnou terasou tvoří krásné prostředí romantického hotelu. Restaurace „Pánů z Růže“ nabízí mezinárodní i tradiční českou kuchyni.

Na přání se v jejich historických programech či při koncertech můžete vrátit o staletí zpět.

Současnost hotelu Štekl [10]

Romantický zámecký hotel Štekl naleznete 11km od Českých Budějovic v Hluboké nad Vltavou, uprostřed překrásné a historicky bohaté krajiny Jižních Čech. Hotel Štekl se nachází v těsné blízkosti zámku Hluboká, který je jedním z nejnavštěvovanějších zámků České republiky. Se zámkem je spjata historie hotelu.

Hotel Štekl je součástí řetězce Bohemia Gold Hotels a. s., právní formou je akciová společnost.

Tento luxusní hotel je výjimečný hned v několika směrech: svou polohou, historií a citlivým skloubením profesionálních služeb s přátelskou domácí atmosférou.

Zámecký hotel Štekl se tak stává ideálním místem jak pro rodinnou a individuální rekreaci, tak i pro akce společenského a obchodního zaměření.

Hotel Štekl nabízí 44 pokojů zařízených ve stejném stylu jako je interiér zámku Hluboká. Ani jeden ze 44 pokojů není stejný. Díky své velikosti a architektonickému řešení má každý svou originální atmosféru.

Stylová zámecká restaurace "Pánů z Růže" nabízí zážitkovou, mezinárodní i českou kuchyni na nejvyšší možné profesionální úrovni. Osvěžení je možné nalézt v hotelovém Lobby baru.

Sportovně založení hosté ocení Relax Club Štekl, kde naleznou saunu, krytý bazén s vodopádem a protiproudem, solarium, whirlpool, nadstandardně vybavené fitness centrum.

Hotelová recepce zprostředkuje zapůjčení jízdních kol a zajistí další doplňkové služby. Součástí hotelového života je bohatý kulturní program jako jsou např. historické programy a stylové večery v interiéru zámku Hluboká.

4.4 Charakteristika hotelu

4.4.1 Ubytovací služby

Ubytovací část se dělí na - část příjmu
- část lůžkovou

Část příjmu

Check in probíhá ve 2 hodiny odpoledne a check out probíhá v 10 hodin dopoledne, ale je možný i pozdější odjezd.

Při příchodu hosta, pokud se jedná o tuzemce, je vyžadován občanský průkaz nebo pas. Pokud se jedná o cizince, musí předložit doklad totožnosti, vyplnit kartičku pro cizineckou policii, která obsahuje tyto údaje: jméno, Příjmení, titul, datum narození, číslo pasu nebo občanského průkazu, adresa, národnost, datum pobytu, druh cesty (tourists, business, other reason) a vlastní podpis. Každý den v noci se provádí výpis z knihy ubytovaných cizinců a odevzdává se na cizineckou policii.

U zájezdu je vyžadována záloha. U individuálních klientů je vyžadována garance kreditní kartou nebo záloha. Ve většině případů je to kreditní karta.

Část lůžková [10]

Složení pokojů:

8 apartmá – dvě velké místnosti s větší koupelnou

10 královských pokojů – jedna velká místnost

26 zámeckých pokojů – menší místnost

Všechny pokoje jsou vybaveny koupelnou, WC, TV, satelitem, hi-fi věží, telefonem s přímou volbou, minibarem a trezorem.

Pro hosty hotelu je k dispozici celkem 22 parkovacích míst v hotelové garáži a dalších 15 míst na venkovním parkovišti.

Ceník ubytování [10]

(platný od 1.1. 2004 - ceny zahrnují snídaní, DPH a místní poplatky)

Typ pokoje	1 osoba	2 osoby
Apartmá	5.600 Kč	6.100 Kč
Královský pokoj	4.900 Kč	5.300 Kč
Zámecký pokoj	3.500 Kč	3.900 Kč

Tabulka č. 1

Přistýlka	750 Kč
Dětská postýlka	400 Kč
Zvíře	500 Kč
Garáž	200 Kč / noc
Polopenze	od 400 Kč / osobu
Plná penze	od 800 Kč / osobu

Ceny za polopenzi a plnou penzi jsou pro skupinovou turistiku. Pro jednotlivce jsou ceny

dražší a to: Polopenze 450 Kč
Plná penze 900 Kč

Přistýlky jsou možné na každý pokoj: Apartmá – 2 přistýlky

Královský pokoj – 2 přistýlky

Zámecký pokoj – 1 přistýlka

Celková kapacita hotelu i s možnými přistýlkami je tedy přibližně 110 lůžek.

Hotel má dále v nabídce několik aranžmá: [9]

Romantický pobyt pro zamilované

Jedna noc v romantickém dvoulůžkovém pokoji

Přivítání láhví sektu na pokoji

Růže, bonbóny, ovoce k sektu

Pětichodový lovedinner při svíčkách a láhev vína v restauraci „Pánů z Růže“

Snídaně na pokoji s kaviárem a sektem

Cena: 3.450 Kč / osobu

„Letní sen“ Jižních Čech

Dvě noci v zámeckém pokoji včetně bohaté snídaně

První den

Přivítání „letním aperitivem“ v hotelovém Lobby baru

Slavnostní čtyřchodové menu v restauraci „Pánů z Růže“

Druhý den

Projížďka v kočáře taženém koněm městem Hluboká a po jeho blízkém okolí

V pozdním odpoledni posezení na terase u osvěžujícího long drinku a zmrzlinového poháru

Večer rozloučení formou jihočeského čtyřchodového menu při svíčkách

Cena: 5.800 Kč / osobu

Příplatek na jednolůžkový pokoj: 2.900 Kč

Relaxační aranžmá zámeckého hotelu Štekl

„Welcome drink“ v hotelovém Lobby baru

Hodina thajské nebo kondiční masáže

Slavnostní čtyřchodová večeře při svíčkách v restauraci „Pánů z Růže“

Noc ve stylovém zámeckém dvoulůžkovém pokoji

Bohatý snídaňový bufet

Malé zámecké překvapení jako vzpomínka na romantické chvíle

Cena: 3.500 Kč / osobu

Příplatek na jednolůžkový pokoj: 1.700 Kč

„Zimní pohádka“ Jižních Čech

Dvě noci v zámeckém pokoji včetně bohaté snídaně

První den

Přivítání „zimním aperitivem“ v hotelovém Lobby baru

Slavnostní čtyřchodové menu v restauraci „Pánů z Růže“

Druhý den

Projížďka v kočáře taženém koněm městem Hluboká a po jeho blízkém okolí

V pozdním odpoledni posezení v hotelovém baru u horkého čaje, sandwichů a domácího pečiva

Večer rozloučení formou jihočeského čtyřchodového menu při svíčkách.

