

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Zemědělská fakulta

Katedra cestovního ruchu

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání – cestovní ruch

**ANALÝZA ČINNOSTI VYBRANÉHO HOTELOVÉHO
ZAŘÍZENÍ**

Vedoucí bakalářské práce:

Mgr. Vladimír Dvořák

Autor:

Brožová Martina

2006

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

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Martina BROŽOVÁ**
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:

Provést analýzu činnosti vybraného hotelového zařízení.
Provést srovnávací analýzu s dalšími subjekty.
Analýza návštěvnosti, využitelnosti hotelu, poskytovaných služeb, marketingu a managementu, včetně krizového managementu.

Metodika práce:

1. Studium odborné literatury a pramenů.
2. Provedení analýzy činnosti vybraného hotelového zařízení.
3. Konfrontace výsledků - návrhy ke zlepšení činnosti daného zařízení.

Rámcová osnova:

1. Úvod, 2. Literární přehled, 3. Použitá metodika, 4. Vlastní práce - analýza činnosti hotelového zařízení, 5. Závěr, 6. Použitá literatura, 7. Přílohy.

Rozsah práce: 30 - 40 stran

Rozsah příloh: dle potřeby

Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

Seznam odborné literatury:

Beránek, J.: Řízení hotelového provozu. Praha: Grada, 1997.
Horáková, H.: Strategický marketing. Praha: Grada, 2003.
Indrová, J.: Podnikatelská činnost ve stravování a hotelm
VŠE, 1996.
Parmová, D.: Provoz služeb v cestovním ruchu. České Budd
2003.
Zboril, J.: Marketingový výzkum - Metodologie a aplikace.
1998.

Vedoucí bakalářské práce:

Mgr. Vladimír Dvořák
Katedra cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce:

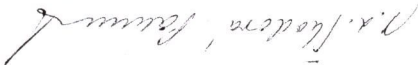
15. března 2005

Termín odevzdání bakalářské práce:

15. dubna 2006

děkanka

prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.



JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Fakulta
Váňkova 2904 390 01 TÁBOR

V Českých Budějovicích dne 15. března 2005

Děkuji Mgr. Dvořákovi za připomínky a rady při zpracování mé práce a také si velmi cením informací, které mi poskytl Grand Hotel Zvon, bez nichž by tato práce nemohla vzniknout, zejména pak vedoucí rezervačního oddělení Jitce Kukačkové a ředitele hotelu Ing. Šaldové.

Mé díky si také zaslouží moji rodiče, kteří mi věnovali během tvorby této práce mnoho času a podpory.

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Analýza činnosti vybraného hotelového zařízení vypracovala samostatně. Použitou literaturu a podkladové materiály uvádím v příloženém seznamu literatury.

Tábor, duben 2006

Martina Brožová

OBSAH

1. ÚVOD	1
2. LITERÁRNÍ PŘEHLED	2
2. 1. Vymezení pojmu hotel	2
2. 2. Marketing	3
2. 2. 1. Podnik a prostředí, ve kterém působí	6
2. 3. Management	7
2. 3. 1. Krizový management	8
2. 3. 2. Organizační struktura	8
2. 4. Předpoklady pro podnikání ve stravování a hotelnictví	9
3. METODIKA	12
4. ANALÝZA ČINNOSTI HOTELOVÉHO ZAŘÍZENÍ	14
4. 1. Umístění a okolí hotelu	16
4. 1. 1. Dostupnost	16
4. 1. 2. Nabídka města a okolí	16
4. 2. Právní forma	19
4. 3. Charakteristika hotelu	21
4. 3. 1. Ubytování	22
4. 3. 2. F&B zařízení	23
4. 3. 3. Konference a programy	26
4. 3. 4. Kultura a sport	26
4. 3. 5. Parkování	28
4. 3. 6. Ostatní služby	29
4. 4. Marketing	29
4. 4. 1. Segmentace trhu	30
4. 4. 2. Cenová politika	31
4. 4. 3. Dotazník	31

4. 5. Management	33
4. 5. 1. Krizový management	33
4. 5. 2. Organizační struktura	33
4. 6. Ekonomický vývoj hotelu	34
4. 7. Konkurence	36
4. 7. 1. Hotel Malý pivovar	36
4. 7. 2. Srovnání hotelů	37
5. ZÁVĚR	39
Summary	41
6. POUŽITÁ LITERATURA	43
Seznam tabulek a vyobrazení	44
7. PŘÍLOHY	45

1. ÚVOD

Specifickou formou trávení volného času mimo místo trvalého pobytu obyvatelstva je cestovní ruch. Cestovní ruch se stává masovým jevem a důležitým ekonomickým fenoménem v souvislosti s růstem životní úrovně a volnočasových aktivit.

Ubytování je jednou z nejdůležitějších součástí cestování. Hotely se stávají pevnou součástí cestovního ruchu, neposkytují turistům jen ubytovací služby, ale také služby doplňkové, které si klientela žádá, tím také rostou příjmy hotelu. Pokud se chtějí ubytovací zařízení udržet na trhu, musí myslet především na kvalitu poskytovaných služeb.

Cílem bakalářské práce je analýza činnosti Grand Hotelu Zvon a porovnání tohoto hotelu s konkurenčními podniky.

Práce je koncentrována na činnost samotného hotelu. Studie rozebírá nabízené hotelové služby a jejich ceny, marketing, řízení hotelového provozu a jeho personálu a v neposlední řadě i ekonomické výsledky hotelu za minulé roky provozu.

Důležité je i uvést, že mi nebyly poskytnuty bližší informace o ekonomickém hospodaření, za pomoci kterých by mohla být provedena ekonomická analýza hotelu.

V závěru práce je i srovnání vytíženosti Grand Hotelu Zvon s jeho konkurencí včetně doporučení, jakým způsobem zkvalitnit nabízené služby.

2. LITERÁRNÍ PŘEHLED

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 HOTELU A RESTAURACÍ ČESKÉ

REPUBLIKY/

a další. (Indrová J., 1996)

2. 1. VYMEZENÍ POJMU HOTEL

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

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

Hotelnictví lze tedy v současné době charakterizovat jako nedílnou součást služeb cestovního ruchu. Jeho předmětem je výstavba, řízení a organizace hotelů i velkých

hotelových řetězců, zabezpečování jejich provozu a poskytování hotelových služeb. V poslední době se často hovoří o hotelovém průmyslu. (Indrová J., 1996)

ubytování

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

základní

(Morrison A.)

2. 2. MARKETING

„Zelený“

Hotelový 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 firmy dnes nestačí pouze odvádět dobrou práci. Na vysoce konkurenčních trzích stále více stoupá význam marketingu. Marketing je funkcí, která spočívá v definování cílů zákazníka a nejlepším způsobem, jak jeho potřeby a požadavky konkurenčně a výnosně uspokojovat.

by posky

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. (Beránek J., Kotek P., 1996)

Firma (hotel)

Firma má

službami. ZA

Zákazník

Zákazník má dvě hlavní očekávání. Prvním je uspokojení jeho potřeb (rezervace ubytování, poskytnutí informace) a druhým, že zákazník očekává odpovídající chování personálu. (Beránek J., Kotek P., 1996)

Uspokojení potřeb

Marketingová orientace neboli orientace na zákazníka znamená uznání a převzetí základní marketingové myšlenky – zákaznickovy potřeby jsou hlavní prioritou. (Morrison A. M., 1995)

Psychologie

„Zelený“ zákazník

Tento trend se do jisté míry projevil i v cestovním ruchu, ve využití volného času a v ubytovacích a stravovacích službách.

V oblasti cestovního ruchu stejně jako v jiných oblastech konzumní společnosti je třeba místo o „zelených zákaznících“ mluvit o „odstínech zelených zákazníků“. Tmavě zelení zákazníci jsou ochotni přinášet oběti a platit i více za své výhody, světle zelení zákazníci k tomu ochotni nejsou a snaží se kupovat zelené produkty pouze tehdy, pokud nestojí více.

Některé cestovní kanceláře považují tmavě zelené zákazníky za samostatný segment a pokoušejí se zacílit na ně specifické produkty, které nazývají dovolená šetrná k životnímu prostředí nebo ekodovolená. Tak mohou turisté mít pocit, že se baví, aniž by poškozovali životní prostředí. Zdá se, že prodej takových produktů začíná mezi evropskými zákazníky nabývat na popularitě. (Horner S., Swarbrooke J., 2003)

Poskytovatel služeb (pracovník)

Pracovníci přicházejí po celou pracovní dobu do kontaktu s hostem a tyto kontakty jsou důležité pro jejich motivaci a uspokojení potřeb. Většina pracovníků chce mít pocit, že jsou úspěšní ve své práci, že si vybrali svou kariéru v souladu s faktem, že jejich práce bude znamenat každodenní kontakt s hostem a chtějí mu poskytovat odpovídající služby.

CP

Firma (hotel)

Firma má tři požadavky: za prvé, všichni hosté musí být spokojeni s poskytnutými službami, za druhé, pracovníci musí být spokojeni s vykonávanou prací, a za třetí,

služby musí být úspěšné pro firmu z hlediska zvýšení prodeje, zvýšení produktivity či udržení konkurenční výhody. (Beránek J., Kotek P., 1996)

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 sebeocení (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)

Zvyky a nároky lidí se mění v oblasti kultury života a obzvláště kultury dovolené. Pokud vyjdeme ze známé Maslowovy pyramidy, patří cestovní ruch sám o sobě do nejvyšších vrstev, ačkoliv zasahuje do všech vrstev ostatních. (Parmová D., 2003)

Znalost psychologických vlivů napomáhá k poznání chování jednotlivců – účastníků CR. Výzkum psychologických činitelů umožňuje provádění marketingové segmentace a její využívání při sestavování marketingové strategie podniků CR. Řada výzkumů prokazuje, že počet účastníků cestovního ruchu roste se vzděláním. (Hesková M., 1997)

2. 2. 1. PODNIK A PROSTŘEDÍ, VE KTERÉM PŮSOBÍ

Podnik jako živý ekonomický organismus nemůže existovat osamoceně. Je obklopen 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 výrobku, které bude podnik na trhu nabízet, na ceny, které může pro výrobky stanovit, na distribuční cesty, které použije k přemístění výrobků ke spotřebitelům, i na styl komunikování se zákazníky.

Současné prostředí, ve kterém podniky operují, se mění. Zákazníci mění spotřební chování, životní styl i své potřeby. Konkurence mění technologické postupy, výrobky, postoje i směr dalšího pohybu. Změny jsou nejen rychlé, ale i dramatické. Proto se společnosti, které chtějí přežít, musí stát rychlejšími a flexibilnějšími. Musí si uvědomit pomíjivou podstatu výrobku a nutnost rychlé reakce na nové požadavky zákazníků.

Makroprostředí tvoří širší okolí podniku. Do jisté míry podnikům diktuje, co a jak mohou a nemohou provozovat. Existující makroelementy jsou v podstatě mimo dosah podnikové kontroly. Ovlivňují postavení i chování podniku a tím i jeho výrobní a obchodní úspěchy či neúspěchy a efektivnost jeho podnikatelských aktivit. Každá organizace je vnímá na základě konkrétních podmínek a okolností, nejsou chápány všemi podniky shodně. Podnik by měl parametry prostředí dokonale poznat, analyzovat, sledovat jejich vývojové trendy a snažit se jejich klady účelně „využít“ pro další rozvoj (reagovat tak, aby si udržel konkurenční výhodu a schopnost efektivně uspokojovat potřeby cílových zákazníků). A proto se musí „svým“ makroprostředím zabývat a spolehlivě se v něm orientovat. Jedná se zejména o:

- ekonomické činitele (hospodářské změny země a její vývoj, tempa růstu, inflační tendence, nezaměstnanost, úroveň příjmů, struktura výdajů, dostupnost zdrojů, úrokové sazby, daňové a celní podmínky...),
- demografické činitele (počet obyvatel, věková struktura, zaměstnání, hustota osídlení...),
- politickou situaci i její předpokládaný vývoj a o legislativní podmínky (prokonkurenční a antimonopolní opatření, legislativní úpravy vztahů, zákonné normy, ochrana spotřebitele...),
- kulturní a sociální podmínky (základní kulturní hodnoty společnosti, její způsob života, sociální prostředí...),

- technologické činitele (technologický rozvoj země, přijímání nových technologií, tempo technologických změn...),
- i přírodní faktory (klíma, přírodní zdroje, znečišťování ovzduší...)

Rovněž se svým mikroprostředím se podnik musí vyrovnat. Mikroprostředí je to „nejbezprostřednější“ okolí podniku a podnik sám je jeho základním prvkem. Pokud chce být úspěšný, musí mikroprostředí pochopit a porozumět roli, která mu zde náleží.

