

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Zemědělská fakulta

Katedra cestovního ruchu Tábor



Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání, specializace cestovní ruch

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Analýza činnosti vybraného hotelového zařízení

Vedoucí bakalářské práce:

Mgr. Vladimír Dvořák

Autor:

Lenka Pechová

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: **Lenka PECHOVÁ**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání - cestovní ruch**
Název tématu: **Analýza činnosti vybraného hotelového zařízení.**

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

Cíl práce:

Analýzovat činnost vybraného hotelu, srovnání s dalšími subjekty.
Provést analýzu návštěvnosti, využitelnosti hotelu, poskytovaných služeb, marketingu managementu, včetně vlivu konkurence na chování hotelu.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury a pramenů.
2. Provedení analýzy činnosti vybraného hotelu.
3. Konfrontace výsledků včetně jejich analýzy, návrhy ke zkvalitnění činnosti daného zařízení.

Rámcová osnova:

1. Úvod, 2. Literární přehled, 3. Použitá metodika, 4. Rozbor a vyhodnocení hotelu, 5. Vlastní šetření, 6. Závěr, 7. Seznam literatury, 8. Přílohy.

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

Seznam odborné literatury:

- Beránek, J.: Řízení hotelového provozu. Praha: Grada, 1996.
Indrová, J.: Hotelový management. Praha: VŠE, 1996.
Indrová, J.: Podnikatelská činnost ve stravování a hotelnictví. Praha: VŠE, 1995.
Kašpar, J.: Ekonomika hotelnictví. Praha: VŠE, 1989.
Minář, P. a kol.: Technika, marketing a management v cestovním ruchu.
Hradec Králové: Gaudemann, 1996.
Morisson, A. H.: Marketing pohostinství a cestovního ruchu. Praha: Victoria publishing, 1995.

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

L.S.

doc. Ing. Marie Hesková, CSc.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 15. března 2005

PROHLÁŠENÍ:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Analýza činnosti vybraného hotelového zařízení 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 14. 4. 2006

.....
.....

PODĚKOVÁNÍ:

Ráda bych touto cestou poděkovala Mgr. Vladimírovi Dvořákovi za odborné vedení, cenné připomínky a rady při zpracovávání mé práce. Dále bych chtěla poděkovat za informace, které mi byly poskytnuty majitelem hotelu Lucia a jeho zaměstnanci, bez nichž by tato práce nemohla vzniknout.

Poděkování patří i mé rodině za její pomoc a morální podporu.

OBSAH

1. ÚVOD.....	1
2. LITERÁRNÍPŘEHLED.....	2
2. 1 Význam vývoje hotelnictví pro rozvoj cestovního ruchu.....	2
2. 2 Rozvoj hotelnictví na území dnešní České republiky.....	3
2. 3 Hotelový management	5
2. 3. 1 Organizační struktura hotelu.....	6
2. 4 Marketing.....	7
2. 4. 1 Služby v cestovním ruchu.....	7
2. 4. 2 Hotelový marketing.....	8
2. 4. 3 Marketingový mix.....	10
2. 5 Základní předpoklady pro podnikání ve stravování a hotelnictví...	11
2. 6 Kategorizace a klasifikace ubytovacích zařízení.....	13
2. 6. 1 Klasifikace ubytovacích zařízení v České republice.....	14
2. 6. 2 Charakteristika kategorií ubytovacích zařízení dle metodiky platné v České republice.....	15
3. POUŽITÁ METODIKA.....	17
4. VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ.....	19
4. 1 Výrazy používané v hotelnictví.....	19
4. 2 Nabídka města a okolí – situační analýza.....	20
5. ROZBOR A VYHODNOCENÍ HOTELU.....	23
5. 1 Charakteristika hotelu a okolí.....	23
5. 2 Poskytované služby.....	24
5. 2. 1 Ubytovací služby.....	24
5. 2. 2 Stravovací služby.....	26
5. 2. 3 Programy a školení.....	27
5. 2. 4 Sportovní a kulturní možnosti.....	27
5. 2. 5 Ostatní služby.....	28

5. 2. 6 Parkování.....	29
5. 3 Management hotelu.....	29
5. 3. 1 Organizační struktura.....	30
5. 4 Marketing hotelu.....	33
5. 4. 1 Podpora prodeje.....	33
5. 4. 2 Segmentace trhu	34
5. 4. 3 Cenová politika.....	35
6. VLASTNÍ ŠETŘENÍ.....	39
6. 1 Struktura klientely.....	39
6. 2 Vývoj výnosů hotelu.....	40
6. 3 Konkurence hotelu.....	41
6. 3. 1 Hotel Trilobit.....	41
6. 3. 2 Porovnání hotelů.....	44
6. 4 Návrhy a doporučení na zlepšení.....	45
7. ZÁVĚR.....	47
8. SUMMARY.....	48
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	49
SEZNAM PŘÍLOH.....	50

1. ÚVOD

Česká republika má pro cestovní ruch příznivé podmínky. Výhodná geografická poloha ve středu Evropy, snadná dopravní dostupnost včetně letecké dopravy, přírodní krásy, historické a kulturní památky, činí z České republiky přitažlivou turistickou destinaci. Dnešní společnost je v důsledku rozsáhlých změn velice různorodá a vyžaduje si speciální přístup ke každému jednotlivci i celé společnosti. Hotel není jen místem, kam lidé ukládají svou hlavu ke spánku. Jedná se o komplexní organizaci, kterou je potřeba řídit, a která skýtá lidem nekonečné šance.

Sektor služeb, do nichž se hotelový provoz svojí strukturou řadí, je vysoce citlivý na vývoj kupní síly. V minulosti se význam služeb pro národní hospodářství velmi podceňoval. V posledních letech došlo v České republice k rozvoji všech druhů služeb. Zároveň se také zvýšil počet pracovníků zaměstnaných v tomto sektoru. Organizace poskytující služby jsou však zároveň velmi zranitelné. Zákazník, který kupuje službu, má často určitá očekávání, která však díky zvláštnímu charakteru služby, nehmotnosti, nedokáže přesně sdělit prodávajícímu.

Úkolem hotelu je spojovat lidi a podílet se tak na řešení problémů tohoto světa. V hotelu se často odehrávají důležité i historické události – světové, zásadní, či důležité jen z lokálního hlediska, ale mnohé jsou vyřešeny právě zde. Hotely jsou často místem schůzek hlav států, ministrů, diplomatů a specialistů. Poptávka po hotelových pokojích se mění ze dne na den v závislosti na typu hotelu a segmentech trhu, které obsluhuje. Konkurenční prostředí, ve kterém hotely podnikají, ovlivňuje způsob jejich řízení. Množství poskytovaných služeb je příčinou toho, že hotel je i velice citlivým prostředím z hlediska pracovní síly. Sféra působnosti hotelu je široká, jeho účelem je však poskytovat základní osobní služby lidem daleko od domova. Právě služby mohou být tou specifickou předností hotelu, která jej odliší od konkurence.

Cíl:

Cílem bakalářské práce je analýza činnosti hotelu Lucia, který se nachází ve Veselí nad Lužnicí. Práce je soustředěna především na činnosti samotného hotelu. V práci jsou rozebírány nabízené hotelové služby, řízení hotelového provozu, důležitost a úloha marketingu, vliv konkurence, návštěvnost hotelu. Na základě zjištění a vyhodnocení současné situace hotelu jsou v závěru práce nastíněny návrhy a doporučení, které by mohly vést ke zlepšení nynějšího stavu. Práce je doplněna též tabulkami a grafy vztahujícími se k dané problematice.

2. LITERÁRNÍ PŘEHLED

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)
- a další. (Indrová J., 1996)

Ubytovací služby představují základní podmínku pro rozvoj cestovního ruchu. Můžeme je charakterizovat jako umožnění přechodného ubytování mimo místo trvalého bydliště. Rozvoj ubytovacích zařízení je nerozlučně spjat s politickými, hospodářskými a sociálními změnami ve společnosti, které zprostředkovaně ovlivňují pohyb obyvatelstva mimo místo trvalého bydliště a působí na vznik různých druhů ubytovacích zařízení. (Malá V. a kol., 2002)

Hotelnictví je relativně samostatný obor v rámci služeb cestující veřejnosti. Předmětem jeho činnosti je výstavba, řízení a organizace hotelů i celých skupin hotelů, zabezpečování jejich provozu a poskytování hotelových služeb. (Kašpar J., 1989)

2. 1 Význam vývoje hotelnictví pro rozvoj cestovního ruchu

Hotel se jako samostatné zařízení pro ubytování cestujících objevuje na přelomu 18. a 19. století, především Evropě, s první etapou rozvoje cestovního ruchu za zdravím a za poznáním.

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. Prvé 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. (Indrová J., 1996)

Na rozvoj hotelnictví působí: rozvoj dopravy, pokles cen služeb, internacionalizace mezinárodního styku, rozvoj kongresové a incentivní turistiky. (Hesková M., 1997)

2. 2 Rozvoj hotelnictví na území dnešní České republiky

Vývoj hotelů na území dnešní České republiky sledoval obecně 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 Generální ředitelství ČEDOK. Čedok byl přímo řízen ministerstvem obchodu. Podnik Interhotely zahrnoval při svém zařízení 10 územně členěných jednotek, z toho 7 v České republice a 3 na Slovensku.

V České republice to byly: Interhotel Praha, Interhotel Karlovy Vary, Interhotel České Budějovice, Interhotel Liberec, Interhotel Krkonoše (sídlo ve Vrchlabí), Interhotel Brno, Interhotel Ostrava.

Na Slovensku: Interhotel Bratislava, Interhotel Ružomberok, Interhotel 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. (Indrová J., 1996)

V průběhu rozvoje hospodářství a cestovního ruchu se postupně profilují nové požadavky na ubytovací zařízení. Ubytovací zařízení můžeme rozdělovat podle mnoha hledisek. Mezi nejpoužívanější patří členění:

a) podle velikosti

- malá, od 10 do 100 pokojů
- střední od 101 do 250 pokojů
- velká od 251 pokojů výše

b) podle doby provozu

- celoroční
- sezónní

c) podle umístění

- městská zařízení
- lázeňská zařízení
- horská zařízení apod.

d) podle převažující klientely

- pro obchodníky
- rodiny s dětmi
- sportovce
- zařízení specializující se na kongresy atd.

e) podle druhu zařízení a jeho funkce při uspokojování potřeb cestující veřejnosti

- hotel
- hotel garni
- motel
- botel
- penzión
- turistická ubytovna
- chatová osada
- kemp

Všechna tato hlediska mají značný vliv na vybavení ubytovacích zařízení a úroveň poskytovaných služeb. (Indrová J., 1996)

2.3 Hotelový management

Pojem management - řízení - je často synonymem pro různé, někdy značně nesourodé činnosti. Tímto pojmem můžeme označovat skupinu lidí vykonávající řídicí funkce v hotelu, nebo se tento pojem ztotožňuje s jednotlivými funkcemi. Pak hovoříme o organizačním managementu, personálním managementu, finančním managementu. Management hotelu je tedy proces plánování, rozhodování, organizování, komunikování, motivování, kontroly a užití všech zdrojů hotelu ke stanovení a dosažení cílů hotelu. (Indrová J., 1996)

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 rozumíme 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. Pro ilustraci lze uvést, kolik minut ze svého několikahodinového pobytu v hotelu stráví host

v osobním kontaktu s personálem: pět minut registrací na recepci, dvě minuty informováním se o restauracích a kulturních zařízeních ve městě a dalších pět minut druhý den při placení a odjezdu. Na základě těchto zjištění lze konstatovat, že zařízení hotelu by mělo být na prvním místě. Na druhou stranu nelze tvrdit, že by kvalita a chování personálu neměla být také na co možná nejvyšší úrovni, avšak s ohledem na nutnost vytvořit co nejlepší dojem ve velmi krátkém čase. (Beránek J., Kotek P., 1996)

2. 3. 1 Organizační struktura hotelu

Organizace hotelového provozu je důležitým předpokladem jeho úspěšného fungování. Od organizace očekáváme, že na základě znalosti cílů a strategie hotelu uspořádá účelně pracovní procesy, lidské i věcné zdroje tak, aby umožňovaly dlouhodobou prosperitu hotelu. Organizační struktura pomáhá zajistit vymezení pravomocí a odpovědnosti pracovníků. Složitost organizace hotelu vychází z objemu a náplně plánovaného provozu, závisí na velikosti a třídě hotelu. U malých hotelů dochází k větší kumulaci funkcí. (Indrová J., 1996)

Pod pojmem organizační struktura chápeme 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. V každé organizační struktuře jsou základní dimenze a prvky, které ji charakterizují:

- dělba práce;
- mechanismy koordinace;
- distribuce rozhodovacích pravomocí;
- organizační hranice;
- neformální organizace;
- základní legitimacy vztahů nadřízenosti a podřízenosti.

Podle míry a rozměru těchto prvků rozlišujeme několik druhů organizačních struktur. Výběr vhodné organizační struktury posiluje efektivitu a výkonnost podniku. Při stanovování určité organizační struktury je třeba brát v úvahu druh podnikání a mentalitu národa. Organizační struktura hotelu vychází z objemu a náplně hotelového provozu. Bude proto jednoduchá u malých hotelů a složitější u hotelů velkých. Pojmům jednoduchá a složitá je třeba rozumět tak, že u malých hotelů dochází k větší kumulaci

funkcí, takže organizační struktura odráží poměrně malý počet útvarů a jednoduché závislosti mezi nimi, kdežto u velkých hotelů složitost vzniká velkým počtem útvarů s mnohočetnými propojeními mezi nimi. Cílem je vytvořit organizační strukturu co nejjednodušší, přehlednou, vyjadřující co nejpřesněji a jednoznačně dělbu práce, rozdělení odpovědností a pravomocí. Studium organizační struktury je základním krokem pro poznání chodu a řízení hotelu. Za vhodné modely pro organizační uspořádání hotelu lze považovat funkcionální organizační strukturu (pro menší hotely) a divizní organizační strukturu pro velké hotely a hotelové akciové společnosti. (Beránek J., Kotek P., 1996)

2. 4 Marketing

2. 4. 1 Služby v cestovním ruchu

Služby cestovního ruchu představují činnosti nehmotného charakteru, jejichž výsledkem je buď individuální, nebo společensky užitečný efekt. (Orieška J., 1999)

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, lázeňské služby apod.). Uvedená klasifikace je paradoxní tím, že nedoceňuje význam doplňkových služeb, které jsou rozhodující pro uspokojení cílových potřeb účastníků cestovního ruchu. Jejich kvalita podstatnou mírou ovlivňuje užitný efekt účasti na cestovním ruchu a tím i spokojenost jeho účastníků. (Orieška J., 1999)

Služby pohostinství a cestovního ruchu mají specifické charakteristiky, které nenacházíme u jiných služeb. Také platí, že služby cestovního ruchu a pohostinství nejsou zcela totožné.

Existuje osm základních specifických zvláštností služeb cestovního ruchu a pohostinství:

1. Kratší expozitura služeb.
2. Výraznější vliv psychiky a emocí při nákupu služeb.
3. Větší význam vnější stránky poskytování služeb.
4. Větší důraz na úroveň a image.
5. Složitější a proměnlivější distribuční cesty.
6. Větší závislost na komplementárních firmách.
7. Snazší kopírování služeb.
8. Větší důraz na propagaci mimo sezonu. (Morisson A. H., 1995)

Specifika trhu cestovního ruchu:

- rozvoj cestovního ruchu je podmíněn politicko-správními podmínkami danými státem
- produkt cestovního ruchu nelze vyrábět na sklad
- místní vázanost, bezprostřední sepětí s územím (místem) ve kterém se realizuje
- výrazná sezónnost
- trh je silně determinován přírodními faktory a dalšími nepředvídatelnými vlivy
- vysoký podíl lidské práce
- těsný vztah nabídky a poptávky (tj. změny v cenách a příjmech se obvykle objeví na trhu bezprostředně) (Hesková M., 1997)

2. 4. 2 Hotelový marketing

Marketing rozhodnou měrou ovlivňuje rozhodování, stanovení cílů, plánování a realizaci provozního managementu, který můžeme nazvat „operativou“ v řízení podniku.

Z praktického pohledu znamená marketing umění nabídnout poptávané služby v pravý čas a na pravém místě, za odpovídající cenu, s účinnou reklamou a podporou prodeje těm správným zákazníkům, a tak dosáhnout přiměřeného zisku.