Cena: 6.100 Kč / osobu

Příplatek na jednolůžkový pokoj: 3.750 Kč

Součástí všech aranžmá je i možnost využívání hotelového Relax Clubu - bazénu, whirlpoolu, sauny a fitness.

4.4.2 Stravovací služby [10]

Hotel Štekl nabízí k dispozici několik středisek o různé kapacitě pro pořádání rozmanitých akcí.

Restaurace "Pánů z Růže" [10]

Uspořádání - kapacita						
Restaurace	Třída	Divadlo	Recepce	Tabule		
70	80	120	100	T - 60	U - 80	I - 50

Tabulka č. 2

- Rozměr místnosti 20,6 x 6,8 m
- Výška stropu 4,5 m - klenba
- Šířka / výška dveří 1,35 x 2,05 m, 1,45 x 2,05 m
- Podlahová krytina koberec
- El. Proud 220 V - 17 zásuvek
- Přípojka - internet ne
- Taneční parket přenosný

Regentský sál – používá se na konference [10]

Uspořádání - kapacita						
Restaurace	Třída	Divadlo	Recepce	Tabule		
50	60	80	60	T - 36	U - 50	I - 30

Tabulka č. 3

- Rozměr místnosti 13,8 x 5,2 m
- Výška stropu 2,8 m

- Šířka / výška dveří 0,9 x 1,95 m, 1,1 x 1,95 m
- Podlahová krytina koberec
- El. Proud 220 V - 4 zásuvky
- Přípojka – internet ano
- Taneční parket přenosný

Královský salónek – používá se na menší akce [10]

Uspořádání - kapacita						
Restaurace	Třída	Divadlo	Recepce	Tabule		
--	--	--	12	--	--	I - 12

Tabulka č. 4

- Rozměr místnosti 6 4 x 4,4 m
- Výška stropu 3,3 m - klenba
- Šířka / výška dveří 0,9 x 2,05 m
- Podlahová krytina koberec
- El. Proud 220 V - 3 zásuvky
- Přípojka – internet ne
- Taneční parket ne

Rytířský salónek – používá se na menší akce [10]

Uspořádání - kapacita						
Restaurace	Třída	Divadlo	Recepce	Tabule		
--	--	--	14	--	--	I - 14

Tabulka č. 5

- Rozměr místnosti 6,2 x 3,9 m
- Výška stropu 3,3 m - klenba
- Šířka / výška dveří 0,95 x 2,05 m
- Podlahová krytina koberec
- El. Proud 220 V - 4 zásuvky
- 3 v kuchyňce
- Přípojka – internet ne
- Taneční parket ne

Lobby bar [10]

Uspořádání - kapacita						
Restaurace	Třída	Divadlo	Recepce	Tabule		
30	--	--	--	--	--	--

Tabulka č. 6

- Rozměr místnosti 14,4 x 7,6 m
- Výška stropu 4,5 m - klenba
- Šířka / výška dveří 1,2 x 2,05 m, 1,4 x 2,05 m
- Podlahová krytina koberec
- El. Proud 220 V - 1 zásuvka
- Přípojka – internet ne
- Taneční parket ne

Terasa [10]

Uspořádání - kapacita						
Restaurace	Třída	Divadlo	Recepce	Tabule		
120	--	100	150	T - 70	U - 120	I - 60

Tabulka č. 7

- Rozměr 10,8 x 40 m
- El. Proud 220 V - 4 zásuvky
- Přípojka - internet ne
- Taneční parket ano

4.4.3 Doplnkové služby [9]

Konferenční služby

Na konferenční služby se požívá Regentský sál, který má kapacitu 60 míst. Klientům je nabízeno k dispozici flip chart, dataprojektor, video, televize. V případě zájmu o jiné vybavení je hotel schopen zajistit i toto vybavení.

Relax club Štekl

Krytý bazén - pro hotelové hosty zdarma.

Whirlpool - pro hotelové hosty zdarma.

Sauna - pro hotelové hosty zdarma.

Fitness - pro hotelové hosty zdarma.

Solarium

Kondiční masáže

Tradiční thajské masáže – pozastaveny

Originální thajské masáže jsou prováděny thajskými maséry. Thajská masáž je základem čínského systému akupunktury a akupresury.

Programová nabídka

Sportovní aktivity

Sportovní aktivity má hotel Štekl smluvně zajištěn se soukromými provozovateli jednotlivých aktivit.

Tenis	- Tennis Center Martina Damma v Hluboké nad Vltavou
Venkovní kurty	- Tennis Center Martina Damma v Hluboké nad Vltavou
Krytá hala	- Tennis Center Martina Damma v Hluboké nad Vltavou nebo Libra v Českých Budějovicích
Bowling	- Bowling center v Hluboké nad Vltavou
Golf	- Golfové hřiště Hluboká
Minigolf	- Golfové hřiště Hluboká
Golfový simulátor	- Golfové hřiště Hluboká
Vyjíždky na koních	- jezdecké sportovní centrum Vondrov
Rybolov	
Lovy zvěře	- zprostředkovávají sami, mají povolení
Rafting	- v Českém Krumlově, v posledních dvou letech se nevyužívá

Vyhlídkové plavby - po Vltavě, nevyužívají se

Vyhlídkové lety - z letiště Hosín

Tandemový parašutismus - z letiště Hosín

Prohlídky hradů a zámků

Hluboká

Lovecký zámek – Ohrada

Český Krumlov

Kratochvíle

Rožmberk

Zvíkov

Landštejn

Červená Lhota

Jindřichův Hradec

Prohlídky těchto hradů a zámků si klienti spíše zařizují sami jelikož prostřednictvím hotelu se cena těchto služeb zvedá o provizi ze zprostředkování a o DPH. Tím se to stává pro klienty o hodně dražší než při individuálním zajištění prohlídky.

Prohlídky pivovarů

Budvar - České Budějovice

Eggenberg - Český Krumlov

Výlety

Praha - 160 km

Český Krumlov - 35 km

Třeboň - 40 km

Rožmberk - 50 km

Šumava

České Budějovice - 10 km

Jindřichův Hradec - 60 km

Zlatá Koruna - 25 km

Lipno - 60 km

Tyto výlety jsou organizovány přes průvodce nebo přes turistická centra.

Ke všem aktivitám, prohlídkám a výletům zajistí průvodce v českém, anglickém, německém a ruském jazyce.