Role podniku v mikroprostředí závisí především:

- na výši zdrojů,
- na schopnostech a možnostech
 - výrobky vyvíjet, vyrábět a prodávat, a to podle potřeb zákazníků a
 - zároveň se reprodukovat a rozvíjet jako podnik.

Dalšími prvky mikroprostředí (vedle podniku) jsou jeho dodavatelé, distribuční mezičlánky, zákazníci, konkurence a veřejnost. (Horáková H., 2003)

2. 3. MANAGEMENT

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. 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. KRIZOVÝ MANAGEMENT

Vymezení pojmu „krize“

Krize organizace jsou situace, které představují trvale nebo po delší dobu negativní odchylku od normálního stavu ohrožující cíl organizace nebo její samotnou existenci. Může jít o zánik trhu, legislativní omezení, havárie výrobního zařízení apod.

Základní prvky krizového managementu

Základní kroky krizového managementu jsou stejné pro všechny typy organizací bez ohledu na jejich náchylnost ke krizím:

1. Určení stupně ohrožení organizace (odhalit rizika – tj. možné zdroje krize)
2. Stanovení krizové strategie (zabránit vzniku krize)
3. Realizace krizové strategie (postupovat aktivně při vzniku krize)

(Šuleř O., 1995)

2.3.2. ORGANIZAČNÍ STRUKTURA

Pod pojmem organizační struktura rozumíme 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. (Beránek J., Kotek P., 1996)

2. 4. 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 jakémkoliv 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

Pro provozování živnosti ve stravování a ubytování musí být splněny

- všeobecné podmínky provozování živnosti
- zvláštní podmínky provozování živnosti

Všeobecnými podmínkami provozování živnosti fyzickými osobami jsou:

- a/ dosažení věku 18 let
- b/ způsobilost k právním úkonům
- c/ 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. Způsob prokazování odborné způsobilosti stanovuje pro pohostinství a ubytovací služby živnostenský zákon a pro udělení koncese (koncesní listiny) ji musí splňovat buď sám podnikatel (fyzická osoba) nebo jeho odpovědný zástupce. 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

Základním předpokladem pro podnikání ve stravování a ubytování je získání koncesní listiny na základě žádosti o vydání koncese, podané živnostenskému úřadu, který je místně příslušný podle sídla podnikatele (právnická osoba) nebo místa podnikání (fyzická osoba), která musí být doložena dokladem prokazujícím odbornou způsobilost

bezúhonnost (výpis z rejstříku trestů). Obecné základní náležitosti žádosti jsou stanoveny živnostenským zákonem a patří mezi ně:

- jméno a příjmení, trvalé bydliště, rodné číslo (u fyzických osob), obchodní jméno u právnických osob – obchodní jméno, sídlo, právní forma, jméno a bydliště statutárních osob
- identifikační číslo
- předmět podnikání
- provozovna a vedlejší provozy, pokud jsou zřízeny
- dobu ukončení podnikání, pokud je uvažováno provozovat činnost po dobu určitou

Náročnost na prostory pro podnikání se budou lišit dle předmětu podnikání ve stravování a ubytovacích službách. (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)

3. METODIKA

Grand Hotel Zvon jsem si vybrala proto, že je to hotel s dlouholetou tradicí nacházející se v historickém centru Českých Budějovic a nabízí nejen ubytovací a stravovací služby, ale také širokou paletu služeb doplňkových.

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 prolínají a doplňují.

Problematika bude analyzována v rámci teoretické a praktické části, ale syntetizována především ve výsledcích dotazníkového šetření, v porovnání hotelu s jeho konkurenčními podniky a v závěru práce.

Prvopočátky přípravy mé práce spočívaly ve studiu odborné literatury a jejich pramenů věnované zvolené tematice. Dále pak byla provedena situační analýza a terénní šetření. Vlastnímu šetření jsem přikládala největší váhu. Na počátku a také během celé mé práce jsem měla přímý kontakt (řízený rozhovor) s vedoucí rezervačního oddělení, které jsem vysvětlila obsah své práce a proč jsem si vybrala tento hotel. Absolvovala jsem několik osobních návštěv v hotelu (po telefonické domluvě). Vedoucí rezervačního oddělení se mnou po celou dobu mé práce spolupracovala a zodpověděla mi mé otázky, dotazy a poskytla mi informace týkající se popisu produktu, jeho charakteristiky, druhů poskytovaných služeb a jejich cen, úlohy marketingu, organizační struktury a řízení hotelu.

Paní ředitelkou mi byly poskytnuty ekonomické údaje, které se týkají hospodářského výsledku hotelu za minulá období.

V rámci tržní nabídky byla provedena srovnávací analýza Grand Hotelu Zvon s hotelem Malý pivovar, který se nachází u centra Českých Budějovic. Údaje o konkurenci byly získány na základě rozhovoru se zaměstnanci recepce, kteří mi poskytli hotelové desky a na základě komunikace s vedoucím hotelu, který mi poskytl informace týkající se obsazenosti hotelu.

závěru práce byla provedena syntéza získaných podkladů a navržena doporučení na
důležitý budoucí rozvoj hotelu, který by mohl vést ke zkvalitnění stávajících služeb.
Údaje byly pro lepší přehlednost zpracovány graficky a ve formě tabulek. Práce
je doplněna o obrázky zachycující pohled na Grand Hotel Zvon, Samsonovu kašnu,
Krumlov a Národní park Šumava. Uvedena je i mapka nejnavštěvovanějších míst
v Jihozápadních Čech.

4. ANALÝZA

V závěru práce byla provedena syntéza získaných podkladů a navržena doporučení na možný budoucí rozvoj hotelu, který by mohl vést ke zkvalitnění stávajících služeb. Některé údaje byly pro lepší přehlednost zpracovány graficky a ve formě tabulek. Práce je doplněna o obrázky zachycující pohled na Grand Hotel Zvon, Samsonovu kašnu, Český Krumlov a Národní park Šumava. Uvedena je i mapka nejnavštěvovanějších míst jižních Čech.

místě dvořanské

pozdějším přestavě

o něm se datuje

Prvním znárodně

1533. Tehdy

Jana Harky

majitele přel.

Z jeho histor.

Kurzbecka, se

zvonků“ a za

zvonu“. Za

domovní z

muzea. Je

jej např. b

Jezdil sem

Předposledn

Jan a Kristýn

majitel, pan

Grand Hotel

dokládají např.

strop ze 17.

restauraci, kte

patří do kateg

4. ANALÝZA ČINNOSTI HOTELOVÉHO ZAŘÍZENÍ

Českých Budějovic

Historie Grand Hotelu Zvon, který je v současné době tvořen areálem tří historických budov, sahá až do 16. století, přesně do roku 1533, kdy se o něm poprvé dozvídáme v místní kronice. Z domu, který stál původně na místě dnešního hotelu, se nezachovalo (díky pozdějším přestavbám) nic, ale první zmínka o něm se datuje již koncem roku 1265.

Obrázek č. 1 – Grand Hotel Zvon



zdroj: www.hotel-zvon.cz

Prvním známým majitelem byl Wolf Wienar z Muranu, který dům vlastnil do roku 1533. Tehdy ho prodal Janu Hankovi a tento rok se uvádí také jako rok založení. Od Jana Hanky koupil dům Jiří Zadák a během následujících téměř pěti století změnil dům majitele přibližně dvacetkrát.

Z jeho historie stojí za zmínku, že po roce 1669, kdy se dostal do vlastnictví Karla Kurzbecka, se o něm poprvé hovoří v historických archívech jako o domě „U tří bílých zvonků“ a za následujícího majitele Ondřeje Halsbergera jako o domě „U bílého zvonu“. Za Rakouska-Uherska nesl hotel na fasádě název „Silberne Glocke“. Staré domovní znamení hotelu – zvon s umělecky tepanou mříží – se nachází v Jihočeském muzeu. Jako hostinec, ale také pekárna, sloužil tento objekt mnoha generacím. Oblíbil si jej například František Palacký, který zde bydlel za svých návštěv Českých Budějovic. Jezdil sem od roku 1826 studovat do archivu.

Předposledními známými majiteli domu „U stříbrného zvonu“ se stali až do roku 1950 Jan a Kristýna Mikešovi. Po nich získal dům s hotelem zpět v restituci zatím poslední majitel, pan Jan Mikeš, syn původního majitele.

Soubor

Grand Hotel Zvon je kulturní a historickou památkou a jeho historickou cennost dokládají například restaurované fresky v hlavní hotelové pasáži nebo ručně vyřezávaný strop ze 17. století. Hotel tvoří v současné době komplex 69 pokojů a několika restaurací, které každoročně obslouží tisíce hostů z celého světa. Grand Hotel Zvon patří do kategorie tří a čtyřhvězdičkových hotelů a nachází se přímo na hlavním náměstí

Českých Budějovic. Díky této poloze v centru města mají hosté vše na dosah – historické památky, divadla, kina, galerie a v neposlední řadě i obchody a nákupní centra.

Celý areál prošel v posledních letech rozsáhlou rekonstrukcí. V roce 1991 byl hotel rozšířen o sousední, původně činžovní dům. V roce 1993 byla zrekonstruována ubytovací část. Část pokojů je orientována svým výhledem na českobudějovické náměstí Přemysla Otakara II.

V devadesátých letech zažil Grand Hotel Zvon nejen zásadní přestavbu, ale také turistickou expanzi hostů ze zahraničí. V roce 2004 proběhla rekonstrukce 15ti pokojů (ze tříhvězdičkových pokojů vznikly čtyřhvězdičkové).

V mimosezóně 2004/2005 proběhla náročná rekonstrukce dvou historických objektů, která vyústila ve vytvoření oddělené luxusní hotelové části.

Celý postup prací zaštiťoval přední pražský architekt evropského renomé, pod jehož taktovkou v prostorách bývalých pokojů i půdních prostor vznikly zcela nové a originální pokoje. Po této rekonstrukci 16ti pokojů z jara roku 2005 vznikly ze čtyřhvězdičkových pokojů pětihvězdičkové pokoje včetně navrhovaného a vyrobeného nábytku pro tuto příležitost, žehliče kalhot a klimatizace.

Zde ovšem úsilí Grand Hotelu Zvon o příjemný pobyt strávený v hotelu nekončí.

Již v zimě 2005/2006 se pokračuje s celkovou rekonstrukcí zbývajících částí hotelu, ve stejném období bude pak vytvořeno prostorné hotelové lobby s recepcí v centru celého objektu. Vznikne tak moderně řešený hotelový komplex nabízející, kromě šedesáti devíti pokojů pětihvězdičkového a čtyřhvězdičkového standardu obsluhovaných výtahem a kompletně zabezpečených systémem elektronických zámků, i zázemí fitness a wellness, průchozí hotelovou pasáž s luxusními obchody a patrovou garáž v objektu.

Zázemí fitness a wellness se plánuje na rok 2007.

Vznikl tak v Českých Budějovicích unikátní hotelový komplex spojující uspokojení náročných požadavků moderního hosta spolu s dlouholetou tradicí historického hotelu.

S oblibou využívají služeb Grand Hotelu Zvon také naše známé osobnosti politického, kulturního a sportovního života.

Hlavním cílem majitele i týmu zaměstnanců Grand Hotelu Zvon je poskytování co nejkvalitnějších služeb v rámci celého hotelového komplexu. Vládne tu trvalá snaha o

jejich zlepšení i rozšíření, protože Grand Hotel Zvon chce zůstat věrný své tradici výjimečného hotelu na hlavním českobudějovickém náměstí.

4. 1. UMÍSTĚNÍ A OKOLÍ HOTELU

Grand Hotel Zvon se nachází v Jihočeském kraji, v historickém centru Českých Budějovic. Okolí hotelu tvoří historické budovy a památky.

Grand Hotel Zvon se pyšní tím, že se nachází se v centru a má vlastní hotelové garáže. Záporom je pro něj však to, že autobusy nemohou přivést klienty přímo k hotelu.

4. 1. 1. DOSTUPNOST

České Budějovice mají dobré spojení s okolními městy (Český Krumlov, Třeboň, Jindřichův Hradec, Hluboká nad Vltavou, Písek, Tábor, Praha), ale i s Rakouskem a Německem.