Pro prosperitu podniku dnes nestačí pouze odvádět dobrou práci. Na vysoce konkurenčních trzích stále více stoupá význam marketingu. Marketing je funkce, která spočívá v definování cílů zákazníka a nejlepším způsobu, jak jeho potřeby a požadavky konkurenčně a výnosně uspokojovat. (Beránek J., Kotek P., 1996)

Podnik jako živý ekonomický organismus nemůže existovat osamoceně. Je obklopena prostředím, funguje uvnitř určitého prostředí, které na podnikový organismus působí a ovlivňuje jeho reakce. Je to řada činitelů vnějšího světa. Jejich působení představuje jak přínosy, tak i výstrahy nebo obojí. Má vliv na volbu služeb, které bude podnik na trhu nabízet, na ceny, které může pro tyto služby stanovit, na distribuční cesty, které použije k přemístění těchto služeb ke spotřebitelům, i na styl komunikování se zákazníky. (Horáková H., 2003)

Marketing služeb, a tím pádem i hotelový marketing, je specifický tím, že předmětem obchodu není výrobek, ale služba. Základní principy jsou však stejné, jen je třeba mít na paměti, že ve službách převládá přímý kontakt poskytovatele (prodejce) se spotřebitelem. Další odlišností vzhledem k podnikům vyrábějícím a prodávajícím zboží je ten fakt, že každé neprodané lůžko (pokoj) znamená pro hotel ztrátu a nelze jej (jako zboží) prodat následující den. V současné době převládá v hotelovém průmyslu (stejně tak jako v ostatních odvětvích) marketing orientovaný na zákazníka. To znamená, že středem zájmu podnikatelů je to, co požaduje zákazník a jeho požadavkům a potřebám je třeba přizpůsobit nabídku služeb.

Marketing obsahuje činnosti, které se zabývají trhem, tj. snaží se realizovat potenciální směny. Marketingové řízení je vědomá snaha dosahovat požadovaných výsledků směny na cílových trzích. Základní dovednost obchodníka spočívá v ovlivňování úrovně, načasování a skladby poptávky po výrobku, službě, organizaci, místu, osobě nebo myšlence.

V současné době již nelze jako v minulosti vytvořit produkt a čekat na zákazníka, je nutné poznat potřeby zákazníků a na jejich základě vytvořit produkt. Dále je třeba vzhledem ke stále rostoucí konkurenci používat účinné prostředky pro podporu poptávky právě pro náš typ produktu.

Rozhodnutí o tom, jaký typ služeb bude hotel poskytovat a jakému okruhu zákazníků budou určeny, se nazývá obchodní politika. Stanovení obchodní politiky je základem pro marketing.

Na počátku marketingových rozhodnutí jsou potřeby hostů. Rozpoznání a následné uspokojení potřeb hostů je hlavním úkolem hoteliéra. Potřeby je možné rozdělit do dvou skupin, potřeby základní a turistické.

Základní potřeby jsou podle Maslowovy hierarchie rozděleny takto:

- fyziologické potřeby (potřeba jídla, pití, spánku, pohybu, oblečení, přístřeší);
- potřeby bezpečí a jistoty (ochrana před materiálními a psychickými ztrátami);
- společenské potřeby (příslušnost k nějaké skupině, přátelství, láska);
- potřeby uznání a sebeocnění (sociální postavení, ocenění, sebedůvěra);
- potřeby seberealizace (rozvoj nových dovedností, kreativita).

Turistické potřeby jsou rozděleny do čtyř skupin:

- potřeba klidu a odpočinku (během dovolené hledá většina lidí odpočinek od fyzické i duševní námahy);
- potřeba změny (jedná se o změnu prostředí, člověk chce zažít něco jiného než každodenní stereotyp);
- potřeba uvolnění od konvencí (jde o potřebu lidí chovat se alespoň během dovolené bez omezení a konvencí, volný čas znamená pro člověka možnost dělat si to, co sám uzná za správné a vhodné, být svým vlastním pánem);
- potřeba kontaktu a komunikace (jde o potřebu seznamování se s novými lidmi, výměnu názorů a zážitků). (Beránek J., Kotek P., 1996)

2. 4. 3 Marketingový mix

Marketingový mix představuje všechny sledovatelné činitele vybrané pro uspokojení potřeb zákazníků v cestovním ruchu a vycházejí ze specifík tohoto odvětví. (Kučerová I., 1997)

Z charakteru služeb v cestovním ruchu vyplývají kromě jiného požadavky na marketing a management cestovního ruchu a je odvozen specifický marketingový mix - osm „P“ marketingu pohostinství a cestovního ruchu: **Product** (produkt, výrobek) **Promotion** (propagace), **Place** (místo, distribuce), **Price** (cena), **People** (lidé), **Partnership** (spolupráce, kooperace), **Packaging** (sestavování balíků služeb), **Programming** (programová specifikace balíků služeb).

Product je pojímán jako celková služba zákazníkovi. V cestovním ruchu (CR) je výrobek tvořen podstatnou částí nehmotného charakteru (kvalita informace, způsob

odbavení, návaznost jednotlivých částí programu atd.), kterou zákazník přijímá jednorázově a také pouze on ji vysoce subjektivně hodnotí.

Promotion informuje zákazníka o kvalitě a výhodách nákupu produktu. V CR nelze produkt předem předvést, velice významnou složkou propagace je osobní zkušenost (zkušenost známých). Typická je v CR propagace dlouho před „použitím výrobku“.

Place je způsobem zprostředkování cesty výrobku od výrobce ke spotřebiteli. V cestovním ruchu jde o využívání typických zprostředkovatelů služeb - cestovních kanceláří, touroperátorů, informačních středisek apod.

Price je mírou hodnoty výrobku. V CR je cena velice výrazným faktorem vyjadřujícím diferenciaci kvality (a kvantity) služeb, o čemž svědčí množství různých kategorií a tříd v ubytování, stravování, dopravě. Velmi propracovaný je i systém slev dílčích i komplexních služeb.

Pro cestovní ruch jsou typické následující čtyři marketingové nástroje - People, Partnership, Packaging, Programming.

People - v „klasickém“ managementu je lidský faktor nejdynamičtější a současně nejproblematičtější složkou podniku. V cestovním ruchu jsou bezpečnost, spokojenost zákazníků, úroveň služeb bezprostředně a kontinuálně ovlivňovány lidským faktorem. Mnohotvárné působení lidského faktoru „vytváří“ službu v cestovním ruchu.

Partnership je v cestovním ruchu velmi významná vzhledem k závislosti jednotlivých dodavatelů, kteří tvoří jeden produkt.

Packaging je v cestovním ruchu přímou reakcí na odlišnosti v přáních zákazníků. Jde o trend v poslední době velmi významný, podpořený využíváním informační a komunikační techniky.

Programming (vytváření provázané nabídky) je úzce propojen s packagingem, balík služeb je často sestaven z programovaných částí. (Minář P. a kol., 1996)

2. 5 Základní předpoklady pro podnikání ve stravování a hotelnictví

Zahájení podnikatelské činnosti ve stravování a hotelnictví má řadu společných rysů s ostatními obory podnikatelské činnosti, ale i řadu specifíků vyplývajících ze zvláštností pohostinských a ubytovacích služeb a musí se řídit nejen obecně platnými předpisy, ale

i současně platnými předpisy vztahujícími se k činnosti veřejného stravování a ubytování, včetně např. kategorizace a norem.

Základními obecnými předpisy, které vymezují pravidla v jakékoliv podnikatelské činnosti jsou:

- Živnostenský zákon č. 455/1991 Sb.
- Obchodní zákoník č. 513/1991 Sb.

Mezi základní předpoklady podnikatelské činnosti patří:

- rozhodnutí o způsobu podnikání a předmětu podnikání
- registrace, resp. získání živnostenského oprávnění
- získání nebytových prostor k provozovatelské činnosti podnikatele
- zajištění finančních prostředků k podnikání
- zajištění vlastního provozu

Nejčastěji se vyskytujícími obchodními společnostmi působícími v oblasti stravování a ubytování jsou kapitálové společnosti, a to společnosti s ručením omezeným a akciové společnosti.

Předmětem podnikání může být celý komplex služeb veřejného stravování nebo jeho jednotlivé složky (služby základního stravování, společensko-zábavní služby, služby doplňkového stravování, ubytovací služby a ostatní hotelové služby.

Pro provozování živnosti ve stravování a ubytování musí být splněny všeobecné a zvláštní podmínky provozování živnosti.

Všeobecnými podmínkami provozování živnosti fyzickými osobami jsou dosažení věku 18 let, způsobilost k právním úkonům a bezúhonnost.

U právnické osoby musí tyto všeobecné podmínky splňovat její zákonný zástupce. Zvláštními podmínkami provozování živnosti jsou odborná nebo jiná způsobilost, kterou musí pro provozování dané živnosti splňovat buď sama fyzická osoba nebo odpovědný zástupce ustanovený podnikatelem.

Podnikatel v pohostinství (stravovacích zařízeních různých kategorií vyjma doplňkového prodeje bez ubytování) a ubytovacích službách v ubytovacích zařízeních různých kategorií včetně hostinských činností v těchto zařízeních může podnikat pouze na základě udělení koncesní listiny (koncese), protože tato činnost spadá dle živnostenského zákona mezi živnosti obchodní koncesované, u nichž je vyžadována

určitá odborná způsobilost. Důvodem zařazení stravování, ale zejména ubytovacích služeb mezi koncesované živnosti není pouze požadavek na odbornou způsobilost, ale i požadavek určité morální spolehlivosti v souvislosti s ochranou zdraví a majetkových práv osob.

U stravovacích a ubytovacích služeb vyplývají při jejich provozování podle živnostenského zákona pro podnikatele ještě některé další povinnosti, které musí být splněny a to označením provozoven na viditelném místě obchodním jménem a sídlem, jménem a příjmením osoby odpovědné za činnost provozovny, prodejní nebo provozní dobou určenou pro styk se zákazníky, kategorií a skupinou u hostinských služeb, kategorií a třídou u provozoven poskytujících ubytování. (Indrová J., 1995)

Základní předpisy a normy upravující činnost ve veřejném stravování:

- Živnostenský zákon č. 455/1991 Sb. - novela v roce 1995
- Obchodní zákoník č. 513/1991 Sb.
- Hygienické předpisy
- Zákon o boji proti alkoholismu a jiným č. toxikomániím 37/1989 Sb.- novela v roce 1995
- Zákon o požární ochraně 133/1985 Sb.
- Vyhláška ministerstva vnitra 37/1986 Sb. o požární ochraně
- Podmínky pro provozování koncesované živnosti - HOSTINSKÁ ČINNOST
- Podmínky pro provozování koncesované živnosti – UBYTOVÁNÍ (Indrová J., 1995)

2. 6 Kategorizace a klasifikace ubytovacích zařízení

Kategorizací rozumíme rozčlenění ubytovacích zařízení podle druhů do kategorií. Klasifikace je zařazení jednotlivých kategorií podle vybavení, úrovně a rozsahu poskytovaných služeb do tříd. Cílem jakékoliv klasifikace je zachování určitého standardu při výstavbě a zřizování ubytovacích zařízení a dodržování příslušné kvality poskytovaných služeb. Pro podnikatele v oblasti ubytovacích služeb je bezpodmínečně nutné znát základní charakteristiky jednotlivých kategorií a požadavky na jejich vybavení pro zařazení do příslušné třídy. Dle Vyhlášky 137/1998 o obecných technických požadavcích na výstavbu se ubytovacím zařízením rozumí stavba nebo její část, kde je veřejnosti poskytováno přechodné ubytování a služby s tím spojené.

Ubytovacím zařízením není bytový a rodinný dům a stavba pro individuální rekreaci. Ubytovací zařízení se zařazují podle druhů do kategorií a podle požadavku na plochy a vybavení do tříd.

Kategorie určuje druh ubytovacího zařízení.

Třída vyjadřuje úroveň poskytovaných služeb projevující se jak ve vybavení, tak i ve vlastní kvalitě a rozsahu poskytovaných služeb. Třída ubytovacího zařízení se ve většině zemí označuje pomocí hvězdiček, někde se však můžeme setkat i s jiným značením, např. v Anglii s korunkami, klíči, případně se slovním označením. (Malá V. a kol., 2002)

2. 6. 1 Klasifikace ubytovacích zařízení v České republice

Profesní svazy HO.RE.KA ČR Sdružení podnikatelů v pohostinství a cestovním ruchu a NFHR ČR - Národní federace hotelů a restaurací ČR na základě Usnesení vlády ze dne 17. 7. 1999 č. 717 a za výrazné podpory Ministerstva pro místní rozvoj ČR a České centrály cestovního ruchu - CzechTourism sestavily "Oficiální jednotnou klasifikaci ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel, hotel garni, penzion a motel". Uvedená klasifikace není obecně závazným právním předpisem, má doporučující charakter a slouží jako pomůcka pro zařazování ubytovacích zařízení uvedených kategorií do příslušných tříd dle minimálních stanovených požadavků. Klade si za cíl zlepšení orientace spotřebitelů - hostů a zprostředkovatelů - cestovních kanceláří a agentur, zvýšení transparentnosti trhu ubytování a zkvalitnění služeb poskytovaných ubytovacími zařízeními.

Podle současné klasifikace platné v České republice se ubytovací zařízení označují následovně (rozdělení do tříd podle mezinárodního členění):

- * Tourist
- ** Economy
- *** Standard
- **** First Class
- ***** Luxury

Ubytovacím zařízením kategorie typu hotel garni, penzion a motel mohou být přiděleny maximálně čtyři hvězdičky. (www.czechtourism.cz, 29. 11. 2005)

V prosinci roku 2005 Klasifikační komise aktualizovala Oficiální jednotnou klasifikaci ubytovacích zařízení pro rok 2006. Aktualizace vychází ze studií a porovnání evropských systémů, doporučení HOTREC a v neposlední řadě připomínek samotných provozovatelů ubytovacích zařízení. Tato klasifikace je uvedena v příloze č 1.

Je třeba říci, že porovnáním současného systému se systémy používanými v některých státech EU, je naše Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení tak, jak v současnosti funguje, na velmi dobré úrovni a plně srovnatelná s evropskými státy, které jsou uznávány jako významné turistické destinace. (COT Business, 12/2005)

Zařazení provozovny do kategorie a třídy si 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, 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 apod. Vedle všeobecných požadavků obsahuje specifické nároky na vybavení a služby podle kategorie a třídy. (Minář P. a kol., 1996)

2. 6. 2 Charakteristika kategorií ubytovacích zařízení dle metodiky platné v České republice

Hotel - ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty, vybavené pro poskytování přechodného ubytování a služeb s tím spojených (zejména jde o služby stravovací). Hotely se člení do pěti tříd, hotel garní má vybavení jen pro omezený rozsah stravovacích služeb (nejméně snídaně) a člení se do čtyř tříd.

Motel - je ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty, které poskytuje přechodné ubytování a služby s tím spojené pro motoristy a člení se do čtyř tříd. Návštěvníkům je umožněno parkování v blízkosti motelu.

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

Botel - představuje ubytovací zařízení umístěné v trvale zakotvené osobní lodi.
Kemp - ubytovací zařízení pro přechodné ubytování buď ve vlastním zařízení hostů (stan, obytný přívěs) popřípadě i v ubytovacích objektech provozovatele (chaty, sruby, bungalovy), nebo v jejich samostatně pronajímaných částech. Kempy jsou zařazovány od jedné do čtyř hvězdiček.

Chatová osada - je ubytovací zařízení pro přechodné ubytování hostů výhradně v ubytovacích objektech provozovatele (chaty, sruby, bungalovy). Chatové osady jsou zařazovány od jedné do tří hvězdiček.

Turistická ubytovna - je jednodušší ubytovací zařízení pro přechodné ubytování hostů s větším počtem lůžek v ubytovacích místnostech. Zařazuje se od jedné do dvou hvězdiček.

Uvedené charakteristiky ubytovacích zařízení jsou typické pro Českou republiku. V současné době neexistuje jednotná klasifikace ubytovacích zařízení platná ve všech zemích světa. Většina zemí si vytváří vlastní klasifikaci i jednotlivé kategorie. (Malá V.a kol., 2002)

3. POUŽITÁ METODIKA

Cílem bakalářské práce je analýza činnosti hotelu Lucia. Hotel jsem si vybrala proto, že se nachází v místě mého bydliště, které velmi dobře znám a je po technické stránce dobře uspořádán, hlavně co se týče dostupnosti.