4.5 Management hotelu [1]

Základní strategií hotelového managementu je vytvoření a udržování konkurenční výhody. V sektoru služeb je tento úkol mnohem těžší vzhledem k tomu, že služby nelze bez problémů chránit patenty, a proto je možné je kopírovat a napodobovat. Za další faktor ztěžující udržování konkurenční výhody lze vzhledem k náročnosti tohoto odvětví na spíše lidský kapitál považovat relativní finanční nenáročnost některých druhů služeb.

Hotelové podnikání není náročné pouze na lidský kapitál, kterým se rozumí veškerý personál včetně vedení hotelu, ale je na rozdíl od jiných druhů služeb i velmi náročné na vybavení. I přes to, že hoteloví hosté mají velké množství kontaktu s personálem, je třeba si uvědomit, že většinu času stráví host v kontaktu se zařízením hotelu.

Organizační struktura hotelu

Pod pojmem organizační struktura se rozumí soubor úkolů a formálních pracovních vztahů vytvořených k využití předností specializace. Je to vlastně systém vertikální a horizontální koordinace navržený tak, aby sjednotil specializované části.

Organizační struktura hotelu vychází z objemu a náplně hotelového provozu.



[vlastní šetření]

Zaměstnanci hotelu

Top management

- 1 ředitel
- 2 ekonomky (účetní oddělení)

Provozní management

Front office:

- 1 vedoucí recepce
- 4 řadové recepční po 12 hodinách
- 2 portýři
- externě ochrana objektu (společnost PCO)

Housekeeping:

- 1 hotelová hospodyně
- 6 pokojských – na hlavní pracovní poměr (4 mimo sezóny, 6 v sezóně) + v sezóně další brigádně

Food&Beverage management:

- 1 vedoucí provozu
- 1 asistentka vedoucí provozu
- 1 šéfkuchař
- 4 kuchaři + pomocné síly
- 2 cukrářky
- 2 snídaňové servírky
- 2 barmani - na krátký a dlouhý týden (mají na starosti restauraci a bar)
- 4 číšníci – v restauraci + v sezóně další brigádně

Technický management

- 2 údržbáři

Zásobování a skladování

- 1 skladník

Úsek doplňkových služeb

- Relax centrum – 2 stálí zaměstnanci + 2 na úklid

Náplň práce jednotlivých pracovníků

Ředitel

- řídí činnost hotelu, zabezpečuje plnění úkolů, které mu ukládají orgány společnosti, odpovídá za řízení hotelu a splnění úkolů orgánům společnosti

Ekonomka

- stará se o účetnictví hotelu
- zpracovává přijaté a vydané faktury

Provozní management

Vedoucí provozu

- = food&beverage manažer
- má na starosti chod restaurací a kuchyně
- zařizuje firemní akce, jejich organizaci

Asistentka vedoucí provozu

- vypomáhá vedoucí provozu
- má na starosti chod restaurací a kuchyně
- zařizuje firemní akce, jejich organizaci

Vedoucí recepce

- má na starosti ubytování hostů, rezervace a velké objednávky
- dělá rozpisy služeb pro recepční a portýry
- zařizuje smlouvy s cestovními kanceláři
- dělá uzávěrky a jiné formuláře

Recepční

- přijímá a vyřizuje objednávky ubytovacích a jiných hotelových služeb

Portýr

- pomáhá při ubytování hostů, doprovází je na pokoj, nosí jim kufry
- řidič (rozvoz)

Hotelová hospodyně

- organizuje úklidové služby na jednotlivých pokojích, řídí a kontroluje práci pokojských, řídí výměnu prádla, doplňování vybavení pokojů, vede evidenci prádla

Pokojská

- vykonává vlastní úklid pokojů

Šéfkuchař

- odpovídá za celkovou činnost a plynulý chod výroby, sestavování výrobních programů, kontrolu práce podřízených pracovníků

Kuchař

- příprava pokrmů

Cukrářka

- příprava dezertů a zákusků

Servírky, barmani, číšníci

- obsluha hostů

Zaměstnanci v relax centru

- obstarávají služby na recepci v Relax centru
- starají se o hygienu, stav vody, první pomoc, masáže
- dělají instruktory

Údržbáři

- zajišťují veškeré údržbářské práce v hotelu

4.6 Marketing hotelu [7]

Marketing pohostinství a cestovního ruchu má několik typických charakteristik. Některé jsou společné všem ostatním organizacím v oboru služeb; existence dalších je podmíněna způsoby řízení a regulací organizací služeb.

Šest obecných specifíků – neměnné rozdíly, které ovlivňují marketing služeb:

1. Nehmotný charakter služeb - před zakoupením výrobků je možno je posuzovat nejrůznějšími způsoby: ohmatat, očíhat, ochutnat, vyzkoušet. Oproti tomu služby nelze testovat a hodnotit stejným způsobem. Jsou *nehmotné* a musíte mít zkušenosti s tím, jak „fungují“.
2. Charakter výroby (místní a časová vázanost služeb) - většina služeb je vyráběna a spotřebována na témže místě, hosté se musí ubytovat a lidé musí zajít do restaurace, aby mohli vyzkoušet služby, které nakupují. Kvalitní kontrola služeb (v důsledku působení lidského faktoru) nedosahuje takové dokonalosti, ani není tak jednoduché ji zajistit. Všichni zaměstnanci nejsou schopni poskytovat služby stejné úrovně jako někteří jejich kolegové; proměnlivost úrovně služeb je životní skutečností. Přestože standardizace služeb je obdivuhodným cílem, kterého by se měli snažit firmy dosáhnout, ve skutečnosti je to nereálné.
3. Pomíjivost služeb - služby a především čas možný k jejich realizaci nelze skladovat. Jejich životnost je jeden den a méně; neexistuje žádný sklad pro ukládání poskytovaných služeb.
4. Distribuční cesty - v tomto odvětví fyzicky neexistuje žádný distribuční systém. Ve skutečnosti jsou to naopak zákazníci, kteří musí přijít do „továrny“ služeb nakoupit.
5. Podmíněnost nákladů - u většiny vyráběného zboží je možné přesně určit fixní a variabilní náklady. Jde o běžné, hmotné komodity. Pro služby platí proměnlivost, tak i nehmotnost. Někteří zákazníci vyžadují větší pozornost než jiní a charakter požadovaných služeb není možné snad nikdy přesně stanovit. Výstupy výrobního závodu mohou být pečlivě programovány a plánovány, objemy produkce v tomto oboru však nikoli.