4. 1. 2. NABÍDKA MĚSTA A OKOLÍ

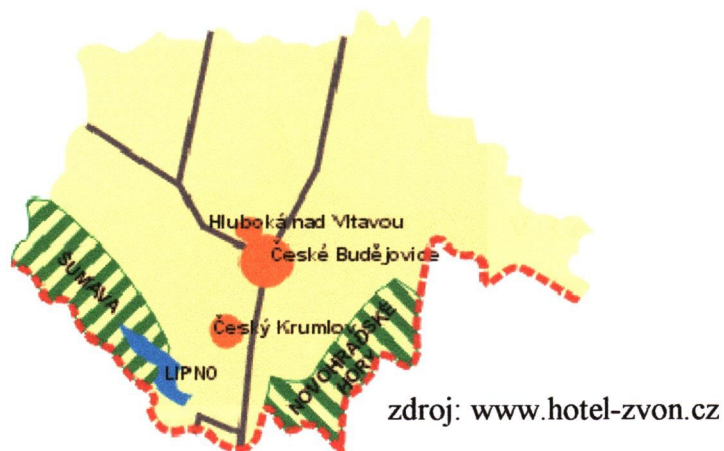
České Budějovice nabízí dostupnost historickým památkám, sportu, kulturnímu vyžití i společenským akcím.

Jižní Čechy jsou jedním z nejatraktivnějších turistických regionů České republiky. Nacházejí se v jižní části republiky při hranicích s Rakouskem a Spolkovou republikou Německo. Kraj tak lze navštívit i po cestě z Prahy do Vídně, Lince nebo Pasova.

Neznámějšími historickými místy v okolí jsou: Český Krumlov, Hluboká nad Vltavou a další.

Mezi hodně navštěvovaná místa dále patří: Národní park Šumava a Novohradské hory.

Mapka č. 1: Nejnavštěvovanější místa jižních Čech.



Obrázek č. 2 – České Budějovice



zdroj: www.hotel-zvon.cz

České Budějovice jsou největším městem jižních Čech, městem plným historie a pozoruhodných památek, ale také obchodním, hospodářským, politickým a kulturním centrem regionu.

Město leží na jihovýchodním okraji Českobudějovické kotliny, na soutoku řek Vltavy a Malše, nechal český král Přemysl Otakar II. v roce 1265 založit město, které nazval Buduoyz - Budějovice.

České Budějovice, dnes již stotisícové město, se svým návštěvníkům mohou pochlubit celou řadou zajímavých pamětihodností. Jmenujme alespoň náměstí Přemysla

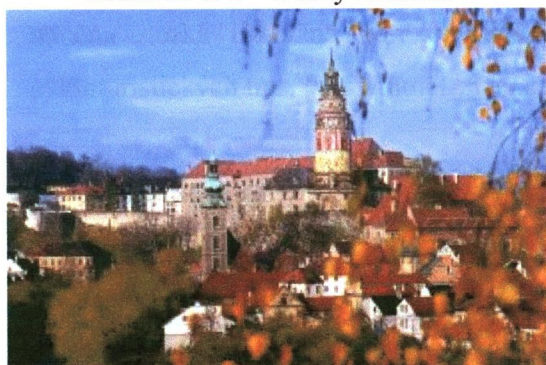
Otakara II., v jehož středu byla v letech 1721 - 1727 vystavěna Samsonova kašna a na kterém stojí Grand Hotel Zvon, 71,9 metrů vysokou Černou věž a klášter s Kostelem Obětování Panny Marie, který byl využíván již ve druhé polovině 13. století. Za zmínku stojí i to, že zde končila koněpřežní železnice, která od roku 1832 spojovala město s rakouským Salzburgem. (www.hotel-zvon.cz, 13. 8. 2005)

Český Krumlov

Je považován za jedno z nejkrásnějších českých měst. Pro svůj jedinečně dochovaný komplex středověkého města byl v roce 1992 zapsán do Seznamu světového kulturního dědictví UNESCO a vyhlášen městskou památkovou rezervací, po Praze druhou

nejvýznamnější u nás. Neméně známý a krásný je také zdejší stejnojmenný zámek.

Obrázek č. 3 – Český Krumlov



zdroj: www.hotel-zvon.cz

Unikátní urbanistický celek zahrnuje více než 300 historických staveb a má naprosto neopakovatelnou atmosféru.

V Českém Krumlově jen těžko najdeme budovu, ze které by nedýchalo kouzlo minulých století. Není se proto co divit, že i život dnešních obyvatel je nepřímo svázán s historií. Vždyť desítky krámků, hospůdek a

kavárniček, kde je možno přivítat návštěvníka, jen dokumentují i hrdost obyvatel na své město. (www.hotel-zvon.cz, 13. 8. 2005)

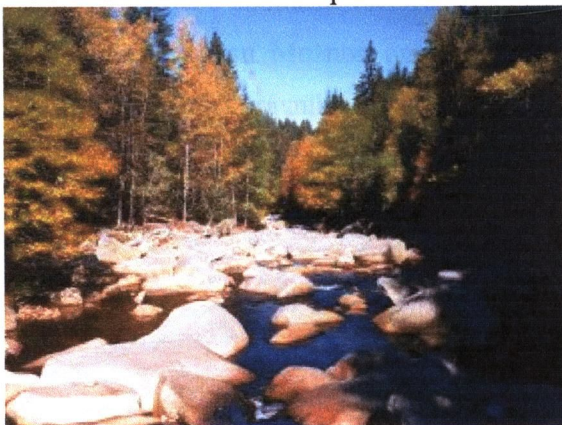
Zámek Hluboká nad Vltavou

Je jedním z nejznámějších a nejzdobnějších českých zámků. Je považován za nejkrásnější obytné panské sídlo v Čechách. Tyčí se 10 km severně od Českých Budějovic na skalnatém ostrohu nad řekou Vltavou ve stejnojmenné obci, původně pojmenované Podhradí, která koncem 19. století přejala jméno zámku. Hluboká patří od roku 1660 rodu Schwarzenbergů, který na zámku uložil mnohé cennosti a zajímavosti – například sbírku koberců, tzv. Netolickou archu z 15. století a mnoho dalších. Od roku 1956 je v bývalé zámecké jízdárně umístěna Alšova jihočeská galerie s expozicemi vlámského a holandského malířství 17. století a gotického umění jižních Čech.

Asi 1 km jihozápadně od zámku stojí na břehu Munického rybníka malý barokní lovecký zámeček Ohrada s malou zoologickou zahradou.

(www.hotel-zvon.cz, 13. 8. 2005)

Obrázek č. 4 – Národní park Šumava



zdroj: www.hotel-zvon.cz

Národní park Šumava

Patří mezi největší chráněné oblasti Čech. Pro návštěvníky je připravena řada naučných stezek. Mezi nejznámější patří Medvědí Stezka, naučná stezka Chalupská slat', naučná stezka Boubínský prales,

vycházkový okruh Churáňov, naučná stezka Železnorudsko, naučná stezka Povydří a naučná stezka Hamižná hora. Kromě toho zde najdete i mnoho turistických a cykloturistických tras. (www.hotel-zvon.cz, 13. 8. 2005)

Novohradské hory

se rozprostírají při státní hranici České republiky s Rakouskem na ploše 162 km čtverečních. V ČR vyplňují území mezi Novými Hrady, Dolním Dvořištěm a Benešovem nad Černou.

Novohradsko je kraj stvořený pro turistiku i cykloturistiku. Je zde spousta krásných, mnohdy asfaltových cest, vybudovaných v minulosti našimi bdělými strážci hranic, přímo stvořených pro horská kola, na nichž lze Novohradské hory projet křížem krážem. (www.hotel-zvon.cz, 13. 8. 2005)

4. 2. PRÁVNÍ FORMA

Grand Hotel Zvon je samostatný podnikatelský subjekt, nepatří do žádného hotelového řetězce. Hotel se řadí mezi společnost s ručením omezeným.

Společnost s ručením omezeným

a) vymezení

Společnost s ručením omezeným je kapitálovou společností, jejíž základní kapitál je tvořen vklady společníků a která odpovídá za porušení svých závazků celým svým majetkem. Společníci ručí za závazky s. r. o. jen do zápisu splacení jejich vkladů, tj. jakmile své vklady na podíly splatí a zajistí příslušný zápis, věřitelé s. r. o. nemohou postihnout majetek jednotlivých společníků. Základními dokumenty je zakladatelský dokument (společenská smlouva či zakladatelská listina) a stanovy, k jejich následné změně je třeba souhlasu všech společníků nebo rozhodnutí valné hromady a pořízení notářského zápisu. Možnost omezení odpovědnosti za závazky s. r. o. a přece jen menší komplikovanost právního režimu oproti k. s. a a. s. činí s. r. o. nejčastěji volenou formu právnické osoby pro podnikání, zejména menšího a středního rozsahu.

b) společník, základní kapitál, obchodní podíl

S. r. o. může být založena jednou osobou, avšak s. r. o. o jediném společníku nemůže být jediným zakladatelem či společníkem další s. r. o. Navíc jedna fyzická osoba může být jediným společníkem nejvýše tří s. r. o. Maximální počet společníků s. r. o. činí 50.

Výše základního kapitálu s. r. o. musí činit alespoň 200.000 Kč a výše vkladu společníka musí být přinejmenším 20.000 Kč. Před podáním návrhu na zápis do obchodního rejstříku musí být splaceno nejméně 30 % každého peněžitého vkladu a celková výše splacených peněžitých vkladů a hodnota splacených nepeněžitých vkladů musí činit alespoň 100.000 Kč. Celý vklad musí být splacen nejpozději do 5ti let. Je-li s. r. o. založena jedním zakladatelem, může být zapsána do o. r. až po úplném splacení jeho vkladu. S. r. o. vedle základního kapitálu musí postupně vytvořit rezervní fond ve výši nejméně 10 % základního kapitálu.

Obchodní podíl představuje účast společníka na s. r. o. a z toho plynoucí práva a povinnosti. Jeho výše se určuje podle poměru vkladu společníka k základnímu kapitálu s. r. o. Obchodní podíl může být zastaven na základě zástavní smlouvy v písemné formě. Se souhlasem valné hromady může společník smlouvou převést svůj obchodní podíl na jiného společníka, převod na jinou osobu je dále podmíněn příslušným ustanovením společenské smlouvy.

O rozdělení dosaženého zisku rozhoduje valná hromada s. r. o. a podíly na zisku společníků se zdaňují jako příjem z kapitálového majetku (sazba 25 %), ziskem se rozumí zisk po zdanění daní z příjmů právnických osob a po odečtu částky určené na doplnění rezervního fondu.

c) orgány s. r. o.

Společníci vykonávají svá práva týkající se řízení s. r. o. a kontroly její činnosti na valné hromadě, která se koná nejméně jednou ročně, a podílejí se na zisku určeném valnou hromadou k rozdělení v poměru svých obchodních podílů. Valnou hromadu svolávají jednatelé, a to rozesláním písemných pozvánek s programem. Společník se zúčastňuje jednání valné hromady osobně nebo v zastoupení zmocněncem na základě písemné plné moci. Zmocněncem nesmí být jednatel nebo člen dozorčí rady. Valná hromada je schopna usnášení, jsou-li přítomni společníci, kteří mají alespoň polovinu všech hlasů. Každý společník má jeden hlas na každých 1.000 Kč svého vkladu.

Má-li s. r. o. jediného společníka, nekoná se valná hromada a působnost valné hromady vykonává tento společník, jeho rozhodnutí musí být písemná a jím podepsaná.

Statutárním orgánem s. r. o. je jeden nebo více jednatelů s tím, že nestanoví-li společenská smlouva či stanovy jinak, je oprávněn jednat jménem s. r. o. každý z nich samostatně. Jednatel musí být fyzická osoba, která nemusí být společníkem.

Kontrolní orgán a dozorčí rada se zřizují jen, stanoví-li tak společenská smlouva, resp. stanovy.

d) zrušení

Společník nemůže z s. r. o. vystoupit, může však navrhnout, aby soud zrušil jeho účast v s. r. o. Prohlášení konkursu na majetek společníka, zamítnutí návrhu na prohlášení konkursu pro nedostatek majetku nebo pravomocné nařízení výkonu rozhodnutí postižením obchodního podílu společníka v s. r. o. má stejné účinky jako zrušení jeho účasti soudem. Naopak s. r. o. se může domáhat u soudu vyloučení společníka, který porušuje závažným způsobem své povinnosti, ačkoliv k jejich plnění byl vyzván a na možnost vyloučení byl písemně upozorněn.

S. r. o. se na základě rozhodnutí valné hromady nebo dohodou všech společníků zrušuje, a to opět buď s likvidací nebo bez likvidace. Při zrušení s. r. o. s likvidací má každý společník nárok na podíl na likvidačním zůstatku. Tento podíl se určuje poměrem obchodních podílů. (www.justice.cz, 15. 9. 2005)

Porovnání společností je uvedeno v příloze č. 1.

4. 3. CHARAKTERISTIKA HOTELU

Grand Hotel Zvon je tvořen komplexem tří budov na hlavním českobudějovickém náměstí. Tento komplex je kulturní a historickou památkou. Dokladem toho jsou například restaurované fresky v hotelové pasáži nebo ručně vyřezávaný strop ze 17. století v restauraci Gourmet Symphony. Díky citlivému spojení historie a moderního komfortu zde očekává klienty neopakovatelná atmosféra a kvalitní hotelový servis – to vše za podpory profesionálního týmu hotelu.