Metoda analýzy a syntézy

Analýza zkoumá daný problém tím, že ho rozdělí na jednotlivé části, které jsou následně podrobněji rozebírány. Syntéza naopak spojuje jednotlivé části v celek a tím umožňuje sledovat vzájemné podstatné souvislosti. Analýza a syntéza tvoří nedílnou jednotu, vzájemně se prolínající a doplňující.

Tato metoda je hlavním vědeckým postupem bakalářské práce, kde je zkoumána analýza činnosti hotelového zařízení. Problematika je analyzována v rámci teoretické a praktické části, ale syntetizována především ve výsledcích vlastního šetření a v závěru práce.

Přípravná fáze byla věnována studiu odborné literatury související se zvoleným tématem a sběru informací. Literatura, ze které bylo čerpáno, je uvedena v seznamu použitých zdrojů. K získání aktuálních informací byly využity odborné časopisy zabývající se problematikou hotelnictví a internetové stránky některých organizací. Po nastudování odborné literatury byla zaměřena pozornost na shromažďování informací týkajících se činnosti hotelu (popisu produktu, jeho charakteristika, druhy poskytovaných služeb a jejich cen, organizační struktury a řízení podniku a další údaje jako například obsazenost hotelu).

Prvopočátkem zahájení mé práce byl telefonický kontakt s ředitelem hotelu Lucia. Dále následovaly osobní návštěvy hotelu. Údaje jsem získávala prostřednictvím konzultací s ředitelem hotelu a dalšími zaměstnanci hotelu, kteří mi ochotně poskytovali informace o celkovém provozu zařízení.

Údaje o konkurenčním hotelu, který jsem použila pro srovnání, byly shromážděny na základě rozhovoru se zaměstnanci recepcie, případně byly doplněny o informace z propagačních materiálů.

Údaje týkající se obsazenosti hotelu, cen apod. jsem čerpala z příslušných hotelových formulářů. V práci bylo čerpáno z různých zdrojů: z tištěných pramenů, odborných publikací i elektronických dokumentů.

Ve své práci také zmiňuji nabídky města Veselí nad Lužnicí, jeho okolí a význam této oblasti pro cestovní ruch. Největší váhu jsem však dala osobnímu šetření v přímém kontaktu s odpovědnými lidmi.

Vlastní práci a výsledky jsem rozšířila o literární přehled, který teoreticky přibližuje pohled na cestovní ruch a hotelnictví.

Nakonec byla celkově zhodnocena činnost ubytovacího zařízení a navrženy doporučení či návrhy na budoucí rozvoj hotelu, který by mohl vést ke zlepšení stávající situace.

V závěru práce byla provedena syntéza získaných podkladů.

Některé údaje byly zpracovány pro lepší přehlednost graficky nebo ve formě tabulek.

Práce je doplněna o fotografie zachycující nejen celkový pohled na hotel, ale i vnitřní prostory hotelového zařízení.

4. VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ

4.1 Výrazy používané v hotelnictví

Apartmá - ubytování s odděleným pokojem s místem pro sezení, který je propojen s ložnicí, resp. několik spojených pokojů s místem pro sezení, s jednou nebo více ložnicemi, a vybavený hygienickým zařízením.

Dvojlůžkový pokoj - pokoj s lůžky na spaní pro dvě osoby, s dvojlůžkem (dvojlůžkovou postelí) nebo se dvěma samostatnými postelemi vedle sebe.

Třilůžkový pokoj - pokoj v ubytovacím zařízení se třemi stálými lůžky.

Přistýlka (extra bed) - přechodné lůžko v hotelovém pokoji. Prodává se za nižší cenu než stálé lůžko, nezapočítává se do vykazované kapacity ubytovacího zařízení (mezi stálá lůžka).

Hotel garni - ubytovací zařízení, které zabezpečuje rozsah služeb stanovený pro příslušnou třídu hotelu, avšak s omezenou nabídkou stravování – zpravidla poskytované snídaně, někdy nápoje, snack bar a občerstvení pouze pro své hosty. Kromě vrátnice a recepce nemá obvykle žádná další odbytová střediska.

Reception - prostor určený k přijetí hostů a vyřizování agendy s hosty, je součástí vstupní hotelové haly a je oddělen pultem od prostoru přístupného hostům.

Booking - zadání pokojů, rezervace pokojů nebo přidělování pokojů a míst.

Recepční list (Štafle) - přehled obsazenosti pokojů v hotelu a informace o hostech, kteří mají rezervováno na daný den ubytování. Vede se na každý den zvlášť a to na tištěných formulářích nebo v elektronické podobě.

Stornovací lhůty - stornolhůty přesně stanovené doby před příjezdem hostů nebo uskutečněním akce, ve kterých lze zrušit objednávku bez poplatků za stornování, resp. s předem známou výší poplatků.

Stornovací poplatek - poplatek za odřeknutí již zaplacených nebo objednaných služeb (zájezd, doprava), resp. odstoupení od smlouvy.

Bed and breakfast - tarif, který v ceně ubytování zahrnuje také snídani (obvykle kontinentální snídani nebo anglickou snídani).

Penze - denní poplatek za ubytování a stravu v hotelu, plná penze zahrnuje ubytování, snídani a dvě hlavní jídla; polopenze zahrnuje ubytování, snídani a jedno hlavní jídlo; čtvrtpenze zahrnuje ubytování a snídani.

Credit card - úvěrová karta, opravňuje hosta v hotelu k ubytování, konzumaci a službám na úvěr.

Voucher - mezinárodně vžitý výraz pro poukázku na čerpání služeb cestovního ruchu v mezinárodním i vnitrostátním cestovním ruchu. Voucher pro ubytování v hotelu může být označován jako hotelový voucher (Pásková M., Zelenka J., 2002)

4. 2. Nabídka města a okolí – situační analýza

Jižní Čechy jsou přitažlivé jak pro zahraniční, tak i tuzemské návštěvníky svou přírodní krásou, památkami, lázeňstvím, kulturními a sportovními aktivitami. Jihočeský kraj je velmi otevřený všestranné spolupráci se zahraničím a sousedními regiony. Příhraniční charakter regionu se v posledních letech stal jeho předností, neboť přináší možnost spolupráce se sousedními zeměmi Evropské unie. Dobrá geografická poloha v centrální Evropě a rozmanitost členění jižních Čech se zachovalou přírodou, rozsáhlou soustavou rybníků, splavnými řekami, hlubokými údolími, hustými lesy, velkým množstvím historických památek, měst, obcí, lidovou architekturou, hudbou, památkami UNESCO, hrady, zámky, zříceninami, venkovskými kostelíky, poutními místy a lázněmi, dávají základní předpoklad pro jeho další využití cestovního ruchu a rozvoj.

Jihočeský kraj se stává významnou turistickou a rekreační oblastí. Cestovní ruch zaznamenal v posledních letech největší nárůst podílu na podnikatelských aktivitách v kraji.

Veselí nad Lužnicí

Město Veselí nad Lužnicí leží v třeboňské pánvi na soutoku řek Lužnice a Nežárky, v nadmořské výšce okolo 410 metrů. Město je snadno dostupné po silnici, která vede z Prahy do Českých Budějovic. Je důležitou železniční a silniční křižovatkou. Stalo se vyhledávaným místem výletníků. Jeho poloha umožňuje spojení čtyřmi směry - na Prahu, České Budějovice, Třeboň a Jindřichův Hradec.

Poprvé bylo Veselí doloženo k roku 1259. Z majetku Rožmberků přešlo pak na krátkou dobu ke koruně královské. Roku 1362 je Karel IV. povýšil na město. V roce 1491 se Veselí opět stává majetkem rožmberským. O Mezimostí je první zmínka z r. 1322 a na město bylo povýšeno v roce 1908. Ke sloučení sousedících měst Veselí a Mezimostí došlo v roce 1943. Dnes má město přibližně 6 500 obyvatel.

Městu vévodí farní kostel Povýšení svatého Kříže, nejstarší stavební památka z 13. století. Dominantou náměstí je Stará radnice, která spolu se sousedním muzeem tvoří architektonický celek. Muzeum nese jméno věhlasného sběratele lidových písní Karla Weise, který zaznamenal nejen písně, ale i zvyky, tradice a historické dokumenty jižních Čech. K dalším památkám náleží kaple sv. Marka a kostelíček sv. Floriana. Dům č. 22 na západní straně náměstí se třemi renesančními štíty ze 16. století dříve sloužil pro přepřahání koňské přípráže pro poštovní dopravu a byla tu jedna z nejstarších poštovních stanic. Významnou památkou je i secesní sokolovna z roku 1905, která je nyní v rekonstrukci.

Na dohled od města se rozkládá zajímavá přírodní lokalita Veselské pískovny, jako stvořená pro letní odpočinek, aktivní pohyb na zdravém vzduchu, rybaření, surfování, koupání i opalování. K pískovně neodmyslitelně patří i chráněná lokalita písečné duny se zvláštní flórou a faunou. Nalezneme zde i naučnou stezku Veselské pískovny, jedná se o chráněnou krajinou oblast Třeboňsko, součást biosférické rezervace UNESCO. Jen o několik málo stovek metrů dál začíná soustava dalších vodních ploch tzv. Frahelžské rybníky, které jsou nazývány „Českou Kanadou“.

Město se stalo vyhledávaným místem výletníků, neboť jeho poloha v centru jižních Čech umožňuje podnikat jednodenní výlety téměř po celém jihočeském území. Na své si tu přijdou jak vodáci, příznivci vodních sportů a rybáři, tak i cyklo turisté.

Město je členem Jihočeské centrály cestovního ruchu. Spolupráce informačních center v rámci tohoto sdružení zaručuje návštěvníkům jižních Čech kvalitní služby během cesty po celém regionu. (www.veseli.cz, 13. 1. 2006)

Jindřichův Hradec

Město Jindřichův Hradec je významným centrem východní oblasti jižních Čech. Ve vnitřním městě byla vyhlášena na ochranu zachovaného historického středověkého jádra městská památková rezervace. Mezi největší lákadla patří hlavně gotický hrad a renesanční zámek a rybník Vajgar, řada církevních památek, světoznámá úzkokolejka a v neposlední řadě bezesporu také malebná krajina Jindřichohradecka. Město Jindřichův Hradec nabízí návštěvníkům bohaté kulturní, společenské a sportovní vyžití v nádherném prostředí historického města (galerie, prohlídky památek, koncerty a pravidelná představení opery na zámku; toulky krásnou přírodou; sportovní vyžití např. na tenisových a volejbalových kurtech; cyklotrasy; obchody, hotely, restaurace, kavárny a další). (www.jiznicechy.cz, 13. 1. 2006)

Třeboň

Lázeňské město Třeboň je významným turistickým, rekreačním a správním centrem Třeboňské pánve. Město bylo vyhlášeno městskou památkovou rezervací a je střediskem Chráněné krajinné oblasti Třeboňsko. V okolí města byl vytvořen rozsáhlý rybníční a vodohospodářský systém, v těsném sousedství města byl založen rybník Svět a nedaleko i největší rybník v Čechách, Rožmberk. Na konci 19. století zde byly založeny sezónní lázně, využívající léčivých vlastností rašeliny. Lázně byly po roce 1950 postupně rozšiřovány a přebudovány na významné sanatorium pro léčbu chorob pohybového ústrojí. Přírodním centrem Třeboně je její náměstí, obklopené měšťanskými domy s renesančními a barokními štíty. (www.jiznicechy.cz, 13. 1. 2006)

Červená Lhota

Dnešnímu pohádkovému zámečku předcházelo několik nízkých stavení tvrze na skalnatém ostrohu obtékaném potokem. Odstranění kamenité šíje a nasypáním hráze pak vznikl ostrov spojený s okolím a padacím mostem. Návštěvník Červené Lhoty je okouzlen půvabem vodního zámku zrcadlícího se v hladině rybníka. Z oken velké pracovny, dětského pokoje, jídelny, francouzského salonu a dalších pokojů uvidí přes vodní hladinu anglický park s přilehlým Bělídlem a může objet celý zámek na lodičce. (www.jizni-cechy.cz, 13. 1. 2006)

5. ROZBOR A VYHODNOCENÍ HOTELU

5.1 Charakteristika hotelu a okolí

Hotel Lucia je tříhvězdičkový čtyřpatrový bezbariérový hotel. Tento hotel byl původně motelem. Motel byl postaven roku 1996 a až do ledna 2002, kdy ho zakoupil JUDr. Milan Vacek (Čechoameričan – právník v Kalifornii a na Havaii), nebyl příliš využíván. Po kompletní rekonstrukci a modernizaci byl hotel zprovozněn k 1. červenci 2002 jako nekuřácký hotel. Uvnitř celého hotelového komplexu je zákaz kouření, pouze v salónku, který je důkladně odvětrán, je povoleno kouřit.

Hotel se nachází nedaleko centra jihočeského města Veselí na Lužnici u hlavní silnice, v severní části CHKO Třeboňsko. Jelikož je vybudován kolem města obchvat, silnice není příliš frekventovaná ani hlučná. K hotelu se lze snadno dostat autobusem, autobusová zastávka je přímo před hotelem. Vlakové nádraží je vzdáleno asi 2 Km od hotelu, ale od nádraží jezdí autobusy přímo k hotelu.

Hotel Lucia je celý zasazen do vzrostlé zeleně poloostrova tvořeného soutokem řek Lužnice a Nežárky. Ideálně situován pro návštěvníky oblíbených jihočeských hradů a zámků (např. Červená Lhota, zámek Hluboká, Třeboň, Jindřichův Hradec, Bechyně), milovníky cyklistiky, rybaření a v letních měsících také koupání v nedalekých Veselských pískovných (již 1 km od hotelu).

Hotel je postaven ve velmi krásném prostředí dvou řek, ale vzhledem k neustálému zvýšenému nebezpečí povodní, je toto umístění poněkud riskantní. Hotel úspěšně přežil záplavy v polovině srpna 2002 - voda se nikdy nedostala nikam v přízemí, jen se musela čerpat ze suterénu (sklepů) - a po malých stavebních úpravách které se ihned po záplavě uskutečnily je plně připraven na případné další záplavy které by neměly způsobit problémy. Koncem března tohoto roku postihly Veselí nad Lužnicí opět záplavy, hotel Lucia však nebyl při těchto povodních nijak zasažen vodou.

Přímo na ostrově na kterém je hotel situován je přístaviště kanoistů a oblíbený kemp vodáků. Oblast je velmi vhodná k provozování pěší turistiky (naučné stezky Veselské pískovny nebo Borkovická blata) cykloturistiky po značených cykloturistických trasách, po okolních nenáročných, převážně rovinných terénech. Poloha hotelu vybízí i k oblíbeným výletům autem k mnoha z řady zajímavých přírodních a historických cílů v blízkém i vzdálenějším okolí, v přilehlých oblastech Táborska, Bechyňska, Jindřichohradecka, Třeboňska a Českobudějovicka.

5. 2 Poskytované služby

5. 2. 1 Ubytovací služby

Činnost ubytovacího zařízení lze rozdělit na dvě části:

- část příjmu (rezervace, recepce, vrátnice)
- část lůžkovou (hotelové pokoje)

Část příjmu – v hotelu se činnost rezervace a vrátnice vykonává prostřednictvím recepce. Recepce je přijímacím střediskem hotelu. Přijímají se zde rezervace jak od passantní klientely, tak i od cestovních kancelářů. Po zaevidování objednávky se klientovi potvrdí objednávka. Jedná-li se o objednávku, kterou učinila cestovní kancelář a která byla potvrzena, je třeba zaznamenat všechny důležité informace o takovém klientovi. Za takové důležité informace se považuje především označení klienta, národnost hostů, termín pobytu, složení pokojů (dvoulůžkové, třílůžkové), sjednaná cena, forma úhrady, informace, zda se jedná o klienta (cestovní kancelář), který hotel navštívil poprvé nebo opakovaně.

Hotelová recepce se stará se o hosta při jeho příjezdu, pobytu a odjezdu.

Recepční se ujme hosta při jeho příchodu. Na základě provedené rezervace nebo volné kapacity přidělí hostovi pokoj. Recepční si vyžádá občanský průkaz nebo v případě zahraničního hosta cestovní pas. Zaeviduje jméno, číslo pokoje, kategorii pokoje, cenu a způsob placení. Recepční si hosta zaznamená do recepčního listu. Tento list se vede na samostatném formuláři, jsou v něm zapsáni všichni ubytovaní hosté pode jednotlivých pokojů. Na recepci se vede přehled objednávek pomocí výpočetní techniky, zaznamenávají se zde také informace o příjezdech jednotlivců či skupin turistů. Host obdrží ubytovací průkaz, kterým se prokazuje obsluhujícím ve stravovacím zařízení. Recepční dále poskytne další požadované informace a následně předá hostům klíče od pokoje.