6. Vázanost služeb na jejich poskytovatele - některé služby jsou neoddělitelné od jedince, který je poskytuje. Příkladem může být celá řada restaurací, jejichž majitelé a vedoucí získali vynikající pověst díky svým pokrmům, osobnosti nebo obojímu.

Podpora prodeje [1]

Prodej a podporu prodeje organizují prodejní oddělení, kde pracují odborně vzdělaní pracovníci. Rozhodující je samozřejmě bezchybně a bezproblémově fungující výměna informací mezi jednotlivými pracovníky a odděleními (recepce a rezervace – restaurace – prodej – finanční a účetní oddělení). Klíčovou pozici má recepce, která poskytuje prodejnímu oddělení důležité informace o hostech.

Podpora prodeje:

- uvnitř hotelu – prostřednictvím pracovníků, jídelních a nápojových lístků, prospektů
- mimo hotel – prostřednictvím hotelových prospektů, internet, jednou za čas Budějovické listy

Pracovníci [1]

Hotel je tak dobrý, jak dobrý je ředitel a ostatní pracovníci. Host při návštěvě hotelu očekává příjemné, schopné a spolehlivé pracovníky. Kvalita kontaktů mezi hostem a zaměstnancem je určujícím faktorem pro hodnocení celého hotelu. Proto je velmi důležitý výběr, vedení a motivace zaměstnanců. Ředitel hotelu by se o zaměstnance měl starat stejně jako o hosty hotelu.

Přátelskost, zdvořilost, spolehlivost a ochotu personálu staví většina hostů na první místo. Prostřednictvím dobrého a správného vystupování personálu je možno získat velkou důvěru hostů.

Marketing hotelu Štekl

V současné době byl zrušen marketingový manažer. Marketing tedy není propracovaný, jelikož se nedá časově zvládat.

Marketing hotelu probíhá spíše prostřednictvím internetu. Také byla v jedné době použita reklama prostřednictvím Rádía Kiss Jižní Čechy.

4.7 Konkurence

Na Hluboké nad Vltavou se nachází pouze několik konkurenčních hotelů. Pro hotel Štekl jsou konkurencí spíše hotely v nedalekých Českých Budějovicích jako je hotel Zvon a hotel Malý Pivovar. V budoucnosti bude hotel Štekl nacházet konkurenci v Parkhotelu v Hluboké nad Vltavou, který je právě ve výstavbě.

Hotel Apartment Hluboká [11]

Čtyř hvězdičkový hotel je umístěn v centru města Hluboká nad Vltavou, 10 km od jihočeské metropole Českých Budějovic (150 km jižně od Prahy).

Rezervaci míst v hotelu je možno provést ze stránky rezervací nebo nás můžete kontaktovat na adrese: Masarykova 972, Hluboká nad Vltavou, telefon: 387 967 777

Ubytování je poskytováno v nově zařízených apartmánech. Pro hosty je k dispozici 10 apartmánů celkem pro 45 osob.

Každý apartment obsahuje dvě samostatné ložnice, kuchyň, jídelnu, obývací pokoj, koupelnu, toaletu, balkon nebo terasu. Součástí výbavy je také telefon s přímou provolbou, satelitní televizní přijímač (21 programů) a rádio. Dále je hostům k dispozici parkoviště, garáž, směnárna a možnost sekretářských služeb.

Hotel je vhodný pro obchodní cesty, individuální i rodinnou turistiku.

Pro cestovní kanceláře poskytuje slevy 10-20%!

Ceny: [11]

Běžné apartmá:

	1 osoba	2 osoby	3 osoby	4 osoby	5 osob
	900,-	2 x 800,-	3 x 700,-	4 x 600,-	5 x 500,-
Celkem:	900,-	1.600,-	2.100,-	2.400,-	2.500,-

Tabulka č. 8

Luxusní apartmá:

	1 osoba	2 osoby	3 osoby	4 osoby	5 osob
	1.200,-	2 x 1.100,-	3 x 1.000,-	4 x 900,-	5 x 800,-
Celkem:	1.200,-	2.200,-	3.000,-	3.600,-	4.000,-

Tabulka č. 9

Hotel Teniss center Martin Damm [12]

Tennis Center Martin Damm se nachází 11 km od Českých Budějovic přímo pod historickým zámek Hluboká.

Adresa: Podskalí 878, 373 41 Hluboká nad Vltavou

Hotel má kapacitu 50 lůžek, recepce s non-stop službou, vlastní parkoviště. Nabízí komfortní 2 a 3 lůžkové pokoje, rodinné apartmá, TV-sat., koupelna. Restaurace s venkovní terasou, bar. K dispozici je venkovní bazén, lehátka na slunění. Zasedací místnost pro 40 osob, salonky.

Speciální nabídky

Letní tenisová škola Martina Damma (týdenní pobyty). Individuální i skupinové pobyty s tenisem, cykloturistikou a nabídkou kulturního vyžití. Možnost pořádání společenských akcí a školení. 100 m od hotelu se nachází nově otevřený bazén s toboganem. Vedle areálu je od roku 2000 v provozu golfové hřiště s 18 jamkami. Umělá ledová plocha na bruslení a hokej (říjen - březen).

Sportovní vyžití:

V zimě 2 přetlakové haly, z toho 1 hala celoročně.

Nabízí služby kvalifikovaného trenéra.

Grand hotel Zvon [13]

V rámci nového programu „Business“ nabízí ucelený produkt jasně přizpůsobený všem požadavkům, který v plném rozsahu uspokojí specifické nároky firemní klientely.

Nosným bodem nabídky je nově rekonstruovaný komplex dvou domů, ve kterém vybudovali obchodní klientele pokoje kategorizované jako Executive *****.

Tyto pokoje poskytují veškerý komfort, který klient očekává: luxusně zařízený a prostorově velkorysý pokoj je proveden v jemných, uklidňujících barvách, je standardně vybaven žehličem kalhot a internetovou přípojkou, samozřejmostí je minibar a bezpečnostní schránka.

Bezpečnost pokoje je pochopitelně zajištěna systémem magnetických zámků.

Celý hotelový komplex pak hostovi nabízí i zajištění bezpečnosti vozu formou vlastního krytého parkoviště v objektu.

Pro služby faxové, kopírovací i mnohé jiné je pak k dispozici profesionální recepce hotelu, či od 16.4.2006 nově otevřené Business centrum.

Všem individuálním hostům navíc budou od jara k dispozici oddělené VIP snídaně s

mnohem širším a bohatším bufetem v soukromí klimatizovaného prostoru luxusního restaurantu Mozart, s výhledem na historické náměstí Přemysla Otakara II.

V hotelu jsou k dispozici dvě restaurace: Restaurant Gourmet Symphony a Pilsner Urquell Original Restaurant.