Budovy hotelu dříve sloužily jako zájezdní hostinec se stájemi.

Komplex tří budov tvoří budova, která má 4 patra, druhá budova, která má 3 patra a poslední budova, která má 2 patra a nachází se v ní restaurace a ve zbývajících částech pokoje.

Hotel nabízí a poskytuje základní služby spojené s ubytováním, stravováním, pronájmem prostor pro jednání a konference, zábavu, zároveň poskytuje i služby doplňkové.

Mezi činnostmi hotelu, na které musí být vydán živnostenský list se řadí činnost: ubytovací, hostinská, provozování garáží, koupě zboží za účelem jeho dalšího prodeje a prodej, směnářská činnost, praní a žehlení prádla.

4. 3. 1. UBYTOVÁNÍ

Grand Hotel Zvon nabízí ubytování v 69ti pokojích pěti, čtyř a tříhvězdičkové kategorie.

Pokoje jsou vybavené dle požadavků NFHR – dle Oficiální hotelové klasifikace, která přiděluje kategorizaci, tj. počet hvězdiček.

Hotel nabízí možnost ubytovat se v pokojích různé velikosti, různého uspořádání a s jiným výhledem.

V hotelu je možné ubytovat zvířecího „miláčka“, majitel by v tomto případě měl postupovat dle vnitřního předpisu.

V ceně pokoje je snídaneň formou bufetu. Lze přikoupit obědy i večeře.

Hotel dosahuje nejvyšší obsazenosti v sezóně za měsíce červen a září. V sezóně 2005 činila obsazenost za měsíc červen 57, 24% a za září 70, 36%. Nejnižší obsazenost v mimosezóně minulého roku je uvedena za měsíc leden 24%. V tomto roce je prognóza obsazenosti největší opět v sezóně za měsíce červen 67, 66% a září 83, 08%. Naopak v lednu klesá na 26%. Průměrná obsazenost za rok 2005 se pohybovala okolo 43%. Průměrná roční obsazenost na tento rok se prognózuje na 48%. Vytíženost hotelu je však slabá v prvních třech měsících, kdy v průměru dosahuje 27%. Z pohledu účelu či záměru cesty je navštěvován celoročně především lidmi na služebních cestách a za účelem turistiky zejména v období sezóny.

Z náměstí nebo hotelové pasáže se host dostane do stylové Plzeňské pivnice, která patří mezi několik málo restaurací s přiznaným statutem Pilsner Urquell Original Restaurant. Hluběji v hotelové pasáži se nacházela kavárna, která nyní slouží jako kasino a herna. Tyto hotelové prostory si pronajala firma. Dále hotel může nabídnout širokou škálu občerstvení do přestávek jednání, nebo jednotná menu.

Restaurace Gourmet Symphony

Při vstupu do Restaurantu Gourmet Symphony se nachází hotelový bar. Zde je možné si vybrat z bohaté nabídky místních i mezinárodních nápojů, vín a malých kulinářských specialit.

Samotný Restaurant Gourmet Symphony nabízí příjemné komorní prostředí s výhledem na českobudějovické náměstí a zaujímá 40 míst. Je zde vzácný vyřezávaný strop, dochovaný v původní podobě ze středověku a stylový interiér. Gastronomická nabídka restaurantu je tvořena vybranými českými i mezinárodními specialitami.

Tato restaurace je denně otevřena od 10.30 do 14.30 a od 18.30 do 24.00 hodin.

Restaurant Mozart

Restaurant Mozart je velká restaurace se špičkovou kuchyní, vhodná pro firemní či rodinné oslavy, koktejly, aukce nebo pro pořádání rautů. V této restauraci se také obvykle stravují skupiny cestovních kancelářů. Spokojeni jsou i klienti, kteří si v těchto prostorách objednávají akce komerčního nebo konferenčního charakteru. Současně tato restaurace slouží jako snídaňová místnost s teplým a studeným bufetem.

Tento snídaňový a skupinový restaurant tvoří kapacitu 100 míst a je denně otevřen od 7.00 do 10.00 hodin na podávání snídaní. Mimo tuto dobu je určen na rezervaci akcí, seminářů, rautů nebo na poskytnutí obědů a večeří skupinám.

Pivnice Puor

Plzeňská pivnice PUOR je stylově zařízená pivnice nacházející se v přízemí, s členitým prostorem, který vyhoví každé společnosti a má 130 míst. Významnou specialitou je nabídka hovězího, telecího a jehněčího masa z vlastního biologicky ošetřovaného chovu. Host si zde pochutná na specialitách domácí kuchyně a bude je moci zapít jedinečným ležákem Pilsner Urquell.

Tajemná zkratka PUOR v názvu restaurace znamená, že pivnice patří do výběrového řetězce restaurací podporovaných a zásobovaných přímo plzeňským pivovarem.

Návštěvník tohoto PILSNER URQUELL ORIGINAL RESTAURANTU - pivař - se tedy může těšit na jedinečný zážitek.

Pivnice je otevřena denně od 10.00 do 24.00 hodin.

Mezi další prostory patří *vinárna* ze 13. století poskytující 70 míst.

V letních měsících hotel využívá část nádvoří jako své další restaurační zařízení. Tato hotelová předzahrádka je vedena jako samostatné středisko disponující 60 místy.

K provozování předzahrádky musí být povolení a zaplacený nájem Magistrátu. Provoz této předzahrádky je řízený dle směrnic Magistrátu Českých Budějovic, nejčastěji od 10.00 do 22.00 hodin.

Stravovací prostory poskytují stravování a občerstvení s nabídkou typické české i mezinárodní kuchyně.

Menu a jídelní lístky jsou stálé a obměňují se dle potřeby se změnami cen nebo s přidáním nových jídel či nápojů. Ceny jídel a nápojů stanovuje ředitel a F&B Manager.

Skupiny si vybírají oběd nebo večeři z menu pro skupiny a vše je nutné dopředu objednávat. Mají možnost výběru i z a la carte (zkrácený jídelní lístek). Zkrácený jídelní lístek vede i Pivnice Puor a Restaurace Gourmet Symphony.

Room service (donáška jídel a nápojů na pokoj) je poskytován z Restaurace Gourmet Symphony. Podle otevírací doby této restaurace funguje i room service. Za donášku na pokoj se účtuje 50,-.

V hotelu jsou 2 kuchyně. Jedna v přízemí, která slouží pro Pivnici a druhá v 1. patře, která slouží pro Restauraci Gourmet Symphony a Restaurant Mozart.

Kuchyně nacházející se v přízemí je hlavní (centrální) a kuchyně v 1. patře je přídatná. V hlavní kuchyni se předpřipravuje většina jídel i studená kuchyně, pak se exportují do kuchyně v 1. patře, kde se dopravují a servírují.

Provoz hlavní kuchyně je denně od 10.00 do 22.00 hodin mimo sobotu, kde je provozní doba od 10.00 do 23.00 hodin.

Provozní doba přídatné kuchyně je denně od 10.00 do 23.00 hodin.

4. 3. 3. KONFERENCE A PROGRAMY

Grand Hotel Zvon nabízí spojení vzdělání a zábavy. Hotel nabízí rozsáhlé konferenční možnosti (semináře, školení apod.) ve všech veřejných prostorech. Je zde také možnost objednat si přípravu malé prezentace svého výrobku pro úzký okruh posluchačů probíhající pouze v salonku i rozsáhlou konferenci pro několik set posluchačů s několika souběžnými přednáškami ve všech prostorách hotelu.

Je zde možnost i doprovodného rautu a občerstvení pro přestávky v jednáních.

Dále je zde nabídka velkého množství programů se zaměřením na poznání města a okolí, ale i programů s čistě sportovní tematikou, včetně např. adrenalinových sportů. Samozřejmostí je aktivní asistence hotelu při vytváření programů „na míru“ až po jejich finální zajištění.

Sekretářské služby (tiskárna, fax, kopírka) jsou klientům k dispozici na hotelové recepci.

Hotel také zapůjčuje konferenční techniku a zajistí pohoštění k tomuto účelu odpovídající gastronomickou nabídkou.

Ceník pronájmu prostor včetně konferenční techniky a možnosti uspořádání konferenčních místností jsou uvedeny v příloze č. 3.

4. 3. 4. KULTURA A SPORT

Hotel nemá k dispozici vlastní sportovní nebo relaxační vybavení. Toto je v plánu při další rekonstrukci. Tyto služby pro hosty recepční objednává. V hotelu se v pronajatých prostorách nachází kadeřnictví, kosmetička a masér. Otevírací dobu mají dle objednávek. Dále se v pronajaté části nachází kasino.

Potřeby zákazníků nemohou být uspokojeny přímo na místě, a tak je hotel schopen zajistit je v jeho blízkosti.

Hotel je schopen zabezpečit tyto služby týkající se kultury a sportu.

Kultura

- taneční večery s hudbou pro rodinné oslavy
- hudba: lidová, klasická, cimbálová, taneční a disco

- prohlídky hradů a zámků (Hluboká nad Vltavou, Lovecký zámek Ohrada Hluboká, Č. Krumlov, Rožmberk, Kratochvíle, Červená Lhota, Třeboň, Orlík, Zvíkov, Jindřichův Hradec)
- návštěva Muzea voskových figurín a Muzea útrpného práva v Českém Krumlově
- návštěva kláštera ve Vyšším Brodě
- prohlídka Schwarzenberské hrobky v Třeboni
- prohlídky galerií
- exkurze do pivovaru Budvar (Č. Budějovice) a Eggenberg (Č. Krumlov) včetně ochutnávky piva
- rezervace restaurace pro hosty nebo společnost v renomovaných či stylových restauracích v Českých Budějovicích a Českém Krumlově včetně menu nebo např. ochutnávky medoviny
- rezervace vstupenek do divadel a na koncerty
- průvodcovské služby

Sport

- vyhlídkové lety – mezinárodní letiště Hosín vzdálené 10 km
- vyhlídkové plavby – Lipno vzdálené 50 km (lze objednat projížďku s pohoštěním a hudbou)
- tandemový parašutismus – Strunkovice vzdálené 35 km
- lety balonem
- golf (9ti a 18ti jamkové hřiště), driving range – Hluboká nad Vltavou vzdálená 5 km
- další golfové hřiště vzdálené cca 60 km
- minigolf – Kamenný Újezd (Štílec) vzdálený 5 km
- vyjížďky na koních pro začátečníky i pokročilé včetně haly – farma Vondrov vzdálená 5 km
- lovy zvěře – obora Hluboká nad Vltavou
- rybolov také v Hluboké nad Vltavou
- kanoistika a rafting – možno zajistit včetně instruktora, doprava a zapůjčení lodí i výzbroje v Českém Krumlově vzdáleném 25 km
- půjčovna loděk vzdálená cca 15 km
- lyžařský areál a půjčovna lyžařského vybavení je vzdálený cca 10 km

V Českých Budějovicích

- tenisové kurty s halou
- golfový simulátor
- bowling
- squash
- půjčovna horských kol
- vyjížďky na koních vzdálené cca 50 m
- krytý bazén, sauna, solárium, fitness koutek
- společenská místnost – kulečník, šipky
- posilovna
- stolní tenis
- v zimě – půjčovna lyžařského vybavení, lyžařská škola za hotelem, přibližně 900 m od hotelu se nachází svah s vlekem
- v okolí je množství upravených lyžařských tratí
- v létě – cykloturistika – značené cyklostezky
- pěší turistika po okolí – značené trasy

4. 3. 5. PARKOVÁNÍ

Jako jeden z mála hotelů v centru města nabízí možnost parkování osobních vozidel v garážích přímo v budově hotelu. Parkoviště je tudíž kryté a také hlídané a placené. Kapacita parkovacích míst činí 40. Garáže se nacházejí v zadní části hotelu a jsou dostupné z Kněžské ulice. Auta vyjíždějí výtahem do 1. a 2. patra a parkují do volných míst. Některá místa jsou pronajata podnikatelům z okolí, zbylá místa slouží pro hosty. Výtah obsluhuje garážmistr, který je zaměstnancem hotelu. Hosté nesmí výtah obsluhovat sami.