Spokojenost ubytovaného hosta zabezpečuje ve značné míře pokojská, která denně zapisuje do hlášení skutečné obsazené pokoje, případně také zjištěné závady a nedostatky pokoje. V průběhu dne přijímá hlášení z recepce o změnách přípravy pokojů.

Při odjezdu hosta vyhotoví recepční účet za celkový pobyt. Pokud jsou hotelovými hosty hosté zprostředkovaní CK vystavuje se faktura příslušné CK a host platí pouze

použití některých služeb navíc. Po hostově odjezdu pracovník recepcie jeho odjezd zaznamená a upozorní pokojskou, aby připravila pokoj k přijetí nového hosta.

Část lůžková - zajišťuje se zde poskytování a dodržování standardu ubytovacích služeb, bezporuchová funkce pokojů a jejich zařízení, komplexní příprava, průběžný a generelní úklid pokojů, příprava a výměna ložního prádla a ručníků, úklid přilehlých prostor a zabezpečuje služby hostům. Při úklidu se postupuje tak aby host nebyl obtěžován a bylo chráněno jeho soukromí.

Stálá pozornost je věnována čistotě, dobrému stavu hygienického zařízení a nezávadnosti veškerého vybavení pokojů a jejich příslušenství, o což se stará zejména pokojská, která také zabezpečuje samotný pobyt hosta. Pokojská denně zapisuje do hlášení případně zjištěné závady a nedostatky zařízení pokoje.

Hotel Lucia nabízí svým klientům k dispozici 54 pokojů, jedná se o ubytování v dvoulůžkových, třílůžkových a čtyřlůžkových pokojích, celková kapacita hotelu je 130 lůžek. Dále je zde možnost využití přistýlky.

Vybavení pokojů

Každý pokoj je vybaven vlastním sociálním zařízením (WC, umyvadlo, sprcha), balkónem, barevným 55cm televizorem včetně satelitních kanálů, časově a objemově neomezenou přípojkou na internet a domácím-hotelovým telefonem. V každém pokoji je nainstalován kouřový detektor který spustí alarm v případě, že by uvnitř hotelu někdo kouřil.

Celý objekt včetně všech balkónů je opatřen sítí proti hmyzu, aby se nemusely používat žádné pesticidy, a ve všech možných ohledech je snaha hotel provozovat ekologicky. Všechny pokoje jsou prostorné, světlé, disponují moderním nábytkem a ostatními doplňky. Jejich vybavení odpovídá standardům hotelové klasifikace třídy ***. Požadavky na třetí třídu i ostatní třídy podle jednotné klasifikace ubytovacích zařízení uvádím v příloze č.1.

Dva z pokojů jakož i vstup do hotelu jsou bezbariérové. Do všech pater jezdí prostorný výtah.

5. 2. 2 Stravovací služby

Stravovací služby hotelu Lucia zabezpečují základní potřeby výživy účastníků cestovního ruchu. Jde především o služby základního stravování, doplňkového stravování a společensko-zábavní služby spojené s hudební produkcí a kulturním programem.

Úkolem stravovacího úseku hotelu je poskytnout stravovací služby nejenom ubytovaným zákazníkům, ale i náhodným hostům. Výrobní část stravovacího střediska představuje kuchyně a sklady, odbytovou část tvoří restaurace.

Hotel Lucia neprovozuje stravovací zařízení, ale pronajímá ho jiným podnikatelským subjektům.

V hotelu se nachází více úseků sloužících pro stravování. V přízemí hotelu jsou hostům k dispozici tato stravovací zařízení:

Tabulka č. 1: **Kapacita stravovacích středisek**

Středisko	Počet míst
Restaurace	95
Salónek	25
Kavárna – cukrárna	25
Vinárna – „Taverna“	40
Pivnice	25

zdroj: materiály hotelu

Restaurace má otevírací dobu denně od 10:00 do 23:00, vinárna také od 10:00 do 23:00, kavárna od 10:00 do 20:00 a pivnice od 10:00 do 2:00.

V letních měsících je hostům k dispozici posezení venku před hotelem na rozsáhlých terasách, které je otevřené od 10:00 do 23:00.

Hlavní restaurace je samozřejmě zcela nekuřácká, a jen ve zcela odděleném salóнку, který je velmi dobře odvětráván, je povoleno kouření.

V jídelníčku restaurace převažuje zdravá a vegetariánská strava, ale jsou zde nabízena také veškerá oblíbená česká jídla, ryby a pizza.

Výběr alkoholických i nealkoholických nápojů je rozsáhlý, ceny odpovídají kvalitě prostředí, obsluha je velmi příjemná znalá etikety.

Restauraci lze pronajmout k různým účelům například k uspořádání večírků, svateb a oslav.

Stravovací úsek, kam řadíme kuchyň, sklad (výroba), restauraci (obsluha), kavárnu, vinárnu, pivnici, zabezpečuje výrobu jídel, organizaci výdeje jídla, obsluhu, doplňkové (gastronomické) služby, kontrolu dodržování hygienických předpisů v oblasti stravování, uložení kuchyňských zbytků a jejich likvidaci. Dále provádí úklid prostor stravovacích provozů, dodávku, příjem a řádné hygienické uskladnění potravin.

5. 2. 3 Programy a školení

Obecně lze říci, že hotel Lucia se na tento druh nabídky služeb příliš nezaměřuje a jeho kapacity umožňují spíše konání akcí a jednání menšího rozsahu. Hotel nabízí v jeho přízemních prostorách různé konferenční možnosti. V hotelu se nejčastěji konají různá školení, menší konference či kongresy, soustředění sportovců, prezentace výrobků různých firem. Pro úzký okruh posluchačů je k dispozici menší salónek, pro větší počet prostory restaurace a přilehlých místností.

Ke konání těchto programů je možno si v hotelu vypůjčit flipchart, přenosné promítací plátno, tabuli, laserové ukazovátko, video, CD přehrávač, počítač a kameru.

Potřebné administrativní a sekretářské služby (tisk dokumentů, kopírování, fax) jsou klientům k dispozici na hotelové recepci.

Hotel také zajišťuje pohoštění přítomným hostům při konání těchto akcí.

Pořádání školení, zasedání, seminářů apod. vyžaduje po personálu hotelu vysoké nasazení, ale přináší velmi dobrou možnost pro překonání období, kdy hotel navštěvuje pouze zlomek obvyklé klientely.

Dále je hotel schopen zajistit svatební hostiny, rauty, oslavy, plesy a módní přehlídky.

5. 2. 4 Sportovní a kulturní možnosti

Přímo v hotelu není k dispozici sportovní či rekreační vybavení, pouze se zde nachází stolní tenis, který je k dispozici jen v letních měsících. Tyto služby je však možno pro hosty objednat. Potřeby zákazníků nemohou být uspokojeny přímo na místě, a tak je

hotel schopen zajistit potřebné služby v jeho blízkosti. Hotel provozuje vodácké tábořiště a kanoistické přístaviště, které se nachází nedaleko hotelu.

Hned přes řeku Nežárku se nachází rozsáhlý sportovní areál s fotbalovým hřištěm.

Hotel je schopen v tomto areálu zajistit tyto služby:

- pronájem tenisových kurtů
- pronájem volejbalového a nohejbalového hřiště
- půjčování sportovních potřeb
- půjčování kol přímo v hotelu
- zapůjčení lodí k projížďkám a sjíždění různých vodáckých úseků

Dále také může pro hosta zabezpečit:

- kurzy rybolovu
- prohlídky hradů a zámků
- rezervace vstupenek do divadel a na koncerty
- pronájem kongresové haly a salónek v protějším kulturním zařízení

Pro milovníky vodních sportů je asi 1 km od hotelu k dispozici krásné prostředí Veselských pískoven.

5. 2. 5 Ostatní služby

Hotel kromě ubytovacích a stravovacích služeb poskytuje další služby, jejichž rozmanitost ovlivňuje celkové zaměření hotelu na konkrétní klientelu. Záleží na požadavcích hostů, kterým pracovníci ubytovacího zařízení vycházejí vždy vstříc.

Hosté mohou využít těchto nabízených služeb, které lze rozdělit takto:

- **osobní služby**, které hotel poskytuje nebo zprostředkuje hostům bezplatně na základě jejich požádání. Sem jsou řazeny služby jako buzení hostů, úschova cenných předmětů v trezoru na recepci, zapůjčení žehličky, sušáku na prádlo, fénu, varné konvice, dětské postýlky, půjčování novin, jízdních řádů, odesílání pošty, přijímání a odevzdávání vzkazů, poskytování všeobecných informací o hotelu, městu apod.

- **placené služby**, které jsou klientům poskytovány za úplatu a hotel je schopen je poskytnout ihned na požádání nebo do několika hodin. Do této skupiny jsou řazeny služby zajišťování přepravy hostů (taxi služba), sekretářské služby, kopírování, poskytnutí faxu, směnářské činnosti, půjčování konferenční techniky, zprostředkování telefonních hovorů, praní a čištění prádla.

- **speciální služby**, které je hotel schopen poskytnout nebo zprostředkovat na základě předběžného objednání klientem. Jedná se o služby zajištění výletů po okolí, výlety na kolech, půjčování lodí, kol, obstarávání jízdenek, vstupenek na hudební koncerty a divadelní představení.

- **doplňkové služby**, které jsou placené a jedná se o prodej na recepci – propagační materiály, upomínkové předměty (pohlednice, brožury o regionu a městu), základní hygienické potřeby, nápoje, telefonní karty apod.

5. 2. 6 Parkování

V hotelu je vlastní nekryté hlídané parkoviště se 40ti parkovacími místy pro osobní automobily a s 6ti místy pro autobusy.

Parkování na prostorném parkovišti je zdarma. Parkoviště je nepřetržitě monitorováno na video, které může host pozorovat z televizoru z každého hotelového pokoje. Tato možnost parkování je velkou výhodou a pozitivem hotelu, protože ne každé hotelové zařízení má tuto možnost pro své klienty.

5. 3 Management hotelu

Majitel hotelu pan Vacek se v hotelu příliš nevyskytuje, převážně se zdržuje v Praze, kde vlastní realitní kancelář. Po dobu jeho nepřítomnosti je hotel řízen prostřednictvím jeho zástupce. Každý měsíc se koná porada, které se účastní buď majitel nebo jeho zástupce a ostatní zaměstnanci hotelu. Vzniklé problémy během nepřítomnosti majitele řeší vedoucí recepcie telefonicky přímo s majitelem nebo osobně s jeho zástupcem.

5. 3. 1 Organizační struktura

Organizační struktura hotelu vychází z objemu a náplně hotelového provozu. Jedná se o malý hotel, proto je tato struktura poměrně jednoduchá. Organizační struktura je přehledná, vyjadřuje rozdělení odpovědností a pravomocí.

Hotel Lucia zaměstnává 4 recepční, 3 pokojské, 2 uklízečky a 1 údržbáře. V letních měsících jsou z důvodu větší vytíženosti hotelu přibíráni brigádníci.

Jelikož hotel neprovozuje stravovací zařízení, ale pronajímá ho jiným podnikatelským subjektům, zaměstnanci tohoto zařízení nejsou zařazováni do organizační struktury hotelu. Organizační struktura hotelu je uvedena v příloze č. 3.

Pracovní náplň jednotlivých zaměstnanců je částečně konkretizována druhem práce v pracovní smlouvě, ale obecné náplně pracovních funkcí nejsou evidovány v hotelu písemně. Byly získány na základě rozhovoru s jednotlivými pracovníky hotelu.

Ředitel

Řídí činnost hotelu v souladu se zákony a ostatními obecně závaznými předpisy. Odpovídá za mzdovou politiku v rámci hotelu, zastupuje hotel navenek, organizuje a kontroluje práci vedoucích úseků, stará se o účinnou propagaci hotelu, o cenovou politiku a tvorbu cen.

Je odpovědný za celkovou činnost hotelu a plnění daných cílů.

Zástupce ředitele

Zástupce ředitele vykonává současně činnost manažera. Po dobu nepřítomnosti ředitele sjednává jeho pracovní schůzky, připravuje písemné podklady a materiály pro ředitele, řeší případně vzniklé problémy, po konzultaci s ředitelem hotelu.

Vedoucí recepce

Vedoucí recepce organizuje a řídí činnost recepce. Odpovídá za chod činnosti hotelové recepce a ubytovacího střediska, úklid pokojů a jiných hotelových prostor, maximalizaci využití hotelové kapacity, přijímá a vyřizuje objednávky hotelových služeb, má hmotnou odpovědnost, zabezpečuje provoz pokladny, vyřizuje korespondenci související s rezervacemi, zprostředkovává vzkazy, dbá na správné zúčtování s hostem a odvod tržeb.

Svou činnostní odpovídá přímo řediteli hotelu:

- organizací a řízením činnosti středisek
- plnění úkolů obchodní politiky, zejména tržebního plánu za ubytovací služby
- poskytování služeb na co nejvyšší úrovni a ve standardní kvalitě
- účelným využíváním ubytovací kapacity hotelu
- spolupráci s obchodními partnery
- vyřizování stížností a reklamací hostů
- zajištění hygieny a čistoty hotelu
- zajištění zaškolování nových pracovníků

Vedoucí recepce se svou činností snaží zajistit maximální spokojenost hostů, dosažení co nejlepších ekonomických výsledků při zachování co nejvyšší úrovně poskytovaných služeb.

Recepční

Recepce obstarává poštovní agendu hostů, připravuje materiály pro každodenní činnost recepce, vyřizuje případné nesrovnalosti či reklamace hostů, vyřizuje korespondenci související s rezervacemi, přijímá a vyřizuje objednávky, vystavuje faktury, vyřizuje telefonáty, obstarává buzení hostů na objednávku, faxové, kopírovací služby, příjem hostů, úschovu zavazadel a cenných předmětů, vydává hostům klíče od pokojů a přijímá je od nich.

Zajišťuje nutnou zdravotnickou pomoc s použitím lékárničky, ve vážných případech přivolání lékařské pohotovostní služby.

Zabezpečuje neplacené i placené služby hotelovým hostům (prodej drobných předmětů, suvenýrů, apod.)

Bezplatně poskytuje informací o kulturních, sportovních, či společenských akcích, dopravním spojení apod.

Shromažďuje na recepci nalezené předměty, provádí jejich evidenci a na hostovo požádání je posílá na jeho adresu.

Recepční dále eviduje recepční list, knihu vydaných faktur, knihu buzení a rezervační knihu.

Svou funkcí zodpovídá přímo vedoucí recepce za :

- řádný chod hotelové recepce v době směny
- maximální využití lůžkové kapacity
- vedení evidence objednávek a rezervací pokojů
- kontakt s pokojovými a upozorňuje je na pokoje, které mají být uklizeny
- provozní činnost pokladny- směnární
- řádný chod činnosti telefonní ústředny z hlediska provozu
- buzení hostů na objednávku

Recepční pracují ve 12ti hodinových službách v rozmezí od 8:00 do 20:00 a od 20:00 do 8:00 hodin. Pracují v pravidelném cyklu denní, noční, 2 dny volna.

Během směny pracuje jedna recepční.

Zaměstnanci nejsou povinni nosit uniformy, pouze je jim doporučeno tmavší a elegantnější oblečení.

Pokojská

Pokojská má na starost přípravu pokoje k ubytování, předání pokoje hostovi, běžný úklid v průběhu ubytování, zajišťování bezporuchové funkce pokoje a jeho zařízení, obstarání drobných služeb, úklid pokoje po odjezdu hosta, generální úklid pokojů včetně jejich údržby. Práci na uklízení pokoje a přilehlých prostor si organizuje podle zjištěných informací o předpokládaných odjezdech a příchodech hostů sdělených recepčí. V průběhu dne přijímá hlášení z recepce o změnách přípravy pokojů a další dispozice.

Pokojské nemají časový limit na úklid jednoho pokoje ani maximální počet pokojů na jednu směnu. Během noci není na hotelu tato služba zajišťována.

Pokojská pracuje 8 hodin denně, podle potřeby a dle obsazenosti hotelu se pracovní doba může měnit.

Údržbář

V hotelu je k dispozici 1 údržbář, jeho pracovní doba je pružná podle potřeb hotelu. Údržbář zabezpečuje údržbu zařízení střediska, drobné opravy, racionalizaci provozu, úklid venkovních prostor, plynulý chod a preventivní prohlídky technologických zařízení včetně jejich oprav, provádění revizí a kontrol včetně odstraňování závad.