Kongresové možnosti: Restaurant Mozart a Salon Bohemia

Grand Hotel Zvon nabízí rozsáhlé konferenční možnosti ve všech veřejných prostorech. Můžete si objednat přípravu malé prezentace svého výrobku pro úzký okruh posluchačů, probíhající pouze v salonku i rozsáhlou konferenci pro několik set posluchačů s několika souběžnými přednáškami ve všech prostorách hotelu.

Další služby:

- sekretářské a na objednávku i překladatelské služby
- průvodcovské služby
- asistence při plánování a zajišťování programu
- wellness-house
- kadeřnice, masér a kosmetičky

Hotel Malý pivovar [14]

Hotel Malý pivovar je v majetku národního podniku *Budvar*. V historické budově ze 16. století, kde se nacházel jeden z prvních měšťanských domů, v němž se vařilo pivo nabízí Budějovický Budvar luxusní ubytování 25 komfortních pokojů, 4 luxusní apartmá..

Všechny pokoje jsou vybaveny koupelnou a WC, minibarem, televizorem se satelitním příjmem a telefonem s přímou volbou.

Střežené hotelové parkoviště.

Pultové ceny [14]

	<i>Sezona</i>	<i>Mimosezona</i>
	01.04.- 31.10.2006	02.01.- 31.03.2006 * 01.11.-27.12.2006
<i>1/1</i>	2300,-	1850,-
<i>1/2</i>	3300,-	2600,-
<i>A Sgl</i>	3050,-	2050,-
<i>A 1/2</i>	3800,-	2900,-
<i>Přistýlka</i>	900,-	900,-

Tabulka č. 10

Cestovní kanceláře - Skupiny/Jednotlivci

	<i>Sezona</i>	<i>Mimosezona</i>
	01.04.- 31.10.2006	02.01.- 31.03.2006 * 01.11.-27.12.2006
<i>1/1</i>	1840,-/2070,-	1480,-/1660,-
<i>1/2</i>	2640,-/2970,-	2080,-/2340,-
<i>A Sgl</i>	2440,-/2740,-	1640,-/1840,-
<i>A 1/2</i>	3040,-/3420,-	2320,-/2610,-
<i>Přistýlka</i>	720,-/810,-	720,-/810,-

Tabulka č. 11

Stravovací prostory hotelu Malý pivovar

- Hotelová restaurace "U královské pečeti" nabízí široký výběr místní i světové kuchyně, doplněný o bohatou nabídku hotelové vinotéky.
- Ve stylové pivnici "Budvarka" mohou hosté ochutnat krajové speciality, jako doplněk doporučujeme pěnivý "Budvar".
- Kavárna-cukrárna hotelu nabízí vlastní cukrářské výrobky, doplněné o vyjimečné kávové menu.
- Ve 2 stylových saloncích/Budvarský, Primátorský/ hotel nabízí pořádání společenských akcí, jednání a nejrůznějších oslav.

K dalším službám hotelu patří:

- 12-ti hodinový room-service
- hotelová prádelna
- přístup na internet
- směnárna
- možnost čepování piva uzavřených společností z originálního budvarského výčepního zařízení
- zajišťování exkursí do n.p.Budějovický Budvar
- zajišťování svatebních hostin
- pořádání "pivních večerů" ve stylové pivnici - dechovka, dudácká kapela, národopisné soubory
- zajišťování vstupenek na sportovní, kulturní a společenské akce
- zajišťování cateringových služeb
- zajišťování tiskových konferencí, kursů a školení
- průvodcovská a tlumočnická služba dle osobního dojednání
- hlídané hotelové parkoviště

Hotel Gomel [15]

Hotel Gomel **** v roce 2004 kompletně zrenovovaný, je již po několik let jednou z dominant centra Českých Budějovic.

Celková kapacita hotelu je 204 pokojů, většinou dvoulůžkových, ve 26 pokojích je možnost třetího lůžka. Pokoje jsou vybaveny koupelnou s vysoušečem vlasů, barevnou televizí se satelitním příjmem, minibarem, telefonem a možností připojení na internet. V 16. patře vzniklo 11 zcela nových, klimatizovaných pokojů. Z těchto 11 pokojů jsou 3 pokoje zařízeny pro tělesně postižené hosty.

V hotelové hale se nabízí příjemné posezení ve snack baru s denním i nočním provozem a příznivci vzrušení jistě neopomenou navštívit večer casino. V recepci je hostům k dispozici směnárna, informační servis, hotelová taxislužba, prodej dárkových předmětů a kadeřnictví.

Celý den mohou hosté využívat restauračních služeb s celkovým počtem 550 míst u stolu. Bohatý výběr jihočeských jídel a specialit mezinárodní kuchyně nabízí několik restaurací a kavárna v 1. patře hotelu. Pro uzavřenou společnost jsou k dispozici 2 salonky pro 50 osob, 1 salonek pro 90 osob a 2 sály pro 130 osob, které se dají spojit na velký sál až pro 260 osob. Nabízí možnost pořádání konference vč. zapůjčení techniky, semináře, firemní setkání, rauty, svatební hostiny či rodinné oslavy.

Hotel GOMEL nabízí 204 kompletně zrenovovaných pokojů:

191 dvoulůžkových pokojů standart - (manželské nebo oddělené postele) wc/koupelna s vanou nebo sprchovým koutem, vysoušečem vlasů a kosmetickým zrcátkem, barevná televize se satelitem, rádio, minibar, telefon s přímou volbou do celého světa, připojení na internet

11 pokojů superior - WC/koupelna s vanou nebo sprchovým koutem, vysoušečem vlasů a kosmetickým zrcátkem, barevná televize se satelitem, rádio, minibar, telefon s přímou volbou do celého světa, připojení na internet, klimatizace, pokojový trezor, v některých žehlič kalhot a možnost uvaření kávy a čaje

2 apartmá - obývací pokoj a ložnice, WC/koupelna s vanou a bidetem, vysoušečem vlasů a kosmetickým zrcátkem, barevná televize se satelitem, rádio, minibar, telefon s přímou volbou do celého světa, připojení na internet, pokojový trezor, žehlič kalhot, káva a čaj k dispozici

4 rodinné pokoje - dva dvoulůžkové pokoje s možností propojení

3 pokoje pro tělesně postižené

- na 26 pokojích lze využít 3 lůžko
- kuřácké a nekuřácké pokoje
- bezpečnost hostů zajištěna kouřovými a tepelnými detektory jak v pokojích tak v hotelových chodbách
- bezpečnostní zámkový systém s čipovými kartami