Cena parkovného: 1 hodina – 30 Kč

celý den – 350 Kč

4. 3. 6. OSTATNÍ SLUŽBY

Hotel nabízí zajištění dalších služeb:

1. placené – jsou to takové služby, které hotel poskytuje klientům za úplatu a hotel je schopen tyto služby poskytnout hned na požádání nebo do několika hodin a řadí mezi ně: etážový servis, zajištění průvodce, překladů, kopírování, faxování, půjčování konferenční techniky, půjčení aut a kol, čištění, praní a žehlení prádla
2. neplacené – do této skupiny patří následující služby: odnos zavazadel na pokoj, poskytování informací a buzení hostů
3. doplňkové – tyto služby jsou placené a jedná se o doplňkový prodej na recepci, jde např. o prodej kosmetiky, pohledů, map, cigaret, alko a nealko nápojů apod.
4. nabídka programů („balíčku“) hotelu – jedná se o služby placené a hotel je schopen tyto služby poskytnout nebo zprostředkovat na základě objednávky klienta. Jedná se např. o zajištění tematických výletů po okolí s návštěvou kulturních památek

4. 4. MARKETING

Marketingové oddělení dříve v hotelu existovalo, ale nebylo dostatečně využíváno. Z celého roku bylo využíváno zhruba 6 měsíců. V hotelu není žádná konkrétní osoba na vyhledávání nových klientů a cestovních kanceláří. Dnes marketingové oddělení nahrazuje rezervační oddělení a vedoucí ubytovacího úseku. Grand Hotel Zvon se snaží vytvářet vlastní marketingovou strategii. Sami nabízí firmám a cestovním kancelářím své služby a snaží se o nejlevnější reklamu. Na internetu vyhledávají cestovní kanceláře a zasílají jim hotelovou nabídku. Občas se hotel prezentuje na výstavě cestovního ruchu.

Jedenkrát za rok pořádají večer pro dámy. Je to večer pro sekretářky firem, které v hotelu objednávají pobyty.

Jedná se o program představení novinek, nabídek hotelu a raut. V hotelových deskách se nachází kompletní nabídka pro cestovní kanceláře.

Hotel k propagaci používá již zmíněné hotelové desky. Grand Hotel Zvon dále vlastní billboardy v Lišově, Dolním Dvořišti a Kamenném Újezdu. Platí pouze za pronájem pozemku. Tato reklama se zdá být účinná. Občas si hotel nechává dělat reklamu v rádiu

nebo novinách, většinou formou barteru (výměna služeb). Existuje zde barterová smlouva. Do katalogů hotel uvádějí cestovní kanceláře, které si v hotelu udělaly rezervaci a nabízejí hotelové služby.

Potřebné informace se klient může dozvědět na adrese hotelu, po telefonu nebo na webové stránce.

Adresa:

Grand Hotel Zvon

nám. Přemysla Otakara II. č. 28

370 01 České Budějovice

Telefon: +420 387 311 384

Fax: +420 387 311 385

http: www.hotel-zvon.cz

E-mail: ghz@hotel-zvon.cz

4. 4. 1. SEGMENTACE TRHU

Hotel nevěnuje přílišnou pozornost rozdělení trhu do jednotlivých segmentů. Svou klientelu člení do čtyř skupin:

1. individuální hosté – se orientují individuálním ceníkem
 2. cestovní kanceláře – se řídí dle ceníku pro CK, běžně mají 20% slevu z individuální ceny, pro větší CK se vytváří smlouva a poskytuje se jim sleva 30 – 40%
 3. firemní klientela – pro stálé firmy existují smlouvy a poskytuje se jim sleva 30%, do této klientely patří např. Robert Bosch, EON, Freudenberg a jiní
 4. V. I. P. hosté – sem se řadí klienti, kteří mají kulaté narozeniny a ti dostanou jako pozornost hotelu dort nebo láhev sektu, dalším klientem jsou stálí hosté, kteří mají slevu 20 – 30%, dále nahlášení zástupci cestovní kanceláře dostanou jako pozornost hotelu dort nebo láhev sektu či vína, jako poslední do této skupiny spadají ženy, kterým se na pokoj dává jedna růže
- každý hotel má vytvořený svůj vlastní V. I. P. program

4. 4. 2. CENOVÁ POLITIKA

Ceny jednotlivých služeb v hotelu jsou vytvářeny na základě plánování ředitelky hotelu (jednatele společnosti) a v případě cen jídel a nápojů s pomocí F&B Managera. Ředitelka při stanovování konečné ceny přihlíží k loňským cenám, jednotlivým nákladům, DPH a dále se přihlíží na počet hvězdiček a kvalitu služeb a dle tohoto se rozhoduje, zda se zachovají stejné ceny nebo dojde ke zvýšení. K cenám konkurence nepřihlíží a ceny s okolními hotely nehlídají. Hotel si vytváří ceny sám s přihlédnutím k poptávce a nabídce na trhu.

Ceny třídí na: - individuální

- skupinové

- smluvní (s CK nebo firmami)

Za poskytované služby lze platit hotově (přijímá se i cizí platná měna), kreditními kartami (AMEX, EUROCARD – MASTERCARD, VISA, JTB, DINNERS CLUB), šeky (málo používané) a fakturou. Pokud je požadovaná platba fakturou, musí v tomto případě existovat písemná objednávka včetně přesné fakturované adresy, IČO, DIČ a bankovní spojení firmy.

Cenové a platební podmínky, stornopodmínky a stornopoplatky jsou uvedeny ve všeobecných podmínkách v příloze č. 5.

4. 4. 3. DOTAZNÍK

Dotazník

Dotazník je formulář, určený k pokud možno přesnému a úplnému zaznamenávání zjišťovaných informací. Dobrý dotazník je mnohem více než jenom soubor otázek, neboť usměrňuje proces dotazování. (Zbořil K., 1998)

Písemné dotazování

Při písemném dotazování jsou požadavky na dotazník největší, protože respondent musí zvládnout jeho vyplňování sám, bez pomoci tazatele. Otázky musí být formulovány tak, aby bylo respondentovi zcela jasné, co se od něj požaduje. K dotazníku musí být přiložen průvodní dopis, který bude splňovat všechny dříve zmíněné požadavky na obsah. (Zbořil K., 1998)

Dotazníkové šetření bylo prováděno hotelovým dotazníkem v létě 2005. Dotazník obsahuje otázky týkající se činnosti recepce, čistoty pokojů, úrovně snídaní, restaurací a barů – jejich kvality a úrovně služeb, nabídky jídel a nápojů dále se také dotazuje na konferenční prostory. Tento dotazník hosté vyplnili a nechali na pokoji nebo odevzdali na recepci. Dotazníky jsou analyzovány vedoucím ubytování a F&B Managerem a dále jsou přijímána opatření.

Z dotazníkového šetření bylo zjištěno, že 70% klientely jsou zahraniční hosté a pouze 30% tvoří tuzemští hosté.

Zahraniční hosté v anketě vyplňují většinou vše a tuzemští většinou zodpoví jen část otázek.

Z těchto anket bylo dále zjištěno, že 90% tvoří kladné ohlasy a pouze z 10% jsou hosté nespokojeni z důvodu nepřístupu k internetu a chybějící klimatizace. Tyto údaje jsou zpracovány graficky.

Pracovníci hotelu dbají o spokojenost a pohodlí svých zákazníků. Důkazem toho jsou v současnosti již pětihvězdičkové pokoje s přípojkou na internet a klimatizací. Obchodní pasáž v hale hotelu je naplánovaná od května tohoto roku a poslední úpravy budou probíhat na podzim tohoto roku. V roce 2007 připravují wellness centrum.

Z měsíčního dotazníku o hostech v hromadných ubytovacích zařízeních za leden a únor 2006 byly graficky zpracovány údaje týkající se struktury hostů a počtu přenocování hostů. Převážnou většinu klientely Grand Hotelu Zvon tvoří zahraniční hosté. V lednu je především navštěvován Němci (34%), tuzemci (19%) a Brity (10%). Nejméně hostů však přijelo z Norska, Polska, Francie a Nového Zélandu.

Podobně se návštěvnost vyvíjela i v únoru. Zde jsou nejvíce zastoupeni Němci (37%), Švýcaři (14%) a tuzemci (12%). Naopak malou část tvoří hosté z Dánska, Finska, Rumunska, Izraele, Austrálie apod.

V lednu byl hotel navštíven i hosty i z ostatní střední a jižní Ameriky, Mexika a Portugalska. V únoru bylo zastoupeno i Estonsko, Řecko, Belgie, Rusko i Chorvatsko.

Dotazník pro hosta, měsíční dotazník o hostech v hromadných ubytovacích zařízeních a grafy jsou uvedeny v příloze č. 6.

4. 5. MANAGEMENT

Každé pondělí se koná porada vedoucích pracovníků. Jiné schůze a porady se plánují dle provozu náhlých změn, novinek a příchodu sezóny. Problémy a nedostatky se řeší okamžitě.

Rezervační oddělení připravuje rozpis různých akcí a seminářů a s tím spojené rezervace salonků, restaurací a zajištění obědů a večeří. Tento rozpis se připravuje na jeden týden dopředu.

4. 5. 1. KRIZOVÝ MANAGEMENT

Grand Hotel Zvon krizový management nezřídil. Pokud nastane nějaká nepředvídatelná situace, řeší ji ředitelka hotelu nebo manager ve službě a ředitelku o celé situaci informuje telefonicky. Ředitelka usoudí a rozhodne, zda vše zvládne radou po telefonu nebo zda je důležitá její účast.

Takovouto nepředvídatelnou situaci řešili při hlášeném planém udání, že se v hotelu nachází bomba nebo při povodních. V těchto situacích se musí poslouchat vyšší orgány. U nahlášení bomby se dbá pokynů policie, pyrotechniků a hasičů. Musí se evakuovat hosté i personál. Při povodních se museli řídit pokynů Ministerstva vnitra a povodňových komis. Dbalo se na ochranu majetku a osob – jak hostů, tak personálu. Po vyhlášení ukončení pracovní doby bylo zaměstnancům umožněno odejít dříve, než před skutečným ukončení pracovní doby. Ostatním zaměstnancům byla tolerována absence v práci. V pracovním procesu zůstali lidé, kteří neměli ohrožený vlastní majetek a nemuseli pomáhat jinde. Dalším zaměstnancům bylo umožněno přespání v hotelu.

4. 5. 2. ORGANIZAČNÍ STRUKTURA

Organizační struktura Grand Hotelu Zvon je tvořena systémem nadřízenosti a podřízenosti. Organizační struktura hotelu je uvedena v příloze č. 7.

Veškerá řídicí činnost hotelu je pod kontrolou ředitelky hotelu a k dispozici jsou jí nejbližší hlavní účetní, F&B Manager a Accommodation Manager.

Popis činnosti zaměstnanců pro dané funkce jsou konkretizovány v přílohách, které dostávají ke smlouvě.

Celkový počet zaměstnanců je v průměru 70 a od dubna do října hotel přibírá brigádníky.

Každé středisko má svého vedoucího:

Kuchyně – šéfkuchař

Restaurace – vrchní číšník

Recepce – vedoucí recepce

Housekeeping – vedoucí pokojských

Recepční pracují ve 12ti hodinových službách v rozmezí od 6:00 do 18:00 a od 18:00 do 6:00 hodin. Pracují v pravidelném rytmu tj. ranní, noční, 2 dny volna.

Nosí předepsané oblečení: černé kalhoty, bílou halenku s mašlí a černé sako.

Recepční ubytovává hosty, připravuje podklady pro příjezd a odjezd skupin, vystavuje účty hostům a faktury za firemní pobyty, zadává rezervace do programu (pokud není v práci zaměstnanec rezervačního oddělení), mění peníze (valuty na Kč), poskytuje informace a prodává doplňkový sortiment.

Pokojské pracují v 8mi hodinových službách v rozmezí od 6:00 do 14:00 a od 13:00 do 21:00 hodin. Služby jsou rozepisovány dle potřeby a dle obsazenosti hotelu.

Číšníci a servírky pracují dle otevírací doby daného střediska v intervalu – krátký a dlouhý týden. Stejně pracují i kuchaři.

Údržbáři jsou 2 pro celý hotel, na směně je v práci vždy jen jeden a střídají se krátký a dlouhý týden.

Skladník je jeden a pracuje od pondělí do pátku vždy od 7:00 do 15:00 hodin.

4. 6. EKONOMICKÝ VÝVOJ HOTELU

Rozhodujícími činnostmi hotelu jsou : hostinská činnost, ubytovací služby, koupě zboží za účelem jeho dalšího prodeje, směnárenská činnost, provozování garáží a praní, žehlení, opravy a údržba oděvu, bytového textilu a osobního zboží.

Investiční a obchodní strategie společnosti Grand Hotel Zvon, s. r. o.:

Základní strategií společnosti je provozování významného společenského a ubytovacího centra Českých Budějovic, na špičkové úrovni služeb. Úroveň služeb v první řadě závisí na výběru a výchově personálu. Základní personální strategií je vychovat špičkový, kvalifikovaný personál. Další prioritou, kterou vedení hotelu preferuje, je používání kvalitních surovin při výrobě jídel (např. biologicky ošetřované maso z vlastního chovu na Mysletíně), a tak dodržování vysoké kvality gastronomických služeb směrem ke spotřebitelům.