Hotel je v provozu od roku 2002, od té doby se zaměstnanci hotelu v podstatě téměř nezměnili. Majitel hotelu si svých zaměstnanců velmi váží.

5. 4 Marketing hotelu

Hotel nemá marketingové pracovníky ani středisko. Existenci tohoto střediska považují za zbytečné a nákladné. V hotelu se nenachází žádná osoba, která by se zabývala vyhledáváním nových klientů případně cestovních kancelářů. Hotel se spíše spoléhá na stálou klientelu a cestovní kanceláře, se kterými spolupracuje. Hotel si je však vědom, že je důležité orientovat se na nové zákazníky. Ke stimulování nových hostů k návštěvě hotelu využívá podporu prodeje.

5. 4. 1 Podpora prodeje

Hotel se musí vzhledem ke stále silnější konkurenci snažit s pomocí podpory prodeje nabídnout své služby novým zákazníkům a zákazníky získat.

V podpoře prodeje jsou obsaženy všechny prostředky sloužící k vytvoření co nejlepších kontaktů mezi hotelem a kupujícími. Hotel dbá na to, aby zaměstnanci kteří jsou v kontaktu s hostem, byli informováni o poskytovaných službách a byli schopni kvalifikovaně zodpovědět dotazy hostů.

Podpora prodeje má dvě části:

1. vnitřní podpora prodeje

Podpora prodeji přímo v hotelu je zaměřena na hosty, kteří jsou zde ubytováni. Začíná u vzdělávání pracovníků hotelu a to zejména u recepčních, které jsou v kontaktu s hostem. Recepční by měly být informovány o prodejních cílech hotelu a poskytovaných službách, musí být schopny kvalifikovaně zodpovědět dotazy hostů a musí mít odpovídající vystupování.

Recepční se dále vzdělávají pomocí kurzů, kterých se účastní jednou do roka.

K podpoře prodeje v rámci hotelu patří také odkazy na konkrétní jídla a nápoje v restauraci a nabízené služby v hotelu, jako jsou jednacím místnosti, nabídka možností využití volného času v okolí apod.

Tato podpora prodeje se uskutečňuje prostřednictvím jídelního a nápojového lístku, plakátů, samolepek apod.

2. podpora prodeje mimo hotel

Podpora prodeje mimo hotel se soustřeďuje na upoutání stávajících i potenciálních zákazníků. Hotel používá tyto reklamní prostředky:

Hotelový prospekt - poskytuje informace o nabízených službách spolu s ceníkem, kde jsou uvedeny aktuálně platné ceny, je k dispozici ve 4 jazycích, obsahuje fotografie jednotlivých částí hotelu, mapku, kontakt (telefon, e-mail).

Ukazatele, vývěsné štíty, směrníky – reklamní prostředek v okolí hotelu je určen pro potenciální hosty v místě a regionu, jsou zde uvedeny obecné informace a především kontakt.

Vizitky

Vlastní internetové stránky - poskytují pouze základní informace o hotelu, nejsou příliš rozsáhlé.

Hotel Lucia nevydává hotelové noviny, které by mohly hostům poskytnout bližší informace o hotelu, službách, popřípadě akcích, nevyužívá reklamu v místním tisku ani reklamu v rádiu či televizi.

5. 4. 2 Segmentace trhu

Hotel dělí svou klientelu do několika skupin. Toto dělení je sice evidováno v hotelových záznamech ale nikde se nezabývá dalším zkoumáním přání a požadavků jednotlivých skupin.

Skupiny klientely:

- individuální hosté
- skupiny hostů (firemní klientela)
- stálá klientela
- cestovní kanceláře

Hotel poskytuje těmto druhům klientely určité slevy, které jsou uvedeny v kapitole cenová politika.

V rámci organizační struktury hotelu nebylo zřízeno obchodní oddělení, které by se zabývalo hledáním a získáváním nových klientů a poté by s nimi uzavíralo obchodní smlouvy. Jeho služeb využívají individuální hosté nebo skupiny, kteří se o hotelu dozvědí náhodou pomocí propagace nebo pomocí cestovních kanceláří.

V zimních měsících navštěvuje hotel především firemní klientela či lidé na služebních cestách. V letních měsících tvoří největší počet hostů ubytování za účelem rekreace a odpočinku, poznání krásné okolní přírody a typického jihočeského venkova. V těchto měsících sem přicházejí individuální hosté nebo klienti, kteří si vybrali tento hotel přes cestovní kancelář. Průměrná délka pobytu je 2 až 3 dny.

5. 4. 3 Cenová politika

Tvorba cen ubytovacích služeb je ovlivněna řadou činitelů, mezi něž patří:

- umístění,
- zařízení ubytovací jednotky a pokoje,
- úroveň nabízených služeb,
- roční období a den v týdnu. (Horner S., Swarbrooke J., 2003)

Ceny v hotelu jsou vytvářeny na základě rozhodnutí majitele hotelu. Ceny na další období se odvíjí od vynaložených nákladů za minulý rok, přihlíží se k poptávce a nabídce trhu.

Hotel se příliš neřídí cenami konkurence.

Tabulka č. 2: Ceny ubytování hotelu Lucia

Ceny ubytování v roce 2005 - 2006		
Typ pokoje	mimosezóna	sezóna
	1.10. 2005 - 31.5.2006	1.6.2006 - 30.9.2006
Dvoulůžkový pokoj:		
1 dospělá osoba	550,-	650,-
2 dospělé osoby	900,-	1 000,-
Třilůžkový pokoj:		
3 dospělé osoby	1 150,-	1 250,-
Čtyřlůžkový pokoj:		
4 dospělé osoby	1 450,-	1 550,-
Přistýlka pro dospělé osobu	225,-	250,-
Přistýlka pro dítě 4 – 10 let	112,-	125,-
Pes na pokoji	100,-	150,-

zdroj: informační materiály hotelu

V hotelu je využívána diference cen podle období, ceny jsou různé v sezóně a mimosezóně. Cenová diference a slevy mají zvýšit poptávku klientů v mimosezóně.

Výše uvedené ceny jsou včetně DPH a snídaně. Ceny za ubytování zahrnují veškeré poplatky a daně.

Snídaně jsou v sezóně podávány formou švédských stolů, v mimosezóně je výběr z menu.

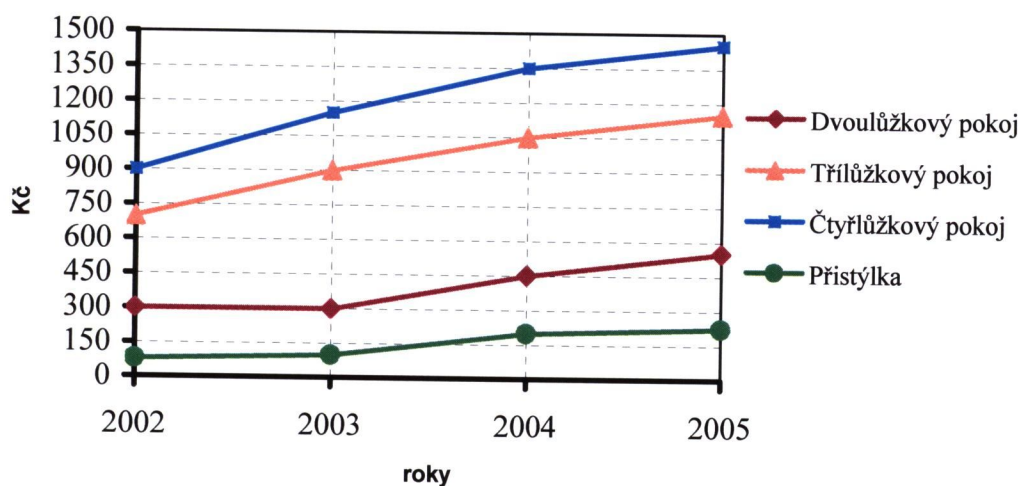
Pokud chce využít zákazník možnost stravovat se formou polopenze či plné penze je možností si připlatit.

Polopenze 100,- Kč

Plná penze 200,- Kč

Graf č. 1

Vývoj cen za pokoje v letech 2002 - 2005



zdroj: interní materiály hotelu

Ceny v hotelu se každým rokem mění. Nejnižších cen za pokoje dosahoval hotel v začátku své činnosti. V letech 2002 – 2003 byla cena za dvoulůžkový pokoj stejná. V roce 2002 dosahovaly ceny za dvoulůžkový pokoj 300 Kč. V roce 2005 se vyšplhaly až na 550 Kč. V průměru ceny za jednotlivé pokoje stoupaly o 100 Kč. Pouze v letech 2002 -2003 vzrostla cena třílůžkového pokoje o 200 Kč.

Způsoby rezervace:

- osobně
- telefonicky
- emailem
- faxem
- poštou

Platby za ubytování mohou být prováděny:

- v hotovosti
- prostřednictvím kreditní karty (EuroCard/MasterCard, Maestro, Visa, JCB, Diners Club)
- na fakturu
- složenkou
- přes bankovní účet

Prostředkem k dosažení mnoha marketingových cílů bývají slevy, jejichž důvody mohou být různé např. získat zákazníky z oblasti hromadných akcí, konferencí nebo autobusových zájezdů, zvýhodnit pravidelné zákazníky, přilákat zákazníky v obdobích nižší poptávky. (Horner S., Swarbrooke J., 2003)

Hotel nabízí slevy pro:

- skupiny (nad 40 lidí) sleva 10%
- delší pobyty (zvýhodněná cenová nabídka pro pobyty delší jak 7 dní)
- stálé klienty (10%)
- děti od 4 do 10 let (jsou ubytovány za poloviční cenu)
- děti do 4 let bez nároku na služby jsou ubytovány zdarma
- cestovní kanceláře

Hotel má pro jednotlivce i skupiny zavedeny tyto storno poplatky:

2 týdny před příjezdem..... 25% z ceny ubytování

1 týden před příjezdem.....50% z ceny ubytování

1 den před příjezdem.....100% ceny ubytování

V omezeném počtu pokojů je možnost za poplatek ubytovat hosta společně s jeho psem.

6. VLASTNÍ ŠETŘENÍ

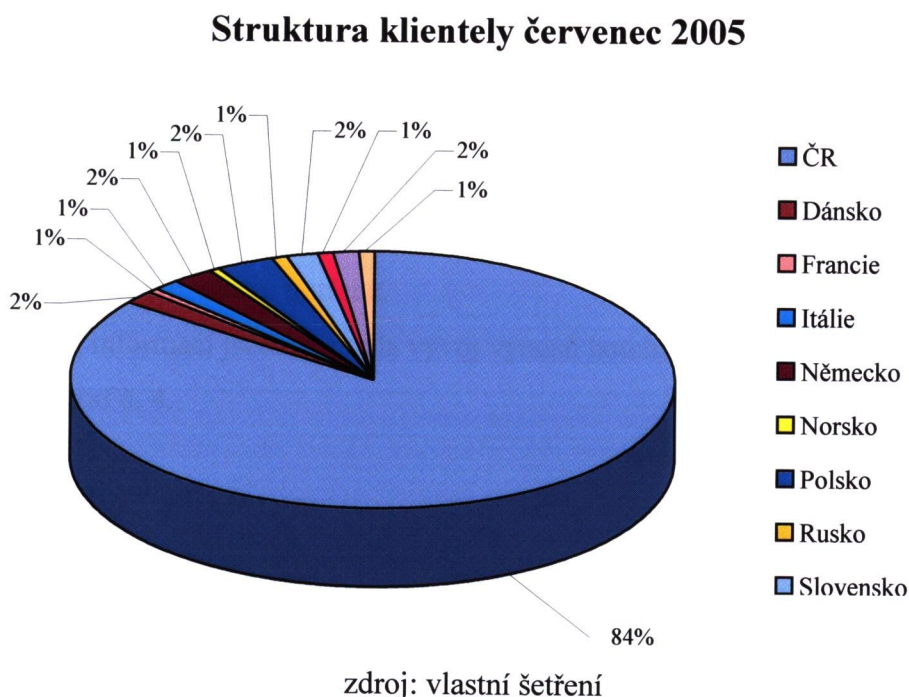
6.1 Struktura klientely

Vlastní šetření se zaměřením na strukturu klientely jsem prováděla formou nepravidelných návštěv hotelu v měsíci červenci a srpnu, kdy je návštěvnost hotelu nejvyšší. V nepravidelných intervalech jsem docházela do hotelu a zaznamenávala počet a strukturu klientů, kteří se za uplynulé období ubytovali v hotelu. Poté jsem z těchto nashromážděných údajů sestavila grafy struktury klientely za měsíce červenec a srpen.

Z pohledu účelu či záměru cesty hotel navštěvuje především firemní klientela, která tvoří 40%. Dále často využívají hotel lidé na služebních cestách, kteří zde buď přespí jednu noc a nebo se zdrží déle. V letních měsících je hotel hojně využíván turisty a rodinami s dětmi, kteří využívají letní sezónu k návštěvě hradů, zámků a k letním sportům.

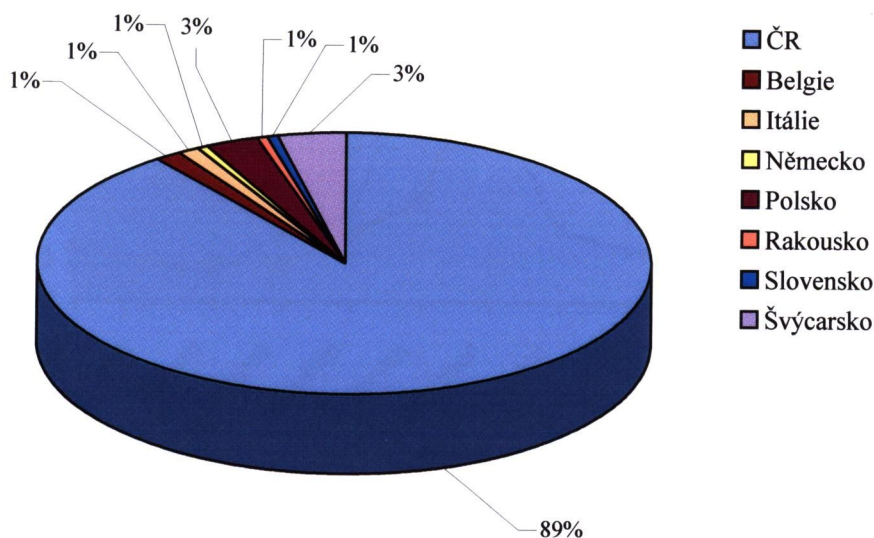
Z následujícího grafu je vidět jaká je struktura klientely podle jednotlivých zemí za červenec a srpen 2005, kdy byl hotel nejvíce obsazen.

Graf č. 2



Graf č. 3

Struktura klientely srpen 2005



zdroj: vlastní šetření

Z grafů je patrné, že hlavní klientelou hotelu nejsou zahraniční turisté, ale tuzemští hosté.

Ze zahraničních hostů je v červenci nejvíce zastoupeno Polsko, následuje Německo, Slovensko a Dánsko, v srpnu Švýcarsko a opět Polsko.

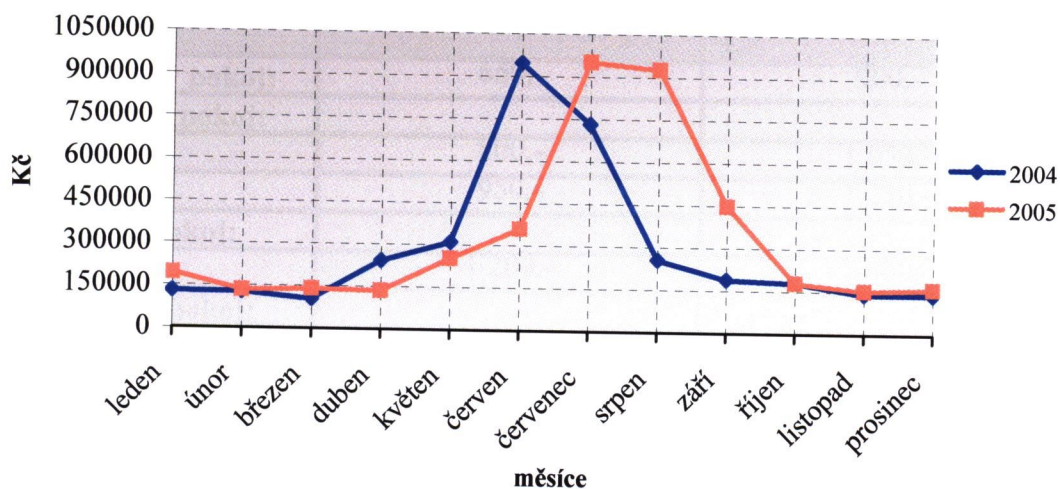
6.2 Vývoj výnosů hotelu

Hotel Lucia si nevede účetnictví sám, ale nechává si ho zpracovávat účetní firmou v Praze. Jelikož mi touto firmou nebyly poskytnuty nutné informace pro zpracování podrobnější ekonomické situace hotelu, využila jsem pouze informace, které měl hotel Lucia k dispozici pro vlastní potřebu.