CENÍK 2006			
		Mimosezóna	Sezóna
		02.01. - 01.04.06	01.04. - 01.11.06
		01.11. - 29.12.06	
Pultová cena /rack rates/			
Typ pokoje			
jednolůžkový pokoj standart	CZK	1240,-	1590,-
dvoulůžkový pokoj standart	CZK	1990,-	2190,-
třilůžkový pokoj standart	CZK	2590,-	2840,-
dvoulůžkový pokoj superior	CZK	2900,-	2900,-
apartmá	CZK	3900,-	3900,-

Tabulka č. 12

Hotel nabízí několik druhů restaurací:

Restaurace Gomel

Restaurace Doudlebská jízdna

Kavárna Corso

Snack bar

Salonky

4.8 Budoucí vývoj

Ředitel hotelu Štekl nemá žádné dlouhodobé cíle, jelikož jeho krátkodobým cílem je tento hotel prodat a tudíž už nebude ani součástí řetězce Bohemia Gold Hotels a. s.. Další vývoj hotelu bude záviset na jeho budoucím majiteli. Do dalšího roku nemají v plánu zdražování služeb, předpokládají, že by ceny mohly jedině trochu klesnout a to kvůli budoucímu Parkhotelu.

5. Výsledky šetření

5.1 Struktura klientely

Klientelu hotelu Štekl tvoří ze 40% zahraniční klienti, kteří si sjednali tento pobyt přes cestovní kancelář, která má s hotelem smlouvu. Postupně se ale poměr české klientely vyrovnává zahraniční klientele. Ze zahraniční klientely hotel navštěvují zejména Asiaté, Němci, Angličané a Američané a to spíše střední vrstva. Z české klientely je to spíše vyšší střední vrstva.

5.2 Analýza návštěvnosti

V hotelu Štekl se provádí obsazenost dne, ze které lze určit obsazenost za celý rok.

V sezóně, která je od května do října, je tato obsazenost rovna přibližně 80%. Většinu obsazenosti v sezóně tvoří klienti, kteří ubytování v hotelu spojují s návštěvou zámku Hluboká.

Mimo sezónu, která je od listopadu do dubna, je obsazenost hotelu pouze 30% a to díky firemním akcím, které se zde pořádají, jelikož zámek Hluboká je přes zimu zavřený.

6. Zhodnocení činnosti

Hotel Štekl je luxusní čtyřhvězdičkový hotel, který se nachází v Hluboké nad Vltavou. Tento hotel jsem si pro svou bakalářskou práci vybrala proto, že je to velmi známý hotel a nachází se v překrásné krajině vedle zámku Hluboká.

Kapacita ubytovacích služeb hotelu včetně přistýlek činí 110 lůžek. Vybavení hotelu je velmi komfortní, ve stejném stylu jako je interiér zámku. Ani jeden pokoj není stejný, každý má svou originální atmosféru.

Stravovací služby jsou poskytovány celkem v šesti střediscích včetně terasy. Tyto služby jsou poskytovány ubytovaným hostům i pasantům. Jídelní i nápojový lístek je velmi bohatý a uspokojí přání všech hostů.

Doplňkové služby jsou poskytovány prostřednictvím Relax centra a Regentského sálu používaného na konferenční služby s moderním vybavením. Relax centrum je otevřené i pro neubytované návštěvníky.

Ceny ubytovacích služeb jsou ve vyšší cenové relaci, a proto se zde může ubytovat spíše vyšší vrstva obyvatelstva. Těmto cenám ale odpovídá kvalita těchto služeb. Z důvodu těchto cen je zde zastoupena více zahraniční klientela než tuzemská. I přes tyto vysoké ceny má hotel dostatečnou obsazenost.

Hotel Štekl se dá považovat za velmi dobře prosperující hotel. Návštěvnost hotelu není ovlivněna ani chybějícím marketingovým poradcem, jelikož hotel Štekl má svou stálou klientelu a je velmi dobře zapsán v povědomí lidí.

I přesto bych doporučila, aby byla vymezena osoba nebo externí poradce, který by se staral o marketing a přitáhl hosty i na zimní sezónu, kdy je velmi nízká obsazenost hotelu, vzhledem k tomu, že hlavní objekt zájmu turistů, tedy zámek Hluboká, je v této době zavřený.

Konkurence hotelů v Hluboké nad Vltavou je malá, ale tyto hotely se stávají konkurencí ne svou kategorií a třídou, ale nižšími cenami. Hotel spatřuje konkurenci v budoucím Parkhotelu v Hluboké nad Vltavou, který je ve výstavbě. Větší konkurencí jsou hotely v Českých Budějovicích jako hotel Zvon, hotel Malý pivovar a hotel Gomel.

Organizace řízení hotelu je úměrná jeho velikosti. Management hotelu neklade velký důraz na uplatňování marketingu. Hotel také využívá internet, který je v současnosti nejdynamičtěji se rozvíjícím komunikačním médiem, na rezervace, komunikaci s klienty.

Hotel získává klienty díky blízkému zámku Hluboká, dále možností pořádání konferencí a smlouvami s cestovními kancelářemi. Největší část klientely tvoří zahraniční návštěvníci a to Asiaté, Němci, Angličané a Američané.

Hotel poskytuje služby po celý rok, hlavní sezónou je květen – říjen, což se projevuje v ekonomické situaci hotelu, tak i na počtu hostů.

7. Závěr

Tato práce je zaměřena na analýzu činnosti vybraného podniku cestovního ruchu a tím je hotel Štekl v Hluboké nad Vltavou.

Čtyřhvězdičkový hotel Štekl je provozován hotelovým řetězcem Bohemia Gold Hotels a.s., i když podle záměru ředitele tento hotel později už nebude patřit do tohoto řetězce. Tento hotel se nachází v Hluboké nad Vltavou v historickém zámeckém objektu. Hotel nabízí ubytovací, stravovací i doplňkové služby jako je Relax centrum, konferenční služby, pořádání výletů, zařizování sportovního vyžití a mnoho jiných.

Hotel se svou celkovou kapacitou lůžek řadí mezi středně velké hotely.

Rozborem zjištěných informací došlo k vyhodnocení celkové situace hotelu. Rozbor byl založen na studii odborné literatury, dále na studii poskytovaných služeb, marketingu, managementu a konkurenci.

Z analýzy vyplynulo, že hotel Štekl je dobře prosperujícím hotelem, který si dokáže udržet svou stálou klientelu. Byly ale nalezeny nedostatky v oblasti marketingu. Hotel je sice mezi klientelou dobře znám a v sezóně má dostatečně vysokou obsazenost, ale mimo sezónu nedokáže získat dostatečné množství klientů, aby se mu zvýšila obsazenost z pouhých 30ti %.