Tabulka č. 1 – **Hospodářský výsledek**

Rok	2001	2002	2003
Základní kapitál Kč	3.000.000,-	6.000.000,-	6.000.000,-
HV (zisk/ztráta) Kč	- 607.000,-	- 3.746.000,-	2.865.000,-
Ø počet zaměstnanců	71 osob	65 osob	58 osob

zdroj: vlastní šetření

Tabulka č. 1 uvádí zisk hotelu pouze v roce 2003 s průměrným počtem 58 zaměstnanců.

Dnes je již hotel plně ziskový.

Tabulka č. 2 ukazuje nejvyšší počet skutečně realizovaných lůžkodnů (LKD) v letech 2001 a 2003.

Tabulka č. 2 – **Skutečně realizované lůžkodny**

Rok	2001	2002	2003	2004
Skutečně realizované LKD	23.990	19.931	20.524	19.907

zdroj: vlastní šetření

Tabulka skutečně realizovaných lůžkodnů v příloze č. 8 uvádí, že LKD v roce 2004 byly plánovány na 22.580. Procentuálně LKD v roce 2001 činily 58%, v roce 2002 - 51%, v roce 2003 - 52% a v roce 2004 - 55%. Z toho vyvozujeme závěr, že od roku 2001 do roku 2003 procenta klesala a od roku 2004 začaly opět stoupat.

Vyčteme také průměrnou cenu bez snídaně s DPH na 1 lůžko, která činila:

v roce 2000	909,- Kč
v roce 2001	948,- Kč
v roce 2002	969,- Kč
v roce 2003	903,- Kč
v roce 2004	1.067,- Kč

4. 7. KONKURENCE

Vedení hotelu nepovažuje za důležité rozbor konkurence a konkurenčního prostředí. Tento rozbor detailně neprovádí.

Grand Hotelu Zvon na náměstí konkuruje hotel Dvořák a hotel Malý Pivovar. Cenami mu nejvíce konkuruje hotel Gomel, který nabízí nízké ceny.

S konkurenčními hotely Grand Hotel Zvon nesoupeří, protože jsou situace, kdy si navzájem vypomáhají. Tato situace například nastane při vzniklé nedostatečné kapacitě hotelu, kdy hotel musí hosty ubytovat u konkurence.

Grand Hotel Zvon se chová tržně, jako každý jiný subjekt.

4. 7. 1. HOTEL MALÝ PIVOVAR

Hotel Malý pivovar **** je v majetku národního podniku Budvar. V historické budově ze 16. století, kde se nacházel jeden z prvních měšťanských domů, v němž se vařilo pivo nabízí Budějovický Budvar luxusní ubytování v 25ti komfortních pokojích (2x double, 23x twin – z toho na 6ti pokojích možné 3. lůžko, ve 4. patře se nacházejí 3 nekuřácké pokoje) a 4 luxusních apartmá (double).

Oficiálně klasifikováno Národní federací hotelů ČR a sdružením HO.RE.KA ČR. Podporuje Ministerstvo pro místní rozvoj a agentura Czech Tourism. Všechny pokoje jsou vybaveny koupelnou a WC, minibarem, televizorem se satelitním příjmem a telefonem s přímou volbou. Hotel nemá vlastní hotelové garáže. Zajišťuje střežené parkoviště.

Stravovací prostory hotelu Malý pivovar:

Hotelová restaurace "U královské pečeti" nabízí široký výběr místní i světové kuchyně, doplněný o bohatou nabídku hotelové vinotéky. Ve stylové pivnici "Budvarka" mohou hosté ochutnat krajové speciality. Kavárna-cukrárna hotelu nabízí vlastní cukrářské výrobky.

Ve dvou stylových saloncích (Budvarský, Primátorský) hotel nabízí pořádání společenských akcí, jednání a nejrůznějších oslav.

Pultové ceny ubytování, hotelové prostory a technické vybavení jsou uvedeny v příloze č. 11.

4. 7. 2. SROVNÁNÍ HOTELŮ

Z poskytnutých informací byla provedena srovnávací analýza cen ubytování, cen konferenční techniky, kapacity salonků a obsazenost hotelu v lůžkách.

U ubytování jsou porovnávány pultové ceny za rok 2005.

Grand Hotel Zvon nabízí celkem 69 pokojů včetně 4 apartmá skládající se z kategorií tří, čtyř a pěti hvězdiček. Grand Hotel Zvon poskytuje klimatizované pokoje.

Hotel Malý pivovar nabízí pouze 25 pokojů a též 4 apartmá v kategorii čtyř hvězdiček. Žádný z pokojů nemá klimatizaci.

Vidíme z tohoto, že Grand Hotel Zvon disponuje větší kapacitou pokojů a také nabízí větší výběr kategorií pokojů.

Dále z příloh vyčteme, že ceny čtyřhvězdičkových pokojů uvádí hotel Malý pivovar nižší než Grand Hotel Zvon.

V hotelu Malý pivovar nezahrnují v ceně pokojů městský poplatek jako Grand Hotel Zvon a v silvestrovském termínu si účtuje hotel Malý pivovar navíc 20% a Grand Hotel Zvon pouze 10%.

Grand Hotel Zvon ubytovává děti do 6ti let zdarma a hotel Malý pivovar pouze do 5ti let.

Grand Hotel Zvon účtuje vyšší poplatky za hotelovou garáž a psa.

Porovnání kapacity salonků (uspořádání restaurační) a cen konferenční techniky.

Grand Hotel Zvon – Restaurant Mozart – 100 osob

Salon Bohemia – 40 osob

Salonek Pivnice – 40 osob

Hotel Malý Pivovar - Restaurace U královské pečeti – 60 osob

Salonek primátorský – 40 osob

Salonek budvarský – 54 osob

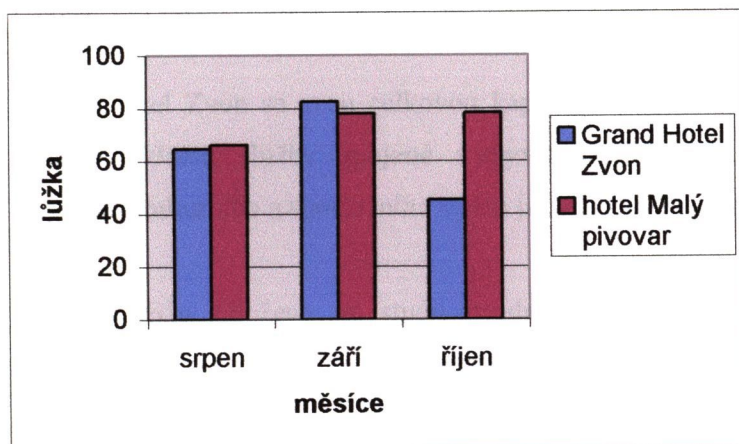
Z těchto údajů vyplývá, že kapacita restaurace Grand Hotelu Zvon čítá o 40 míst více, než restaurace hotelu Malý pivovar, ale hotel Malý pivovar nabízí vyšší kapacitu salonku o 14 míst.

Ceny konferenční techniky uvádí nižší hotel Malý pivovar a navíc zapůjčuje dataprojektor a CD věž.

Porovnání přehledu obsazenosti hotelů v roce 2005 za měsíce srpen, září, říjen (lůžka):

	srpen	září	říjen
Grand Hotel Zvon	64,6	82,6	45,3
hotel Malý pivovar	66	77,9	78,3

Graf č. 1 – Obsazenost hotelů



zdroj: vlastní šetření

Graf ukazuje, že za měsíc srpen byly hotely v obsazenosti v lůžkách téměř na stejné úrovni. V měsíci září již vykazovaly hotely menší rozdíly. V tomto měsíci dosáhl Grand Hotel Zvon vyšší obsazenosti. Za měsíc říjen si v obsazenosti stojí na prvním místě hotel Malý pivovar. Celkově si v obsazenosti těchto měsíců vede lépe hotel Malý pivovar.

5. ZÁVĚR

Cílem práce bylo provést analýzu činnosti hotelu nacházejícího se v historickém centru Českých Budějovic a porovnat ho s hotelem Malý pivovar nacházejícího se nedaleko náměstí Českých Budějovic.

Grand Hotel Zvon se svou celkovou kapacitou pokojů řadí mezi malé hotely. Hotel nabízí základní služby spojené s ubytováním, stravováním, pronájmem prostor, možností kulturního a sportovního vyžití jakož i služby doplňkové.

Analýza byla založena na studii produktu, poskytovaných služeb, managementu, marketingu, ekonomickém vývoji hotelu a konkurenci.

Z rozboru vyplynulo, že Grand Hotel Zvon nemá marketingové oddělení, ale snaží se utvářet svou vlastní marketingovou strategii.

Z pohledu ekonomického vývoje si hotel na trhu stojí velmi dobře. Vykazuje ziskovou činnost.

Hotel by také neměl zanedbávat konkurenci a měl by sledovat její produkty, nabídku služeb, ceny apod.

Vzhledem ke konkurenci má Grand Hotel Zvon své vlastní parkoviště a klimatizované pokoje.

Hotel by měl nadále sledovat přání a spokojenost hostů prostřednictvím dotazníku a měl by se zajímat o to, jak se o hotelu popřípadě dané službě dověděli. Hotel by měl zvýšit svou koncentraci na zákazníka, lépe ho identifikovat a zjistit jeho potřeby a požadavky. Mohlo by zde dojít k vytvoření rozmanitých „balíčků“, komplexů služeb a programů, které by mohly být připraveny například pro business klientelu nebo by mohly být také orientovány na incentivní cestovní ruch. V. I. P. klientele by hotel mohl poskytnout taxi do hotelu zdarma či speciální programy v podobě wellness či fitness, pro business klientelu by mohl připravit prohlídku města či večerní představení. Stálým a věrným zákazníkům by měl hotel vyjádřit své poděkování věnováním drobného upomínkového předmětu se jménem hotelu. Hotel by se mohl snažit přilákat do svých restauračních zařízení nejen ubytované hosty, ale především zákazníky z okolí například přípravou

různých netradičních kuchyní po určité časové období, výhodných denních nebo sezónních menu.

Hostům s ubytováním delším než 10 dní by mohl poskytnout slevu nebo nabídnout zvýhodněné víkendové pobyty mimo sezónu.

A klientům, kteří by opakovaně využívaly kongresové sály navrhnout slevu.

SUMMARY

The whole goal of this work was to carry out the analyses of all activities of the hotel which is located in the very center of the town of České Budějovice, and compare it with the Malý Pivovar hotel (Small Brewery Hotel) which is situated near the main square of the town.

The Grand Hotel Zvon with its whole capacity of rooms is classified among the small ones. The hotel offers basic services together with accommodation, catering services, renting rooms, possibilities for cultural and sport activities, and supplementary services.

The whole analysis was based on the study of product, offered services, work of management, marketing, economic development of the hotel and its possibilities of competition.

From analysis came out that the Grand Hotel Zvon has not the marketing section, but the hotel strives to build up its own marketing strategy.

From the view of the economic development the hotel stands very well. It shows the gains au the time.

The hotel should not forget the competition fight, it should closely watch the products of its competitors to offer better services, prices etc.

Compared with the possibilities of competitors the Grand Hotel Zvon has its own parking lot and air-conditioned rooms.

The hotel should continue to watch closely the wishes and satisfaction of the guests by the means of the inquiries and should take interest in knowing how they came to information on the given services. The hotel should increase its concentration on the guest., identify him better and satisfy his needs and requirements. There should be various packets, complex of services and programmes which could be prepared for him, for example for the business clientele, or they should be directed to the incentive tourist business. The hotel should extend the taxi services to the hotel free of charge, the V.I.P. clientele or special programmes for wellness and fitness of the guests. For business clientele there should be secured the tours through the town of České Budějovice or the

night shows. The old clientele of the hotel should be given guests small presents and souvenirs with the name of the hotel. The hotel should strive to attract into the restaurant not only the guests staying in the hotel but also the guests staying in the vicinity of it by prepared untraditional cuisine for some time of the year and advantageous daily or seasonly menus.

For the guests staying in the hotel more than 10 days the hotel should extend the reduction of the prices or offer them the advantageous weekend stays out of the main season, and for the clientele which should repeatedly use the congress rooms suggest a reduction of the prices.