Ze získaných informací jsem sestavila vývoj výnosů hotelu za roky 2004 a 2005, které znázorňuje graf č. 4.

Graf č. 4

Vývoj výnosů hotelu za roky 2004, 2005



zdroj: interní materiály hotelu

Z grafu je patrné, že v obou rocích dosahoval hotel nejvyšší výnosnosti v letních měsících. V roce 2004 bylo dosaženo největšího výnosu v květnu a v roce 2005 dosahovaly přibližně stejné výnosnosti měsíce červenec a srpen.

6.3 Konkurence hotelu

Hotel Lucia nepovažuje za důležité provádět analýzu konkurence. V blízkosti hotelu se nachází několik málo penziů, které nemohou příliš konkurovat tomuto hotelu. Největšího konkurenta však spatřuji v hotelu Trilobit, který se nachází také přímo ve Veselí nad Lužnicí.

6.3.1 Hotel Trilobit

Hotel Trilobit se nachází na okraji Veselí nad Lužnicí přibližně 5 minut chůze od centra města. Jedná se o rodinný tříhvězdičkový hotel, svou kapacitou se řadí mezi malé hotely. Jeho vlastníkem je jediný majitel, který v hotelu rovněž působí.

Hotel Trilobit nabízí k ubytování 15 pokojů s kapacitou 36 lůžek a možností 17 přistýlek.

Tabulka č. 3: Ceny ubytování hotelu Trilobit

Ceny ubytování v roce 2006		
Typ pokoje	mimosezóna	sezóna
	3.1. - 31.4. a 1.11. - 28.12.	1.5. - 31.10. a 29.12. - 2.1.
Jednolůžkový pokoj:	650,-	900,-
Dvoulůžkový pokoj:		
1 osoba	800,-	1 050,-
2 osoby	950,-	1 250,-
Třilůžkový pokoj:		
3 osoby	1 200,-	1 600,-
Čtyřlůžkový pokoj:		
4 osoby	1 600,-	2 000,-
Přistýlka	250,-	350,-
Pes na pokoji	300,-	300,-

zdroj: informační materiály hotelu

Ceny zahrnují snídani, DPH a městský poplatek.

Děti do 6ti let jsou ubytovány v pokoji rodičů zdarma. Děti od 6 do 12 let mají 50% slevu.

Vybavení pokojů

Všechny pokoje jsou vybaveny vlastním sociálním zařízením s koupelnou a WC, televizorem se satelitním příjmem, minibarem, trezorem, telefonem, bezplatným přístupem na internet.

Bezpečnost osobních věcí je zajištěna čipovými kartami, které ovládají zámky vstupních dveří. Díky počítačovému systému je zajištěna vysoká bezpečnost a zajištění pokojů.

Součástí hotelového komplexu je Bowlingové centrum. Jsou zde 4 dráhy s americkou technologií Brunswick. Jedná se o nejmodernější klimatizované bowlingové centrum v jižních Čechách s moderním zázemím pro hráče. Bowlingové centrum poskytuje klidné prostředí, milou obsluhu i příjemný sportovní zážitek nejen pro hotelové hosty, ale i pro ostatní návštěvníky. Koná se zde řada turnajů pro dospělé a především také pro děti a mládež.

Je zde možnost rezervace celého centra pro firmy, kluby, rodinné oslavy apod. Hráči se mohou občerstvit v mini-baru, kde je velký výběr nealkoholických nápojů a přitom mají

dobrý výhled na hrací plochu. Na přání zákazníka je možno hrát při UV osvětlení. Hráči a diváci zde mohou sledovat sportovní pořady. Dráhy jsou vybaveny výsuvnými vodícími lištami pro usnadnění hry dětí.

V ceně je zahrnuto i půjčení speciálních bot pro bowling.

Možnosti stravování

Hotelová restaurace

Hotelová restaurace má kapacitu 80 míst, nalézá se zde snídaňový kout pro hotelové snídaně. Mohou se zde stravovat jak hoteloví hosté tak ostatní návštěvníci. V nabídce jídelníčku jsou hotová jídla, minutky, speciality hotelu.

Restauraci je možno využít pro pořádání soukromých akcí (narozenin, svateb, svátečních obědů i večeří), firemních akcí (školení, seminářů, rautů, prezentačních akcí) i akcí kulturních (promítání filmů, sportovních přenosů, besed se známými osobnostmi, baviči apod.). Prostor restaurace je plně klimatizovaný.

Ke konání různých akcí lze využít videoprojekci, zpětnou projekci, internet, prostorové ozvučení, možnost promítat DVD, video.

Gourmet Restaurant Trilobit Club

Jedná se o netypickou jeskynní restaurace s netradiční kuchyní. Kapacita restaurace je 55 míst nabízející exkluzivní a klimatizované prostředí. Hosté zde naleznou zajímavý interiér a mohou ochutnat speciality jak české tak zahraniční kuchyně. Vstup je možný ze vnitř hotelu i zvenčí, což ocení jak hoteloví hosté, tak ostatní návštěvníci. Dále zde hosté naleznou výběr kvalitních vín.

Formanka

Stylová Formanka má kapacitu 40 míst a zajímavý interiér, nabízí pivo, ostatní alko i nealkoholické nápoje, hotová jídla od 45,-Kč. Součástí Formanky je venkovní krytá terasa, kde se v letních měsících, pravidelně v pátek a v sobotu, grilují pokrmy.

Další služby

Hotel nabízí možnost dopravy do a z hotelu hotelovým vozem.

Další sportovní vyžití poskytuje půjčovna kol, možnost koupání a rybolovu v letních měsících, na přání hotel zajišťuje vyjížděky na koních, vyhlídkové lety letadlem i

balonem, saunu, míčové hry, lze zařídit pronájem tenisového, volejbalového či nohejbalového hřiště v blízkém areálu.

Hotel disponuje vlastním hlídaným parkovištěm o kapacitě 50 míst pro osobní automobily.

6. 3. 2 Porovnání hotelů

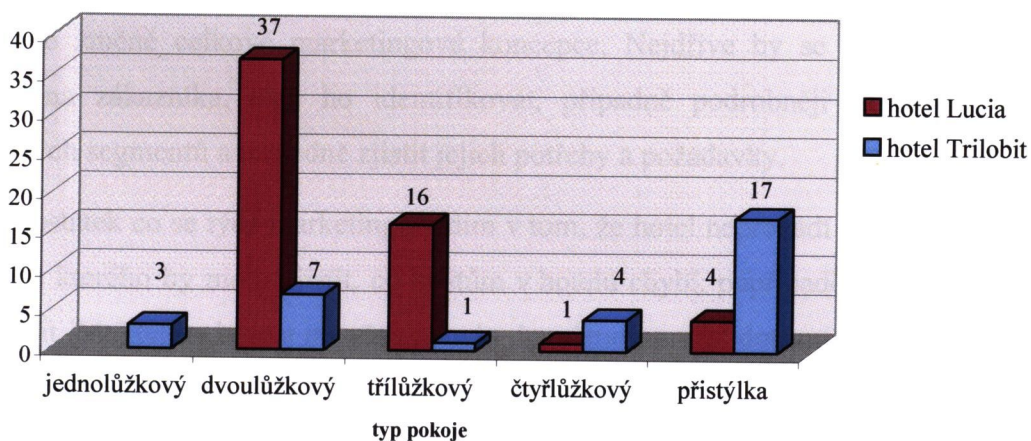
Na závěr byla provedena srovnávací analýza obou hotelů. Zaměřila jsem se na srovnání kapacity hotelů a strukturu jejich nabízených pokojů, cen ubytování.

Hotel Lucia nabízí ubytování v 54 pokojích a má k dispozici 130 lůžek. Hotel Trilobit je o poznání menší hotel, lze se ubytovat pouze v 15 pokojích s kapacitou 51 lůžek.

Následující graf znázorňuje složení pokojů v jednotlivých hotelích.

Graf č. 5

Struktura pokojů obou hotelů



zdroj: informační materiály hotelů

Z předchozího grafu můžeme vidět, že hotel Lucia nenabízí žádný jednolůžkový pokoj. Nabízí nejvíce dvoulůžkových pokojů (37) a nejméně čtyřlůžkových pokojů a to pouze jeden. V hotelu Lucia je možno využít pouze čtyřech přistýlek, zatímco hotel Trilobit jich nabízí 17.

Ačkoliv je hotel Trilobit podstatně menším hotelem než je hotel Lucia, jeho ceny za ubytování jsou podstatně vyšší. Jednolůžkový pokoj si lze v hotelu Trilobit zakoupit

v sezónně za 900 Kč, zatímco jedna osoba ubytovaná ve dvoulůžkovém pokoji hotelu Lucia zaplatí v sezónně pouze 650 Kč.

Hotel Trilobit nerozlišuje ceny přistýlek podle toho, zda je přistýlka určena pro dospělou osobu nebo dítě. Lucia naopak toto rozlišuje a přistýlka pro dítě je podstatně levnější než pro dospělou osobu. Trilobit má také značně vysoký poplatek za psa na pokoji, požaduje poplatek ve výši 300 Kč, zatímco hotel Lucia pouze 100 Kč.

Dále je rozdíl mezi hotely v období, kdy jim začíná sezóna. Hotelu Trilobit začíná sezóna již v květnu, zatímco Lucii až o měsíc později.

Největší výhodu hotelu Trilobit vidím ve vybudovaném bowlingovém centru, které se nachází v hotelu. Toto centrum do hotelu přiláká mnoho hostů, kteří chtějí spojit sport a zároveň ubytování v hotelu. Hotel Lucia žádnou takovouto možnost přímo v budově hotelu nenabízí.

6. 4 Návrhy a doporučení na zlepšení

Hlavní nedostatky hotelu Lucia spatřuji v jeho managementu a marketingu. V hotelu by mělo dojít ke změně celkové marketingové koncepce. Nejdříve by se měla zvýšit koncentrace na zákazníka, lépe ho identifikovat, případně podrobněji rozdělit do marketingových segmentů a následně zjistit jejich potřeby a požadavky.

Největší nedostatek co se týče marketingu vidím v tom, že hotel neprovádí dotazníkové šetření, podle kterého by mohl zjistit, co hostům v hotelu chybí, popřípadě co by bylo potřeba zlepšit. Majitelem hotelu mi však nebylo dovoleno provést dotazníkové šetření, které by jistě pomohlo hotelu lépe poznat přání a potřeby zákazníků.

Jelikož v letních měsících navštěvují hotel hlavně turisté a rodiče s dětmi, zaměřila bych se více na segment děti, jelikož právě děti rozhodují o tom, kde rodina stráví dovolenou a je nezbytné, aby se děti v místě pobytu cítili co nejlépe. V okolí hotelu se nachází mnoho nevyužitých ploch. Doporučila bych vybudovat u hotelu dětské hřiště a uvnitř hotelu dětský koutek. Také restaurace by se mohla jídelníčkem zaměřit na děti a nabízet větší výběr z dětských jídel a také netradičních jídel pro dospělé. Večery by mohli hostům zpestřit hudební či taneční programy.

Dále bych se zaměřila více na klientelu, která využívá hotel hlavně mimo sezónu, jedná se o firemní klientelu a klientelu, která využívá hotel při svých pracovních cestách.

Například bych umožnila při každém desátém přespání zdarma večeři v hotelové restauraci z výběru podle menu.

Mělo by dojít také k přilákání nových zákazníků do hotelu. Hotel využívá řadu prostředků k podpoře prodeje. Doporučila bych také upoutat zákazníky formou reklamy v místním tisku. Dále bych zlepšila provedení internetových stránek hotelu. Internetové stránky jsou určitou vizitkou každé společnosti a tedy i každého hotelu. Určitý obrázek si o hotelu každý může udělat již při prohlížení internetových stránek. Na internetových stránkách postrádám možnost rezervace přes internet, což by jistě také umožnilo získat více zákazníků.

Jelikož se majitel v hotelu příliš nevyskytuje, zaměstnanci s ním komunikují pouze přes telefon nebo přes jeho zástupce. Proto bych doporučila zlepšit komunikaci a informovanost zaměstnanců. Nakonec je třeba říct, že otázka personálu je v hotelu velice významná.

7. ZÁVĚR

Cílem této práce bylo provést analýzu činnosti vybraného hotelového zařízení a porovnat ho s dalším hotelem. Pro svou práci jsem si vybrala hotel Lucia, který se nachází v jihočeském městě Veselí nad Lužnicí, jako konkurenční hotel byl vybrán hotel Trilobit nacházející se nedaleko centra města Veselí nad Lužnicí.

Příroda jižních Čech je velmi rozmanitá. Moderní civilizací málo narušená krajina s množstvím kulturních a historických památek nabízí návštěvníkům velký výběr turistických aktivit – od pěší turistiky a rybaření, po vodní sporty či návštěvy historických měst, hradů a zámků. Jihočeský kraj se tak stává významnou turistickou a rekreační oblastí.

Řídit hotel v současné době, kdy nabídka ubytovacích zařízení a služeb vysoce převyšuje poptávku je velmi obtížnou záležitostí. Ve své práci jsem se pokusila na příkladu hotelu přiblížit komplexní činnost hotelu a nastínit nejdůležitější oblasti hotelové problematiky včetně možnosti, jak se mohou v praxi jednotlivé problémy řešit.

Hotel Lucia se svou kapacitou řadí mezi malé hotely. Nabízí služby spojené s ubytováním, stravováním a další doplňkové služby jako je pronájem prostor, možnosti sportovního a kulturního vyžití. Podle mého názoru by mě hotel v rámci možností poskytovat více slev, jak v ubytovacích, tak stravovacích a doplňkových službách. U stravovacích služeb bych navrhovala například cenově výhodné večeře pro klienty na služebních cestách. U ubytovacích služeb nabídnout zvýhodněné víkendové pobyty mimo sezónu.

Z analýzy vyplynuly nedostatky v oblasti marketingu a managementu a celkové organizaci hotelového zařízení. Hotel by měl nadále sledovat přání a spokojenost hostů a to prostřednictvím dotazníku. Hotel by mohl zpestřit pobyt dětské klientely vybudováním dětského hřiště případně dětského koutku. Stálým a věrným zákazníkům by měl hotel vyjádřit své poděkování věnováním drobného upomínkového předmětu. Celková propagace by mohla být ucelenější a efektivnější (např. komplexní nabídka služeb v místním tisku, letáky a brožury by měli být podrobnější a ve více světových jazycích). Hotel by také neměl zanedbávat konkurenci, pečlivě sledovat její produkt, nabídku služeb a jejich cen.

8. SUMMARY

The goal of my work was to analyse activity of the chosen hotel and compare it with another one. I chose the hotel Lucia which occurs in south bohemia town Veselí nad Lužnicí. As a rival hotel I chose the hotel Trilobit occurring near the centre of Veselí nad Lužnicí.

The nature of the south of the Czech Republic is really various. The countryside is not damaged by modern civilization and you can find here a lot of historical sights. Visitors can do a lot of other things here too. They can go hiking or fishing, do some water sports or visit some historical towns and castles. So we can say that South-bohemian country is an important tourist and recreational territory.

In these days is very difficult to manage the hotel because the offer is much bigger than the demand. In my work I tried to approach and explain the complex operation of the hotel and outline the main tasks of hotel problems.

The hotel Lucia thanks to its capacity belongs to small hotels. It offers accommodation, boarding (catering) and other supplementary services. For example you can hire a room for cultural and sport activities. In my opinion the hotel should give more discounts for accommodation, catering and supplementary services. I would suggest a cheaper dinner for clients on a business journey. Further more I would offer an advantaged weekend accommodation out of season.