Doporučila bych tedy přijmout marketingového manažera či jen externího poradce, který by dokázal svými návrhy a propagací přilákat více klientely.

Studie je prováděná v zájmu hotelu a její závěry by mohly sloužit pro jeho další úspěšnou a dlouhotrvající činnost.

7.1 Summary

This work aims at analysis of tourism company activities and it is hotel Štekl in Hluboká nad Vltavou.

Four stars hotel Štekl is running by hotel chain Bohemia Gold Hotels a. s., but this hotel will not belong to this chain. This hotel is located in Hluboká nad Vltavou in historical castle territory. Hotel offers accommodational, boarding and complementary services als Relax centrum, conferential services, directing of excursions, arranging of sporting and many another.

Hotel classes by total bed capacity among medially great hotels.

By analysis of positive informations got to evaluation total hotel situation. Analysis did base on study of scholarly literature, next on study of offering services, marketing, management and competitors.

From analysis eventuates, that the hotel Štekl is well prospering hotel, which proves its regular clientele keep up. Imperfections were found out in field of marketing. Hotel is well known among clientele or else and in season has sufficiently high occupation, but out of season dosen't prove adequate amount of clients obtain, in order to heighten occupation from scant 30 %.

I advise to admit marketing manager or only external consultant, which proves with his suggestions and advertising more clientele attract.

The study is going about the interest of hotel and its results can be used for its next successful and long - running activity.

8. Literatura

Obecně vymezuující literatura:

- [1] Beránek, J., Pavel Kotek: Řízení hotelového provozu, Praha: Grada publishing, 1998, ISBN 80-7169-726-5
- [2] Gúčík, M. a kolektiv: Krátky slovník cestovního ruchu, Banská Bystrica: Slovensko-švajčiarske združenie pre rozvoj cestovního ruchu, 2004, ISBN 80-88945-73-9
- [3] Horner, S., Swarbrooke, J.: Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času, Praha: Grada Publishing, 2003, ISBN 80-247-0202-9
- [4] Indrová, J.: Hotelový management (vybrané kapitoly), Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 1996, ISBN 80-7079-775-4
- [5] Lednický, V.: Technické památky v cestovním ruchu, Ostrava, 2004, 1. vydání, VŠB-TU Ostrava, ISBN 80-248-0611-8
- [6] Minář, P. a kol.: Technika, management a marketing v CR, Hradec Králové: Gaudeamus, 1996, ISBN 80-7041-577-0
- [7] Morrison, A. M.: Marketing pohostinství a CR, Praha: Victoria publishing, 1995, ISBN 80-85605-90-2*R*
- [8] Oriška, J.: Technika služeb CR, Praha: Idea servis, 1999, ISBN 80-85970-27-9

Konkretizující literatura:

- [9] Informační desky hotelu Štekl

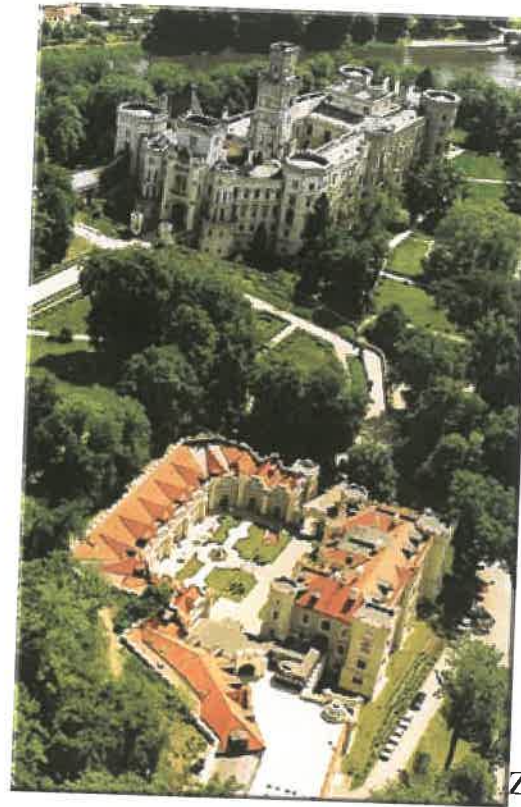
Další zdroje:

- [10] www.bohemiagold.cz (18.10.2005)
- [11] www.kamille.cz (9.2.2006)
- [12] www.infohotel.cz (9.2.2006)
- [13] www.hotel-zvon.cz (16.3.2006)
- [14] www.malypivovar.cz (16.3.2006)
- [15] www.gomel.cz (16.3.2006)
- [16] www.hluboka-nad-vltavou.turistik.cz/cs/ (18.10.2005)
- [17] Závěrečná práce – Eva Horanová: Rozbor činnosti hotelu, 2000

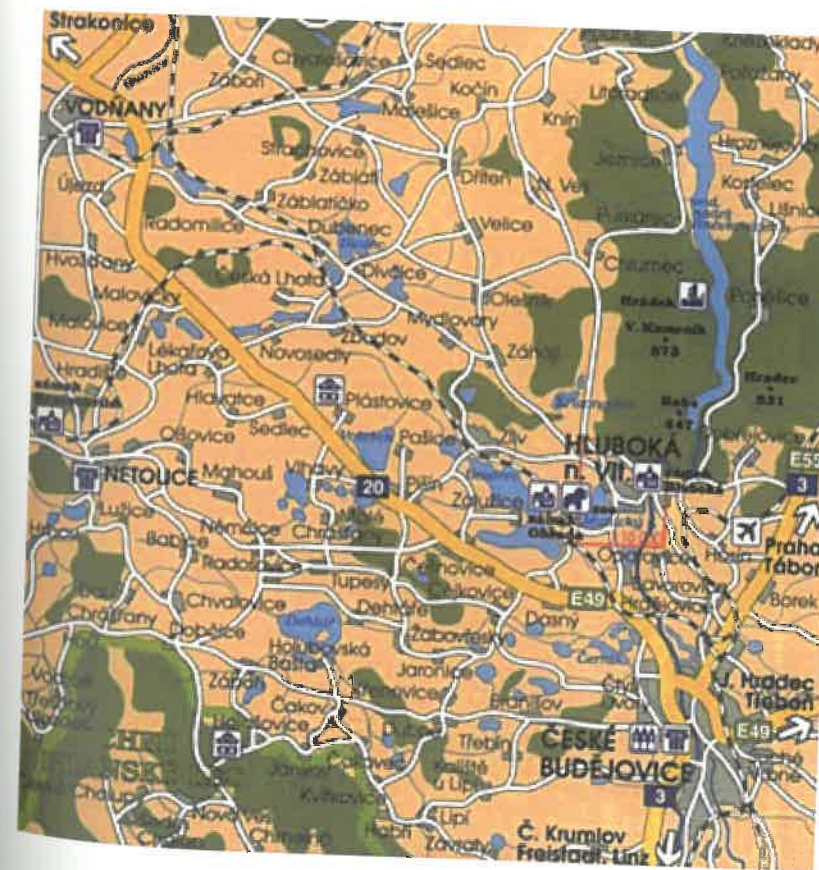
9. Přílohy

1. příloha: Fotografie hotelu a okolí
2. příloha: Telefonická objednávka/osobní objednávka
3. příloha: Kartačka pro cizineckou policii
4. příloha: Formulář na výběr snídaně na pokoj
5. příloha: Dotazník kvality nabízených služeb