6. POUŽITÁ LITERATURA

Odborná literatura:

- Beránek J., Kotek P.: Řízení hotelového provozu, Praha: Grada, 1996.
- Hesková M.: Cestovní ruch. Jindřichův Hradec: Fakulta managementu JU, 1997.
- Horáková H.: Strategický marketing, Praha: Grada, 2003.
- Horner S., Swarbrooke J.: Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času, Praha: Grada, 2003.
- Indrová J.: Podnikatelská činnost ve stravování a hotelnictví, Praha: VŠE, 1995.
- Indrová J.: Hotelový management, Praha: VŠE, 1996.
- Morrison A. M.: Marketing pohostinství a cestovního ruchu, Praha: Victoria Publishing, 1995.
- Parmová D.: Provoz služeb v cestovním ruchu, České Budějovice: JČU, 2003.
- Šuleř O.: Manažerské techniky, Olomouc: Rubico, 1995.
- Zbořil J.: Marketingový výzkum – Metodologie a aplikace, Praha: VŠE, 1998.

Internetové stránky:

www.justice.cz

www.hotel-zvon.cz

Seznam tabulek a vyobrazení

Seznam - obrázků:

- obrázek č. 1 – Grand Hotel Zvon, str. 14
- obrázek č. 2 – České Budějovice, str. 17
- obrázek č. 3 – Český Krumlov, str. 18
- obrázek č. 4 – Národní park Šumava, str. 18

Seznam- mapek:

- mapka č. 1 – Nejnavštěvovanější místa jižních Čech, str. 17

Seznam- tabulek:

- tabulka č. 1 – Hospodářský výsledek, str. 35
- tabulka č. 2 – Skutečně realizované lůžkodny, str. 35

Seznam- grafů:

- graf č. 1 – Obsazenost hotelů, str. 38
- graf č. 2 – Procentuální zastoupení zahraničních a tuzemských hostů, viz příloha č. 6
- graf č. 3 – Procentuální vyjádření spokojenosti hostů, viz příloha č. 6
- graf č. 4 – Struktura hostů – leden 2006, viz příloha č. 6
- graf č. 5 – Struktura hostů – únor 2006, viz příloha č. 6
- graf č. 6 – Počet přenocování hostů – leden 2006, viz příloha č. 6
- graf č. 7 – Počet přenocování hostů – únor 2006, viz příloha č. 6

7. PŘÍLOHY

- příloha č. 1 – Porovnání společností
- příloha č. 2 – Pultové a skupinové ceny 2005 a 2006, plán ubytování
- příloha č. 3 – Ceník pronájmu prostor včetně konferenční techniky a možnosti uspořádání konferenčních místností
- příloha č. 4 – Rezervace salóneků a restaurací
- příloha č. 5 – Všeobecné podmínky
- příloha č. 6 – Dotazník pro hosta, měsíční dotazník o hostech v hromadných ubytovacích zařízeních (leden, únor 2006) a grafy
- příloha č. 7 – Organizační struktura hotelu
- příloha č. 8 – Skutečně realizované lůžkodny
- příloha č. 9 – Přehled obsazenosti hotelu
- příloha č. 10 – Provozní řád
- příloha č. 11 – Hotel Malý pivovar – pultové ceny, hotelové prostory, technické vybavení
- příloha č. 12 – Obsazenost hotelu Malý pivovar

Příloha č. 1
Porovnání společností

Tabulka č. 1

	Veřejná obchodní společnost	Komanditní společnost	Společnost s ručením omezeným	Akciová společnost
Účel	podnikání	podnikání	podnikání i jiné	podnikání i jiné
min./max. počet společníků	minimálně 2 společníci	minimálně 1 komanditista a 1 komplementář	Maximálně 50	Pokud fyzická osoba, tak alespoň 2
Ručení společníků za závazky společnosti	každý plně	komanditista jen do splacení, komplementář plně	jen do zápisu splacení vkladů	ne
Základní kapitál	ne	Ano	ano, minimálně 200.000 Kč	ano, minimálně 20.000.000 Kč s veřejnou nabídkou 2.000.000 Kč bez veřejné nabídky
Minimální vklad	ne	komanditista 5.000 Kč	20.000 Kč	ano
Statutární orgán	společníci	komplementáři	jednatelé	představenstvo
další orgány	ne	Ne	valná hromada a cvcnt. dozorčí rada	valná hromada a dozorčí rada
Povinný audit	Ano, pokud za poslední dvě účetní období splnila alespoň 2 ze 3 kritérií: 1) úhrn rozvahy nad 40.000.000 Kč 2) čistý obrat nad 80.000.000 Kč 3) průměrný stav zaměstnanců nad 50	Ano, pokud za poslední dvě účetní období splnila alespoň 2 ze 3 kritérií: 1) úhrn rozvahy nad 40.000.000 Kč 2) čistý obrat nad 80.000.000 Kč 3) průměrný stav zaměstnanců nad 50	Ano, pokud za poslední dvě účetní období splnila alespoň 2 ze 3 kritérií: 1) úhrn rozvahy nad 40.000.000 Kč 2) čistý obrat nad 80.000.000 Kč 3) průměrný stav zaměstnanců nad 50	Ano, pokud za poslední dvě účetní období splnila alespoň 1 ze 3 kritérií: 1) úhrn rozvahy nad 40.000.000 Kč 2) čistý obrat nad 80.000.000 Kč 3) průměrný stav zaměstnanců nad 50
Povinný rezervní fond	ne	Ne	ano	ano
Možnost převodu účasti v zásadě	ne	komanditista ano komplementář ne	podmíněně ano	ano

Ceník 2005**Pultové ceny**

	<i>mimosezona</i> 3.1. - 31.3. 1.11. - 28.12.	<i>sezona</i> 1.4. - 31.10. 29.12. - 2.1.
Kategorie ☆☆☆☆☆	Kč	Kč
Dvoulůžkový pokoj	3 900,-	5 600,-
Dvoulůžkový pokoj (jedna osoba)	3 200,-	4 800,-
Příplatek za každou další osobu	500,-	800,-
Kategorie ☆☆☆☆	Kč	Kč
Dvoulůžkový pokoj	2 800,-	4 300,-
Dvoulůžkový pokoj (jedna osoba)	2 400,-	3 700,-
Příplatek za každou další osobu	500,-	800,-
Kategorie ☆☆☆		
- kategorie A		
Dvoulůžkový pokoj	2 100,-	3 300,-
Dvoulůžkový pokoj (jedna osoba)	1 700,-	2 700,-
Jednolůžkový pokoj	1 400,-	2 200,-
Příplatek za každou další osobu	500,-	800,-
- kategorie B		
Dvoulůžkový pokoj	1 600,-	2 500,-
Dvoulůžkový pokoj (jedna osoba)	1 300,-	2 100,-
Jednolůžkový pokoj	1 100,-	1 700,-
Příplatek za každou další osobu	500,-	800,-

V Silvestrovském termínu 29.12.2005 - 2.1.2006 účtujeme sezónní ceny + 10%

levy pro děti: 0 - 6- let zdarma v pokoji rodičů
6 - 12 let sleva 50 %
dětská postýlka zdarma.

lídaná hotelová garáž
es 350,- / den
500,- / den

**Ceny pokojů jsou uvedeny včetně snídaně, městského poplatku a DPH.
Změna cen je vyhrazena.**

GRAND HOTEL ZVON

SINCE 1533

THE PURE PLEASURE OF BEING A GUEST

Ceník 2005

Skupinové ceny

	<i>mimosezona</i> 3.1. - 31.3. 1.11. - 28.12.	<i>sezona</i> 1.4. - 31.10. 29.12. - 2.1.
Kategorie ☆☆☆☆☆	Kč	Kč
Dvoulůžkový pokoj	3 120,-	4 480,-
Dvoulůžkový pokoj (jedna osoba)	2 560,--	3 840,--
Příplatek za každou další osobu	500,--	800,--
Kategorie ☆☆☆☆	Kč	Kč
Dvoulůžkový pokoj	2 240,-	3 440,-
Dvoulůžkový pokoj (jedna osoba)	1 920,--	2 960,--
Příplatek za každou další osobu	500,--	800,--
Kategorie ☆☆☆		
- kategorie A		
Dvoulůžkový pokoj	1 680,--	2 640,--
Dvoulůžkový pokoj (jedna osoba)	1 360,--	2 160,-
Jednolůžkový pokoj	1 120,--	1 760,--
Příplatek za každou další osobu	500,-	800,-
- kategorie B		
Dvoulůžkový pokoj	1 280,--	2 000,--
Dvoulůžkový pokoj (jedna osoba)	1 040,--	1 680,-
Jednolůžkový pokoj	880,--	1 360,-
Příplatek za každou další osobu	500,-	800,-

V Silvestrovském termínu 29.12.2005 -2.1.2006 účtujeme sezónní ceny + 10 %

Slevy pro děti: 0 – 6 let zdarma v pokoji rodičů
6 – 12 let sleva 50 %
dětská postýlka zdarma

Ceny pokojů jsou uvedeny včetně snídaně formou bufetu, městského poplatku a DPH.

Změna cen je vyhrazena.

GRAND HOTEL ZVON

SINCE 1533

THE PURE PLEASURE OF BEING A GUEST

Ceník 2006

Pultové ceny

<i>mimosezona</i>	<i>sezona</i>
3.1. - 31.3.	1.4. - 31.10.
1.11. - 28.12.	29.12. - 2.1.

Kategorie Executive ☆☆☆☆☆

	<i>Kč</i>	<i>Kč</i>
Dvoulůžkový pokoj	3 900,-	5 600,-
Dvoulůžkový pokoj (jedna osoba)	3 200,-	4 800,-
Příplatek za každou další osobu	500,-	800,-

Kategorie Business ☆☆☆☆☆

	<i>Kč</i>	<i>Kč</i>
Dvoulůžkový pokoj	2 800,-	4 300,-
Dvoulůžkový pokoj (jedna osoba)	2 400,-	3 700,-
Příplatek za každou další osobu	500,-	800,-

Kategorie Double ☆☆☆☆☆

	<i>Kč</i>	<i>Kč</i>
Dvoulůžkový pokoj	1 800,-	3 000,-
Dvoulůžkový pokoj (jedna osoba)	1 500,-	2 500,-
Příplatek za každou další osobu	500,-	800,-

V Silvestrovském termínu 29.12.2006 -2.1.2007 účtujeme sezónní ceny

Slevy pro děti: 0 - 6- let zdarma v pokoji rodičů
6 - 12 let sleva 50 %
dětská postýlka zdarma.

Hlídaná hotelová garáž
Pes

350,- / den
500,- / den

Ceny pokojů jsou uvedeny včetně snídaně formou bufetu, městského poplatku a DPH.

GRAND HOTEL ZVON

SINCE 1533

THE PURE PLEASURE OF BEING A GUEST

Změna cen je vyhrazena.

Ceník 2006

Skupinové ceny

mimosezona
3.1. - 31.3.
1.11. - 28.12.

sezona
1.4. - 31.10.
29.12. - 2.1.

Kategorie Executive ☆☆☆☆☆

	<i>Kč</i>	<i>Kč</i>
Dvoulůžkový pokoj	3 120,-	4 480,-
Dvoulůžkový pokoj (jedna osoba)	2 560,-	3 840,-
Příplatek za každou další osobu	500,-	800,-

Kategorie Business ☆☆☆☆☆

	<i>Kč</i>	<i>Kč</i>
Dvoulůžkový pokoj	2 240,-	3 440,-
Dvoulůžkový pokoj (jedna osoba)	1 920,-	2 960,-
Příplatek za každou další osobu	500,-	800,-

Kategorie Double ☆☆☆☆☆

	<i>Kč</i>	<i>Kč</i>
Dvoulůžkový pokoj	1 440,-	2 400,-
Dvoulůžkový pokoj (jedna osoba)	1 200,-	2 000,-
Příplatek za každou další osobu	500,-	800,-

V Silvestrovském termínu 29.12.2006 - 2.1.2007 účtujeme sezónní ceny

*Slevy pro děti: 0 – 6 let zdarma v pokoji rodičů
6 – 12 let sleva 50 %
dětská postýlka zdarma*

*Ceny pokojů jsou uvedeny včetně snídaně formou bufetu, městského poplatku a DPH.
Změna cen je vyhrazena.*

	2003/2003	2003/2004	2004/2005	2005/2006	2006/2007	2007/2008	2008/2009	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2017/2018	2018/2019	2019/2020
leden	18,50%	24%	532 923	764 419	882 660	43,44%	15,47%	231 496	118 241	398	548	550	150					
únor	21%	31%	546 330	815 609	872 080	49,29%	6,92%	269 279	56 471	426	658	540	232					
březen	36%	28%	772 658	807 894	957 100	4,56%	18,47%	35 236	149 206	673	656	590	-17					
Celkový nárůst			1 851 911	2 387 922	2 711 840	28,94%	13,56%	536 011	323 918									