According to the study there are some shortages in marketing and management section and in general organization of the hotel. The hotel should follow the clients' wishes and their satisfaction through questionnaire. The hotel can do more for children (to build up a playground or children corner). There could be a souvenir as thank for regular clients. The total promotion could be more compact and effective (complex offer in a local newspaper, leaflets and pamphlets should be more detailed and in more foreign languages). The hotel should observe its rivals, notice their products, offers and prices.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Odborná literatura

1. Beránek, J., Kotek, P.: Řízení hotelového provozu. Praha: Grada, 1996.
2. Hesková, M.: Cestovní ruch. Jindřichův Hradec: Fakulta managementu JU, 1997.
3. Horáková, H.: Strategický marketing. Praha: Grada, 2003.
4. Horner, S., Swarbrooke, J.: Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Praha: Grada, 2003.
5. Indrová, J.: Hotelový management, Praha: VŠE, 1996.
6. Indrová, J.: Podnikatelská činnost ve stravování a hotelnictví. Praha: VŠE, 1995.
7. Kašpar, J.: Ekonomika hotelnictví. Praha: VŠE, 1989.
8. Kučerová, I.: Ekonomika se zaměřením na cestovní ruch. Praha: Idea Servis, 1997.
9. Malá, V.a kol.: Základy cestovního ruchu. Praha: VŠE, 2002.
10. Minář, P. a kol.: Technika, marketing a management v cestovním ruchu. Hradec Králové: Gaudeamus, 1996.
11. Morisson, A. H.: Marketing pohostinství a cestovního ruchu. Praha: Victoria Publishing, 1995.
12. Oriška, J.: Technika služeb cestovního ruchu. Praha: Idea Servis, 1999.
13. Pásková, M., Zelenka, J.: Výkladový slovník cestovního ruchu. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002.

Periodika

- COT Business 12/2005, str. 52

Internetové zdroje

- www.czechtourism
- www.cestovni-ruch.cz
- www.horeka.cz
- www.veseli.cz
- www.hotellucia.cz
- www.hoteltrilobit.cz
- www.jiznicechy.cz
- www.jizni-cechy.cz
- www.kraj-jihocesky.cz

SEZNAM PŘÍLOH

- Příloha č. 1 :** Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky
- Příloha č. 2 :** Provozní řád hotelu
- Příloha č. 3 :** Organizační struktura hotelu
- Příloha č. 4:** Půdorys přízemí a prvního patra hotelu Lucia
- Příloha č. 5 :** Fotografie hotelu Lucia a jeho vnitřních prostor
- Příloha č. 6 :** Fotografie konkurenčního hotelu Trilobit
- Příloha č. 7 :** Mapka se zakreslením města Veselí nad Lužnicí

Druh požadavku / požadavek	tourist			economy			standard			first class			luxury								
	*			**			***			****			*****								
	pov	pv		pov	pv		pov	pv		pov	pv		pov	pv							
	p	l	p	l	p	p	l	p	p	l	p	p	l	p							
Servis																					
Recepce s provozem 16 hodin denně								1													
Recepce s provozem 24 hodin denně											1			1							
Odpovědná osoba dosažitelná nonstop	1					1		1			1			1							
Aktuální cena pokoje na recepci	1					1		1			1			1							
Trezor na recepci			1			1															
Dorozumění v cizím jazyce								1													
Dorozumění ve dvou cizích jazycích											1			1							
Doba podávání snídaní minimálně 3 hodiny								1			1			1							
Prodej drobného občerstvení (balené)	1					1															
Podávání snídaní								1													
Donáška jídel a nápojů na hotelové pokoje v rozsahu min. 8 hodin (mimo hotel garní, pension a depandance)											1										
Donáška jídel a nápojů na hotelové pokoje v rozsahu 24 hodin denně														1							
Místnost pro stravování, která zároveň může sloužit k pobytu hostů	1					1															
Restaurace s denním provozem a nabídkou snídaní, obědů a večeří (mimo hotel garní, pension a depandance)								1			1			1							
Univerzální společensko-zábavní středisko (mimo hotel garní, pension a depandance)											1										
2 společensko-zábavní střediska														1							
Jednač a konferenční prostory											1			1							
Zapůjčení rezervní přikrývky a polštáře									1		1										
Denní a večerní úprava pokoje											1			1							
Praní a žehlení prádla pro hosta do 24 hodin											1										
Praní a žehlení prádla pro hosta do 12 hodin														1							
Dovoz a svoz zavazadel hotelových hostů 24 hodin denně														1							
Zařízení na čištění bot									1		1			1							
Služba čištění bot														1							
Domácí a zahraniční tisk												1		1							
Zařízení připojené na síť internetu k dispozici hostům									1		1			1							
Možnost platby platební kartou											1			1							
Možnost usazení hosta (sedací souprava) v prostoru recepcce									1		1			1							
Samoobslužný zavazadlový vozík								1			1										
Služba dveřníka (možno kombinovat se službou hotelového zřízence)														1							
Zapůjčení vysoušeče vlasů											1										
Zapůjčení deštníku														1							
Zapůjčení žehličky s žehlicím prknem									1		1			1							
Sportovně relaxační prostor											1			1							
Služba buzení									1		1			1							
Dostupný telefonní přístroj	1					1															
TV přijímač ve společné místnosti, pokud není na pokoji	1					1															
Sekretářské služby									1		1			1							
Dětský koutek											1			1							
Ostraha objektu											1			1							
Prodej drobných a upomínkových předmětů											1			1							
Zapůjčení společenských her											1			1							
Směnárna											1			1							
Součty požadavků za sloupce	22	17	7	7	24	21	5	1	29	23	11	7	42	29	20	13	54	36	22	7	
Součet počtu požadavků za povinné/povinně volitelné	39	9	45	6	52	18	71	33	90	29											
Maximální tolerance nesplněných požadavků u povinně volitelných	X	3	X	3	X	6	X	9	X	9	X	9	X	9	X	9	X	9	X	9	
Splněné požadavky za povinné/povinně volitelné																					
Počet nesplněných požadavků u povinně volitelných	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Příloha č. 2

Provozní řád

ubytovacího zařízení zajišťující hygienické podmínky provozu
podle § 21a zákona 258/2000 Sb. v platném znění

Identifikační údaje o ubytovacím zařízení

1. Název firmy: **Hotel Lucia** IČO: **14904179**
2. Adresa: **ČSA 598, 391 81 Veselí nad Lužnicí**
3. Telefon: **381 582 123** Fax: **381 581 005** e-mail: **info@hotellucia.cz**
4. Provozovatel: **JUDr. Milan Vacek**
5. Odpovědný vedoucí:
6. Dosažená kvalifikace: Doba odborné praxe:.....
7. Kategorie a třída ubytovacího zařízení: **hotel *****
8. Poskytované služby: **ubytovací a stravovací služby**
9. Druh provozu: **sezónní - trvalý**
10. Počet pokojů: Počet lůžek stálých: příležitostných:

Pro zabezpečení správných hygienických podmínek provozu stanovím tato opatření:

Zásady prevence přenosných a jiných onemocnění

K základním opatřením proti šíření přenosných a jiných onemocnění je ochranná dezinfekce, dezinfekce a deratizace. Ochrannou dezinfekcí, dezinfekcí a deratizací je činnost směřující k ochraně zdraví fyzických osob a k ochraně životních a pracovních podmínek před původci a přenašeči infekčních onemocnění, škodlivými a epidemiologicky významnými členovci (hmyzem), hlodavci a dalšími živočichy. Dělí se na

- a) běžnou ochrannou dezinfekci, dezinfekci a deratizaci, která jako součást čištění a běžných technologických a pracovních postupů směřuje k předcházení vzniku infekčních onemocnění a výskytu škodlivých a epidemiologicky významných členovců, hlodavců a dalších živočichů.
- b) speciální ochrannou dezinfekci, dezinfekci a deratizaci, kterou je odborná činnost zaměřená na likvidaci původců a přenašečů infekčních onemocnění a zvýšeného výskytu škodlivých a epidemiologicky významných členovců, hlodavců a dalších živočichů.

Při provádění dezinfekce, dezinfekce a deratizace se smí použít přípravky a postupy jen v míře nezbytně nutné tak, aby účelu ochranné dezinfekce, dezinfekce a deratizace bylo dosaženo a životní a pracovní podmínky nebyly ohroženy nebo poškozeny.

Dezinfekce v ubytovacím zařízení:

- běžná ochranná dezinfekce provádí se denně při úklidu hygienických zařízení (koupelny, sprchy, WC) a podle potřeby za použití dezinfekčního prostředku pro plošnou dezinfekci;
- dezinfekční roztok se připraví přesně podle návodu v označené nádobě, která nesmí být využita pro jiné účely než pro úklid. Při úklidu za použití dezinfekčních prostředků používá pracovník ochranné rukavice, ochrannou obuv, ochrannou zástěru, event. plášť, příp. prostředky k ochraně obličeje a očí;
- při znečištění prostor biologickým materiálem se provede očista za použití koncentrovaného dezinfekčního prostředku podle návodu;
- speciální ochranná dezinfekce se provádí podle potřeby při likvidaci původců nálezů. Speciální ochrannou dezinfekci zajišťuje osoba, která má odbornou způsobilost a povolení k této činnosti.

Dezinsekce a deratizace:

Dezinsekce je hubení hmyzu a ostatních členovců, deratizace hubení krys, potkanů a dalších hlodavců. Speciální ochranná dezinsekce se provádí při výskytu hmyzu prostřednictvím odborné firmy, speciální ochranná deratizace běžně jednou za rok, jinak podle potřeby v rámci generálního úklidu. Zajišťuje odborná firma.

Zásady provádění dezinsekce:

- běžná ochranná dezinsekce se provádí podle potřeby jako součást čištění a běžných technologických a pracovních postupů;
- speciální ochranná dezinsekce se provádí podle potřeby při likvidaci původců nálezů. Speciální ochrannou dezinsekcí a deratizací zajišťuje osoba, která má odbornou způsobilost a povolení k této činnosti;
- před provedením speciální ochranné dezinsekce musí být proveden generální úklid, dezinsekce musí být prováděna prostředky schválenými k tomu účelu a osobami, oprávněnými k této činnosti;
- musí být zabezpečena ochrana lidí v objektu, v jeho okolí a osob, které dezinsekcí provádějí;
- prostory nesmějí být použity dřívě, než jsou odstraněny zbytky chemických látek;
- při odvětrávání prostorů nesmějí být ohroženi obyvatelé v jeho okolí použit chemickými prostředky, průběh dezinsekce musí být kontrolován;
- o provedené dezinsekcí se provádí záznam v knize úklidů.

Zásady provádění deratizace:

V rámci preventivních ochranných opatření je nezbytné

- udržovat čistotu v objektu a jeho okolí - včasné odstraňování odpadů a jejich ukládání do uzavřených nádob v chráněných prostorech,
- udržovat ubytovací zařízení v dobrém technickém stavu - sítě proti vniknutí hlodavců, zasklívání oken apod.

V rámci speciálních ochranných opatření (ničení hlodavců) je nutno

- deratizaci provést okamžitě při výskytu hlodavců prostřednictvím odborné firmy, při ojedinělém výskytu je možné použít mechanické prostředky - vhodné pastě; přirozených nepřátel hlodavců - koček a psů k tomuto účelu nesmí být použito;
- o provedené deratizaci se provádí záznam v knize úklidů.

Speciální ochranou dezinsekcí, dezinsekcí a deratizací, při které se používají toxické nebo vysoce toxické chemické látky a chemické přípravky může provádět nebo řídit a dohlížet na provádění pouze osoba, která má odbornou kvalifikaci a osvědčení o odborné způsobilosti k provádění této činnosti.

Druhy dezinfekčních přípravků, způsob přípravy a použití prostředků pro dezinfekci a odpovědnost upravuje Směrnice ředitele o používání prostředků k provádění dezinfekce, o odpovědnosti jednotlivých osob při provádění úklidu a o vyčlenění úklidových místností, která je přílohou tohoto provozního řádu.

Zásady pro provádění očisty ubytovacího zařízení

Úklid se provádí podle Manuálu k provádění úklidu, který je přílohou tohoto provozního řádu.

Průběžný úklid:

- provádí se během provozu ve všech prostorách ubytovacího zařízení podle potřeby ihned po znečištění odpovídajícími úklidovými prostředky, aby v provozních prostorách a v hygienických zařízeních byla zachována provozní čistota.

Denní úklid:

- v ubytovacích prostorách a na pokojích se provádí každý den (obvykle v dopoledních hodinách) v takovém rozsahu, aby jednotlivé pokoje byly připraveny pro další využití,
- ve společných prostorách, v recepci, na chodbách denně v rozsahu běžného úklidu.

Úklid po odjezdu hosta - týdenní úklid:

- provádí se v pokojích po každém odjezdu hosta, minimálně však jedenkrát týdně.

Velký (generální) úklid:

- provádí nejméně jedenkrát za tři měsíce na základě příkazu ředitele,
- provede se speciální ochranná dezinfekce a dezinsekce; deratizace podle potřeby, jinak minimálně jednou za rok,
- o provedení generálního úklidu se vede záznam v knize úklidů.

Pro úklid provozovny jsou zřízeny úklidové místnosti s přívodem tekoucí pitné vody a teplé vody, vybavené výlevkou a policí, popřípadě skříňkou pro uložení čisticích a úklidových prostředků. Odpady z běžného úklidu se ukládají do uzavřených odpadových nádob, uložených ve skladu odpadů.

Způsob zacházení s prádlem

Při manipulaci s prádlem nesmí docházet k druhotné kontaminaci - styku použitého prádla s prádlem čistým, čisté prádlo musí být dopravováno a udržováno zásadně odděleně od prádla použitého. To platí i při výměně ložního a koupelového prádla - pro manipulaci s čistým prádlem se používá jiný pracovní oděv, než při manipulaci s prádlem použitým.

Uložení čistého prádla:

- čisté prádlo po převzetí z prádelny se ukládá ve skladu čistého prádla v čistých, uzavíratelných a pravidelně dezinfikovaných skříních nebo policích odděleně tak, aby nedošlo ke styku s použitým prádlem. Při uložení je nutno dbát na to, aby nedošlo k druhotnému znečištění. pokud by k takovému případu došlo, je nutno kontaminované kusy prádla vyřadit (předat do prádla použitého),
- poškozené prádlo se vyřadí.

Uložení použitého prádla:

- použité ložní a koupelové prádlo se ukládá do obalů, které zabraňují kontaminaci okolí nečistotami z prádla, nesmí se třídít v ubytovací části. Ukládá se ve skladu použitého prádla, kde se připravuje k předání do prádelny,
- ve skladu použitého prádla lze ukládat pouze prádlo suché - pokud např. použité koupelové prádlo je vlhké, je nutno je před uložením nechat usušit,
- u prádla kontaminovaného biologickým materiálem se provede v úklidové místnosti dezinfekce a dekontaminace potřísněného místa účinným dezinfekčním roztokem, očistí se obvyklým způsobem a před uložením do skladu použitého prádla usuší,
- postele jsou dezinfikovány omytím dezinfekčním prostředkem,
- prádlo poškozené se vyřadí,
- použité prádlo se předává do prádelny v termínech dle smluvních podmínek s prádelnou.

Výměna ložního prádla a prádla koupelového:

- zásady výměny ložního a koupelového prádla na pokojích hostů upravují Směrnice pro výměnu ložního a koupelového prádla, které jsou přílohou tohoto provozního řádu.

Pracovní oděv zaměstnanců:

- pracovní oděv zaměstnanců musí být trvale a na viditelném místě označen obchodním jménem zaměstnavatele a rovněž značkou zaměstnance. Ukládá se v šatně odděleně od civilního oděvu,
- pracovní oděv (pracovní pláště, zástěry) musí být udržován stále v čistotě. výměna se provádí podle potřeby i v průběhu pracovní směny,
- použitý pracovní oděv se předává do skladu použitého prádla, čistý pracovní oděv po převzetí z prádelny je uložen ve skladu čistého prádla.

Manuál k provádění úklidu

Čistící prostředky, případně čistící prostředky s dezinfekčním účinkem se aplikují buď ručně nebo pomocí mycích a čistících strojů, tlakových pistolí, apod. Všechny pomůcky a přístroje se udržují v čistotě. Úklidové pomůcky se po použití očistí a usuší.

Čistící stroje a jiná zařízení se používají podle návodu výrobce.

Druhy úklidu:

- průběžný úklid - provádí se průběžně po celou provozní dobu,
- denní úklid - provádí se denně (na pokojích obvykle v dopoledních hodinách za nepřítomnosti hostů),
- úklid po odjezdu hosta - týdenní úklid - provádí se vždy po odjezdu hosta, nejdéle však jedenkrát týdně
- velký úklid (generální úklid) se provádí podle příkazu ředitele.

Pro velké úklidy, které se musí provádět nejméně jedenkrát za tři měsíce vhodné určit sanitární dny. Není však bezpodmínečně nutné je stanovit místo provozního dne, pokud je provozovatel schopen provést velký úklid v mimoprovozní době.