Příloha č. 1



Zámek Hluboká a hotel Štekl – pohled shora



Mapa okolí



Nádvoří hotelu



Konferenční sál



Terasa



Hotelové pokoje

Hotelová recepcie



Relax centrum



Příloha č. 2

TELEFONICKÁ OBJEDNÁVKA OSOBNÍ OBJEDNÁVKA

Datum objednávky :

Jméno hosta :

Termín : od.....do.....

Typ pokoje :	Jednolůžkový	/	Dvoulůžkový	kuřácký - nekuřácký
ZámeckýX	X
KrálovskýX	X
ApartmáX	X

Přistýlka : x Zvíře :

Sleva :

Poznámky :

.....

.....

.....

Garance kredit.kartou :

Druh karty : Expir. /

Jméno objednávajícího :

Telefon :

Rezervaci provedl : Kód do PC : **TELO**



Prosím, vyplňte TISKACÍM PÍSMEM
Please, use BLOCK CAPITALS

Jméno _____ **Příjmení** _____ **Titul** _____
Christian name _____ Surname _____ Degree _____

Datum narození _____ **Číslo pasu nebo OP** _____
Date of birth _____ Passport or ID no. _____

Adresa _____
Address _____

Národnost _____
Nationality _____

Datum Vašeho pobytu _____
Date of your visit _____

Druh cesty
Reason for visit
* tourists *business *other reason

Podpis _____
Signature _____



Please, be so kind and fill in the breakfast menu card by 8 p.m. and give it to a receptionist. Or we can take it from you after calling no. 200.

Room number:

Date:

Requested time of serving breakfast:

- 7.00 - 7.15 7.30 - 7.45 8.00 - 8.15
 8.30 - 8.45 9.00 - 9.15 9.30 - 9.45

Breakfast included in the room price:

Selection of home-made breads, croissants, butter, fresh fruits or cereals, cornflakes

- Toast
 Plate of sausages and salamis
 Selection of Czech cheeses with fruits
 Coffee
 Decaffeinated coffee
 Tea with lemon with milk
 Hot milk
 Hot chocolate

Additional offer:

- Fried eggs
 with bacon
 with ham
 Scrambled eggs
 with mushroom
 with ham
 Boiled eggs for.....minutes

 Warm sausages
 Grilled sausages
 Griddle cakes with honey and blueberries

You may have any other breakfast menu according to your wish:



Dotazník kvality nabízených služeb
Questionnaire on Quality of the Offered Services
Fragebogen zur Qualität der angebotenen
Dienstleistungen

Jméno hosta / Name of the guest / Gästenamen

Číslo pokoje / Room No. / Zimmer Nr.

Adresa bydliště / Home address / Wohnsitzadresse

Stát / State / Staat

Datum pobytu / Time of stay / Aufenthalt von bis

Vaše připomínky - označte kroužkem známku podle Vašeho mínění (nejlepší 1, nejhorší 5)
Your comments - please circle the mark according to Your opinion (1 - best, 5 - worst)

Ihre Bemerkungen - bitte jenen Ihrer Beurteilung entsprechende Note mit dem Ring versehen (beste 1, schlimmste 5)

Vaše připomínky ke kvalitě ubytování / Your comments to the quality of accommodation / Ihre Bemerkungen zur Qualität der Unterkunft

Poloha hotelu / Location of the hotel / Hotellage 1 2 3 4 5

Zařízení pokoje / Equipment of the room / Zimmereinrichtung 1 2 3 4 5

Koupelna a WC / Bathroom and toilet / Badezimmer und Klosett 1 2 3 4 5

Úroveň úklidu / Level of cleaning / Aufräumungsqualität 1 2 3 4 5

Vaše připomínky ke stravování / Your comments to the catering / Ihre Bemerkungen zur Qualität der Verpflegung

Sortiment jídla / Assortment of the food / Sortiment der Speisen 1 2 3 4 5

Kvalita jídla / Quality of the Food / Qualität der Speisen 1 2 3 4 5

Room service / Zimmerservice 1 2 3 4 5

Kvalita obsluhy / Quality of the attendance / Qualität der Bedienung 1 2 3 4 5

Vaše připomínky ke kvalitě nabízených služeb / Your comments to the quality of services / Ihre Bemerkungen zur Qualität der angebotenen Dienstleistungen

Kosmetika / Cosmetics / Kosmetik 1 2 3 4 5

Fitness / Fitnesszentrum 1 2 3 4 5

Bazén / Swimming pool / Schwimmhalle 1 2 3 4 5

Sauna 1 2 3 4 5

Ostatní připomínky / Other comments / Andere Bemerkungen

..... 1 2 3 4 5

..... 1 2 3 4 5

..... 1 2 3 4 5

..... 1 2 3 4 5

Management hotelu Vám děkuje za sdělení Vašich připomínek a podnětů ke zlepšení kvality provozu hotelu.
Děkujeme Vám za návštěvu našeho hotelu a věříme, že i za Vaší pomoci budou námi nabízené služby na stále vyšší úrovni.

Management of the hotel thanks You for Your comments regarding the hotel quality service.
We thank You for Your service and believe that also thanks to Your assistance the offered service will continue to improve.

Das Hotelmanagement bedankt sich bei Ihnen für Ihre Bemerkungen und Anregungen zur Verbesserung der Qualität des Hotelbetriebes.
Wir danken Ihnen für den Besuch unseres Hotels und hoffen, dass auch mit Ihrer Hilfe durch uns angebotene Dienstleistungen immer höheres

Niveau erreichen werden.

MANAGEMENT HOTELU - MANAGEMENT OF THE HOTEL - HOTELMANAGEMENT

D456