O provádění údržby, velkého úklidu, odborné dezinfekci, dezinfekci a deratizaci provozovatel ubytovacího zařízení vede evidenci.

Úklidové prostředky:

- rozlišení úklidových prostředků (druhově, barevně, apod.) podle účelu použití,
- vyčistění, vyprání nebo vymytí, dezinfekce a vysušení úklidových prostředků podle jejich druhu,
- oddělené uložení úklidových prostředků v úklidové komoře.

1. Průběžný úklid:

- provádí se během provozu ve všech prostorách ubytovacího zařízení podle potřeby ihned po znečištění odpovídajícími úklidovými prostředky, aby v provozních prostorách a v hygienických zařízeních byla zachována provozní čistota.

2. Denní úklid

Provádí se každý den (obvykle v dopoledních hodinách) v takovém rozsahu, aby byla na pokojích zachována provozní čistota. Je možné jej provádět i v přítomnosti hosta. Denní úklid zahrnuje:

- porovnání věcí hosta (např. košile na ramínko, oblečení z postele na židli či do skříně, poskládání pyžama, apod.)
- ustlání postele a umístění přehozu podle vzorového zastýlání
- výměnu znečištěného prádla včetně ubrusů
- výměnu ložního a koupelového prádla dle potřeby
- doplnění mýdla a toaletního papíru
- doplnění minibaru a záznam o spotřebě
- vyprázdnění, očištění a vydezinfikování odpadkových košů
- vlhké stírání hladkých povrchů
- vysávání kobereců podle potřeby
- úklid koupelny, sprchového koutu, vany a hygienického zařízení s použitím dezinfekčních prostředků
- přešetření zrcadel
- kontrolu funkčnosti žárovek, zásuvek, spotřebičů (rádio, televize, lednice,...), žaluzií, klimatizace a topení
- zavlažení zeleně podle potřeby
- vyvětrání

3. Úklid po odjezdu hosta (týdenní úklid)

Účelem tohoto úklidu je připravit pokoj pro další využití a to takovým způsobem, aby měl nově příchozí pocit, že je zde prvním nocležníkem. Tento úklid zahrnuje:

- výměnu ložního a koupelového prádla včetně ubrusů
- výměnu toaletních setů a doplnění minibaru
- doplnění informačních brožur, apod.
- vyprázdnění, očištění a vydezinfikování odpadkových košů
- vytírání pod matracemi
- vytírání skříní a dalších úložných prostor za použití desinfekčních prostředků
- vlhké stírání hladkých povrchů za použití desinfekčních prostředků
- omytí dveří, okenních parapetů, povrchů otopných těles, obkladů stěn apod. za použití desinfekčních prostředků
- úklid koupelny, sprchového koutu, vany a hygienického zařízení s použitím dezinfekčních prostředků
- vysávání koberců
- vyleštění zrcadel a skleněných ploch
- kontrolu dostatečného počtu rámečků ve skříní
- kontrolu funkčnosti žárovek, zásuvek, spotřebičů (rádio, televize, chladnička,...). žaluzií, klimatizace, topení a dalšího pokojového vybavení
- nastavení televizních kanálů
- manipulaci s topením a klimatizací v závislosti na očekávané obsazenosti
- zavlažení zeleně

4. Velký (generální) úklid

Velký (generální) úklid se provádí nejméně jedenkrát za tři měsíce a vede se o něm evidence v knize úklidů. Vedle obvyklého rozsahu úklidu po odjezdu hosta navíc zahrnuje:

- čištění oken, podhledů a nosných konstrukcí
- čištění vzduchotechnických rozvodů a výměnu filtrů ve větracích zařízeních
- mytí dveří a svítidel
- vyčištění matrací a lůžek (polštáře, peřiny a přikrývky)
- vyčištění koberců, záclon a závěsů
- provedení speciální ochranné dezinfekce a dezinsekce, popř. deratizace
- malování podle potřeby

Velký (generální) úklid se provádí podle časového plánu - podle příkazu ředitele.

Směrnice ředitele pro výměnu ložního a koupelového prádla

Zásady pro výměnu ložního prádla:

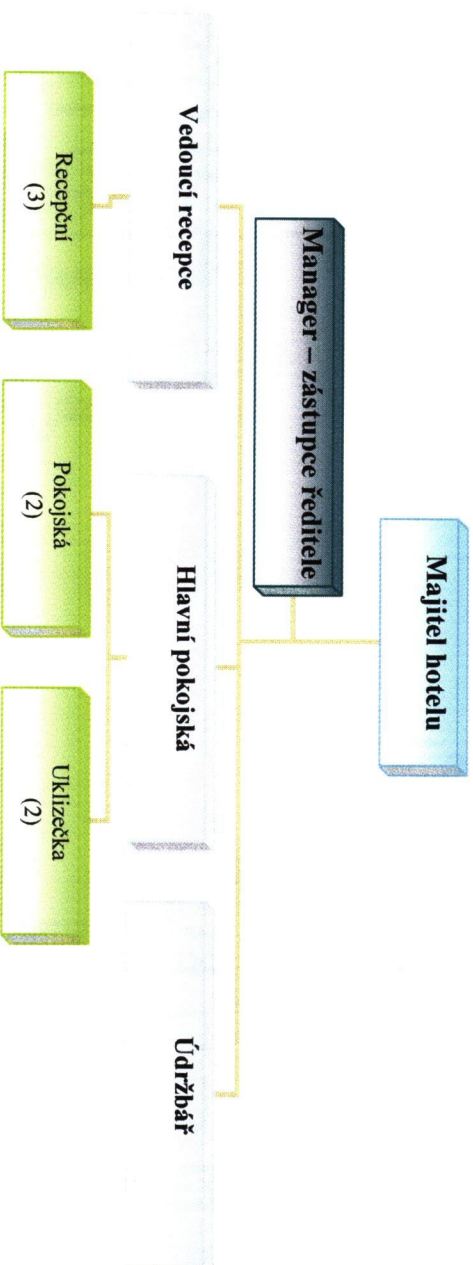
- a) výměna ložního prádla se musí provádět při každé změně ubytování, dále podle potřeby, minimálně však..... (uvést variantu podle kategorie a třídy ubytovacího zařízení)
- | | |
|--------------------------|--|
| hotel 5 * | minimálně každý 2. den, na přání hosta denně |
| hotel a penzion 4 * | minimálně každý 2. den, na přání hosta denně |
| hotel a penzion 3 * | minimálně 2 x za týden |
| hotel a penzion 2* a 1 * | minimálně 1 x za týden |
- b) ložní prádlo ušpiněné nebo kontaminované biologickým materiálem se vyměňuje vždy,
- c) značně poškozené a jinak poškozené ložní prádlo musí být z užívání vyřazeno,
- d) při výměně prádla musí být zabráněno kontaminaci čistého prádla s prádlem použitým povinnost pokojské používat dva pláště - jeden při odběru použitého prádla a čistý plášť pro návleky prádla čistého,
- e) použité ložní prádlo se ukládá do skladu použitého prádla suché (vlhké či mokré prádlo se před uložením musí usušit).

Zásady pro výměnu koupelového prádla:

- a) výměna koupelového prádla se musí provádět při každé změně ubytování
- b) koupelové prádlo, tj. ručník, osuška..... (atd., uvést variantu podle třídy ubytovacího zařízení)
- | | |
|------------------------------|--|
| hotel 5 a hotel a penzion 4* | ručník, osuška, koupací plášť a froté předložka každý druhý den, na přání hosta denně |
| hotel a penzion 3* | ručník, osuška a froté předložka každý druhý den |
| hotel a penzion 2* a 1 * | ručník, osuška každý druhý den se vyměňuje každý..... den, na přání hosta denně (odložení koupelového prádla na podlaze vyjadřuje přání hosta prádlo vyměnit), |
- c) použité koupelové prádlo se ukládá do skladu použitého prádla suché (vlhké či mokré prádlo se před uložením musí usušit),
- d) při výměně musí být zabráněno kontaminaci použitého prádla s prádlem čistým.
- Ostatní prádlo na pokoji (např. ubrusy apod.) se vyměňují při každé změně ubytovaného hosta, nebo podle potřeby, minimálně jednou za týden.

zdroj: materiály hotelu Lucia

Příloha č. 3



zdroj: materiály hotelu Lucia

Příloha č. 4



Celková délka podlaží: 56,0 m
Celková šířka podlaží: 32,6 m

Legenda:

Č.M.	ÚČEL MÍSTNOSTI	POLOHA (m ²)
1	Stěna rampy	30,20
2	WC - Muži	14,30
3	WC - Ženy	14,30
4	WC - Muži	14,30
5	WC - Ženy	14,30
6	WC - Muži	14,30
7	WC - Ženy	14,30
8	WC - Muži	14,30
9	WC - Ženy	14,30
10	WC - Muži	14,30
11	WC - Ženy	14,30
12	WC - Muži	14,30
13	WC - Ženy	14,30
14	WC - Muži	14,30
15	WC - Ženy	14,30
16	WC - Muži	14,30
17	WC - Ženy	14,30
18	WC - Muži	14,30
19	WC - Ženy	14,30
20	WC - Muži	14,30
21	WC - Ženy	14,30
22	WC - Muži	14,30
23	WC - Ženy	14,30
24	WC - Muži	14,30
25	WC - Ženy	14,30
26	WC - Muži	14,30
27	WC - Ženy	14,30
28	WC - Muži	14,30
29	WC - Ženy	14,30
30	WC - Muži	14,30
31	WC - Ženy	14,30
32	WC - Muži	14,30
33	WC - Ženy	14,30
34	WC - Muži	14,30
35	WC - Ženy	14,30
36	WC - Muži	14,30
37	WC - Ženy	14,30
38	WC - Muži	14,30
39	WC - Ženy	14,30
40	WC - Muži	14,30
41	WC - Ženy	14,30
42	WC - Muži	14,30
43	WC - Ženy	14,30
44	WC - Muži	14,30
45	WC - Ženy	14,30
46	WC - Muži	14,30
47	WC - Ženy	14,30
48	WC - Muži	14,30
49	WC - Ženy	14,30
50	WC - Muži	14,30
51	WC - Ženy	14,30
52	WC - Muži	14,30
53	WC - Ženy	14,30
54	WC - Muži	14,30
55	WC - Ženy	14,30
56	WC - Muži	14,30
57	WC - Ženy	14,30
58	WC - Muži	14,30
59	WC - Ženy	14,30
60	WC - Muži	14,30
61	WC - Ženy	14,30
62	WC - Muži	14,30
63	WC - Ženy	14,30
64	WC - Muži	14,30
65	WC - Ženy	14,30
66	WC - Muži	14,30
67	WC - Ženy	14,30
68	WC - Muži	14,30
69	WC - Ženy	14,30
70	WC - Muži	14,30
71	WC - Ženy	14,30
72	WC - Muži	14,30
73	WC - Ženy	14,30
74	WC - Muži	14,30
75	WC - Ženy	14,30
76	WC - Muži	14,30
77	WC - Ženy	14,30
78	WC - Muži	14,30
79	WC - Ženy	14,30
80	WC - Muži	14,30
81	WC - Ženy	14,30
82	WC - Muži	14,30
83	WC - Ženy	14,30
84	WC - Muži	14,30
85	WC - Ženy	14,30
86	WC - Muži	14,30
87	WC - Ženy	14,30
88	WC - Muži	14,30
89	WC - Ženy	14,30
90	WC - Muži	14,30
91	WC - Ženy	14,30
92	WC - Muži	14,30
93	WC - Ženy	14,30
94	WC - Muži	14,30
95	WC - Ženy	14,30
96	WC - Muži	14,30
97	WC - Ženy	14,30
98	WC - Muži	14,30
99	WC - Ženy	14,30
100	WC - Muži	14,30

Č.M.	ÚČEL MÍSTNOSTI	POLOHA (m ²)
101	WC - Muži	14,30
102	WC - Ženy	14,30
103	WC - Muži	14,30
104	WC - Ženy	14,30
105	WC - Muži	14,30
106	WC - Ženy	14,30
107	WC - Muži	14,30
108	WC - Ženy	14,30
109	WC - Muži	14,30
110	WC - Ženy	14,30
111	WC - Muži	14,30
112	WC - Ženy	14,30
113	WC - Muži	14,30
114	WC - Ženy	14,30
115	WC - Muži	14,30
116	WC - Ženy	14,30
117	WC - Muži	14,30
118	WC - Ženy	14,30
119	WC - Muži	14,30
120	WC - Ženy	14,30
121	WC - Muži	14,30
122	WC - Ženy	14,30
123	WC - Muži	14,30
124	WC - Ženy	14,30
125	WC - Muži	14,30
126	WC - Ženy	14,30
127	WC - Muži	14,30
128	WC - Ženy	14,30
129	WC - Muži	14,30
130	WC - Ženy	14,30
131	WC - Muži	14,30
132	WC - Ženy	14,30
133	WC - Muži	14,30
134	WC - Ženy	14,30
135	WC - Muži	14,30
136	WC - Ženy	14,30
137	WC - Muži	14,30
138	WC - Ženy	14,30
139	WC - Muži	14,30
140	WC - Ženy	14,30
141	WC - Muži	14,30
142	WC - Ženy	14,30
143	WC - Muži	14,30
144	WC - Ženy	14,30
145	WC - Muži	14,30
146	WC - Ženy	14,30
147	WC - Muži	14,30
148	WC - Ženy	14,30
149	WC - Muži	14,30
150	WC - Ženy	14,30

Celková délka podlaží: 56,0 m
Celková šířka podlaží: 32,6 m

MOTEL LUCIA VESELÍ NAD LUŽNICÍ
PŮDORYS PŘÍZEMÍ
M 1:150



V případě požaru použijte schodiště, nepoužívejte výtah!

Legenda:

Č.M.	ÚČEL MÍSTNOSTI	POLOHA (m ²)
1	Schodiště	12,84
2	Výťah	3,95
3	Komunikační	105,00
4	Předsíně	2,40
5	Pokoje	12,70
6	Koupelna, WC	3,36
7	Lodžie	3,00
8	Pokoje	17,23
9	Schodiště na prázdné	3,23
10	Předsíně	2,38
11	Pokoje	13,00
12	Koupelna, WC	3,16
13	Pokoje	11,23
14	Pokoje	17,23
15	Předsíně	2,43
16	Koupelna, WC	3,24
17	Pokoje	11,23
18	Niklad železného prádla	4,23
19	Niklad železného prádla	4,23
20	Skříněová komora	1,32
21	Předsíně	3,70
22	Balkón	7,41
23	Pokoje	13,00
24	Pokoje	13,00

V KOMPLEXU:

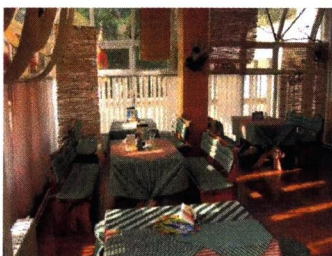
POČET DVOULŮŽKOVÝCH POKOJŮ 10 = 60 LŮZEK
POČET DVOULŮŽKOVÝCH POKOJŮ S PŘÍSTYLKOU 22 = 66 LŮZEK
POČET DVOULŮŽKOVÝCH POKOJŮ PRO INVALIDY 2 = 4 LŮZKA

CELKEM POKOJŮ 34 = 130 LŮZEK

Celková délka podlaží: 56,0 m
Celková šířka podlaží: 23,4 m

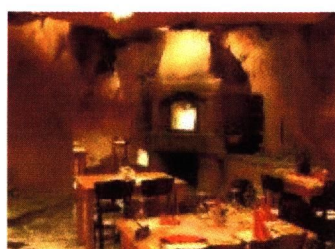
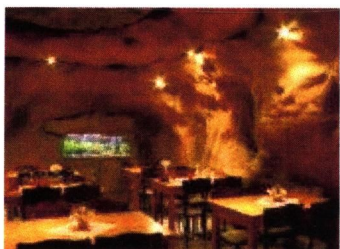
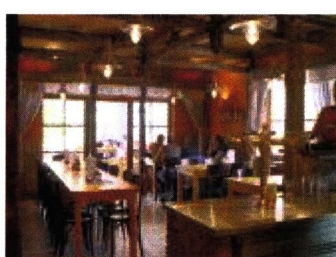
zdroj: www.hotellucia.cz

Příloha č. 5



zdroj: www.hotellucia.cz

Příloha č. 6



zdroj: www.hoteltrilobit.cz

Příloha č. 7



zdroj: www.hoteltrilobit.cz