Sezóna 04/05/06

	Obsazenost, sezóna 04	Obsazenost, sezóna 05	Obsazenost, sezóna 06	Tržba UB, sezóna 04	Tržba UB, sezóna 05	Tržba UB, sezóna 06	Nárůst %	Nárůst %	Rozdíl tržeb	Rozdíl tržeb	Rozdíl tržeb	PKD, sezóna 04	PKD, sezóna 05	PKD, sezóna 06	Rozdíl PKD
duben	63,05%	38,71%	44,78%	1 633 869	1 833 576	1 898 700	12,22%	3,55%	816136	199 707	65 124	1022	871	900	-151
květen	79,60%	55,48%	64,52%	2 450 863	2 571 018	2 790 050	4,90%	8,52%	120 155	120 155	219 032	1382	1290	1340	-92
červen	87,00%	57,24%	67,66%	2 742 060	2 828 554	2 843 950	3,15%	0,54%	86 494	86 494	15 396	1608	1288	1360	-320
červenec	62,00%	51,10%	59,22%	2 363 104	2 578 674	2 667 850	9,12%	3,07%	215 570	215 570	79 176	1305	1188	1230	-117
srpen	72,10%	55,66%	63,07%	2 668 106	2 747 138	2 913 000	2,96%	6,04%	79 032	79 032	165 862	1517	1294	1310	-223
září	72,40%	70,36%	83,08%	2 665 744	3 015 616	3 284 750	13,12%	8,92%	349 872	349 872	269 134	1476	1583	1670	107
říjen	69,00%	42,37%	49,59%	2 385 960	2 151 266	2 199 700	-9,84%	2,25%	-234 694	-234 694	48 434	1471	985	1030	-486
Celkový nárůst				16908706	17725842	18588000	4,83%	4,86%	816136	862158					
Nárůst od počátku 2006				18 761 617	20 113 764	21 299 840	7,21%	5,90%	1 352 147	1 186 076					

Mimosezóna 04/05, 05/06, 06/07

	Obsazenost, mimosezóna 2004/2005	Obsazenost, mimosezóna 2005/2006	Obsazenost, mimosezóna 2006/2007	Tržba UB, mimosezóna 2004/2005	Tržba UB, mimosezóna 2005/2006	Tržba UB, mimosezóna 2006/2007	Nárůst %	Nárůst %	Rozdíl tržeb	Rozdíl tržeb	Rozdíl tržeb	PKD, mimosezóna 2004/2005	PKD, mimosezóna 2005/2006	PKD, mimosezóna 2006/2007	Rozdíl PKD
listopad	37,50%	30,93%	37%	1 003 796	1 183 455	1 237 000	17,90%	4,52%	-60017	179 659	53 545	765	696	740	-69
prosinec	39,00%	34,90%	31%	1 189 398	949 722	1 045 000	-20,15%	10,03%	-239 676	-239 676	95 278	834	569	600	-265
Celkový nárůst				2 193 194	2 133 177	2 282 000	-2,74%	6,98%	-60 017	-60 017	148 823	12877	11626	11860	-1251
Nárůst od počátku 2006				20 954 811	22 246 941	23 581 840	6,17%	6,00%	1 292 130	1 334 899					

Tržba 2006 s cenami 2005:
Nárůst tržby způsobený růstem AMR:
Nárůst tržby způsobený růstem PKD:

22694711,88
3,91%
2,09%

Rel. +PKD
Rozdíl rel. nárůst obratu / rel. nárůst PKD:
Průměrná cena 2005:
Průměrná cena 2006:

11860
-9,71%
1914
1988

4.1.2006

GRAND HOTEL ZVON

SINCE 1533

THE PURE PLEASURE OF BEING A GUEST

Ceník pronájmu prostor

<i>Prostor</i>	<i>1 / 2 dne</i>	<i>Celý den</i>	<i>Další hodina</i>
Restaurant Mozart	12.00-18.00, 18.00-24.00 4.000,- Kč	12.00-24.00 6.500,- Kč	500,- Kč
Salon Bohemia	08.00-14.00, 14.00-20.00 3.000,- Kč	08.00-20.00 5.000,- Kč	500,- Kč
Salon v Plzeňské pivnici	8.00-14.00, 14.00-20.00 1.800,- Kč	8.00-20.00 3.000,- Kč	300,- Kč

Naše nabídka konferenční techniky*Ceny za 1 den*

Televize – úhlopříčka 52 cm	500,- Kč
Video SONY stereo	500,- Kč
Plátno	300,- Kč
Zpětný projektor	800,- Kč
Flipchart	500,- Kč

Sekretářské služby (tiskárna, fax, kopírka) jsou Vám k dispozici na hotelové recepci.

Restaurace MOZART - konferenční možnosti

Přípojka na internet: ano

Taneční parket: ne

Možnosti postavení Rozměr místnosti: 15,2m x 7,7m

Podlahová krytina: koberec

El.proud: 220 V

Taneční parket: ano - přenosný

Možnosti postavení stolů a kapacita:

Restaurace – 100 osob

Raut – 150 osob

Třída – 70 osob

Divadlo – 110 osob

Tabule tvaru T – 40 osob

U – 50 osob

I – 36 osob

Salon BOHEMIA - konferenční možnosti

Rozměr místnosti: 12,5m x 5,5m

Podlahová krytina: koberec

El.proud: 220 V

stolů a kapacita:

Restaurace - 40 osob

Raut - 40 osob

Třída - 28 osob

Divadlo - 50 osob

Tabule tvaru T - 32 osob

I - 28 osob

Nachází se v 1. patře a jeho kapacitu tvoří 40 míst.

Restaurant Gourmet Symphony - konferenční možnosti

Rozměr místnosti: 5,6m x 4,4m + 7,9m x 9,8m

Podlahová krytina: koberec

El.proud: 220 V

Přípojka na internet: ano

Taneční parket: ne

Možnosti postavení stolů a kapacita:

Restaurace – 42 osob

Raut – 50 osob

Tabule tvaru T – 16 osob

I – 16 osob

Pivnice Pour – konferenční možnosti

Rozměr místnosti: 180 m²

Podlahová krytina: dřevo

El.proud: 220 V

Přípojka na internet: ne

Taneční parket: ne

Možnosti postavení stolů a kapacita:

Restaurace – 150 osob

Tabule tvaru I – 18 osob

Další konferenční možnosti:

Salonek Pivnice – je nově otevřen a plně zajištěn standardní prezentační technikou. Jeho kapacita činí 40 míst.

Konferenční salónek – jehož kapacita činí maximálně 30 míst

Malý konferenční salónek – jehož kapacita činí maximálně 15 míst

Restaurace - která může být použita jako konferenční salónek s kapacitou 50 míst

Salonek – s kapacitou cca 25 míst s televizorem a videem

Sportoviště / prostory
Stručný přehled rezervací Od - Do

Grand Hotel Zvon, s.r.o.

Strana: 1
3.2.2006 11:23:26
Uživatel: Jitka
RS205 verze 3.5.0.01**Rezervace salonků a restaurací 1.2.2006 - 28.2.2006**

	<u>Placeno</u>	<u>Čas od</u>	<u>Čas do</u>	<u>Jméno</u>	<u>Tržba</u>	<u>Obsaz</u>	<u>Uživatel</u>	<u>Poznámka</u>
006 ČT CRM		12:30	14:00	EETS Cyts 0130	0,00 Kč	19 / 0	Jitka	
		18:00	19:30	EETS Signet 0129	0,00 Kč	31 / 0	Jitka	
006 PÁ CRM		19:00	20:30	Kuoni	0,00 Kč	28 / 0	Jitka	hh
Rychta		19:30	23:30	Vančurová	0,00 Kč	12 / 0	Jitka	
006 ÚT Salónek		19:00	21:00	Kiw anis	0,00 Kč	20 / 0	Jitka	
CRM		12:00	13:30	Galílee	0,00 Kč	12 / 0	Jitka	
006 ST Rychta		20:00	23:30	firma Robert Bosch	0,00 Kč	13 / 0	Jitka	
006 CRM		12:00	13:30	Galílee	0,00 Kč	28 / 0	Jitka	
006 Salónek		8:00	23:30	firma Robert Bosch	0,00 Kč	8 / 0	Jitka	workshop

Sportoviště / prostory
Stručný přehled rezervací Od - Do

Grand Hotel Zvon, s.r.o.

Strana: 1
3.2.2006 11:23:47

Uživatel: Jitka

RS205 verze 3.5.0.01

Rezervace salonků a restaurací 1.3.2006 - 31.3.2006

	<u>Placeno</u>	<u>Čas od</u>	<u>Čas do</u>	<u>Jméno</u>	<u>Tržba</u>	<u>Obsaz</u>	<u>Uživatel</u>	<u>Poznámka</u>
006 ČT	Salónek	10:00 17:00	16:00 21:00	Tchibo Praha spol. s SERVIER s.r.o.	0,00 Kč 0,00 Kč	20 / 0 30 / 0	Jitka Jitka	
006 PÁ	CRM	19:00	22:00	firma Moeller	0,00 Kč	54 / 0	Jitka	hh
006 SO	CRM	17:00	23:30	paní Kukačková	0,00 Kč	30 / 0	Jitka	oslava 50
006 ÚT	Salónek	19:00	21:00	Kiw anis	0,00 Kč	20 / 0	Jitka	
006	CRM	13:00	14:30	AGRIA - Austria	0,00 Kč	25 / 0	Jitka	
006	CRM	10:30	17:00	ÖBB Postbus GmbH	0,00 Kč	40 / 0	Jitka	hh
006	CRM	9:00	14:30	ÖBB Postbus gmbH	0,00 Kč	40 / 0	Jitka	hh
006	Salónek	9:00	15:00	ANeT-Advanced	0,00 Kč	30 / 0	Jitka	
	CRM	12:00	14:00	ÖBB Postbus GmbH	0,00 Kč	50 / 0	Jitka	hh
		16:00	18:30	Academia Medic	0,00 Kč	45 / 0	Jitka	

I. Ubytovací služby

1. Ubytovatel poskytne objednateli ubytovací kapacitu za podmínek stanovených touto smlouvou.
2. Pokud se smluvní strany tak dohodnou, rezervuje ubytovatel pro objednatele smluvní kapacitu v průběhu trvání smlouvy. Další kapacitu sjedná objednatel s ubytovatelem ad hoc.
3. Objednatel bude zasílat ubytovateli objednávky písemně formou faxu nebo e-mailu. Objednávka musí obsahovat dobu trvání pobytu jeho klientů, počet osob, národnost, název nebo číslo akce a předběžný rozsah stravování a služeb.
4. Podrobný rozpis ubytování („rooming list“) a stravování upřesní objednatel nejpozději 7 dní před konáním akce.
5. Hotelové pokoje musí být vyklizeny v den odjezdu do 12.00 hodin a připraveny v den příjezdu do 14.00 hodin, pokud se smluvní strany nedohodnou jinak.

II. Stravovací služby

1. Ubytovatel poskytne klientům objednatele stravovací a další služby v rozsahu uvedeném na objednávce nebo voucheru.
2. Překročení stanoveného cenového limitu je možné pouze po písemném souhlasu ze strany objednatele.
3. Stravovací úsek ubytovatele je povinen vystavit účet z pokladny a opatřit jej podpisem odpovědné osoby ze strany objednatele.
4. Klient objednatele může požadovat záměnu snídaně za cestovní balíček. Tuto změnu je povinen nahlásit ubytovateli do 20.00 hodin předcházejícího dne.

III. Odpovědnost za závady

1. Námitky vůči kvalitě poskytovaných služeb uplatňuje objednatel přímo na místě a to formou písemného zápisu.
2. Škody způsobené klienty objednatele v ubytovacích a dalších zařízeních ubytovatele řeší ubytovatel s odpovědným zástupcem objednatele na místě formou finančního vyrovnání.

IV. Cenové a platební podmínky

1. Ceny za ubytování jsou stanoveny v CZK a jsou platné pro všechny objednávky ze strany objednatele po dobu trvání smlouvy.
2. Při ubytování skupin poskytne ubytovatel každé 21. osobě ubytování ve dvoulůžkovém pokoji včetně snídaně (příp. polopenze nebo plné penze) zdarma.
3. Ubytovatel může požadovat složení finanční zálohy ve výši 50 % předpokládaných nákladů objednané akce. Tato částka bude fakturována 30 dní před příjezdem klientů objednatele.
4. Objednatel se zavazuje provést úhradu čerpaných služeb do 14 dní ode dne doručení faktury převodem na bankovní účet ubytovatele nebo přímou platbou v hotelové pokladně.
5. Pokud bude objednatel v platební neschopnosti vůči ubytovateli po dobu 30 dnů od obdržení faktury, může ubytovatel od smlouvy odstoupit.
6. Bankovní spojení: RAIFFEISENBANK a.s.
Nám. Př. Otakara II. 13
370 63 České Budějovice
Název účtu: Grand Hotel Zvon s.r.o.
Číslo účtu: 1032009274 / 5500
Swift code: RZBCCZPP
IBAN: CZ665500000001032009274

V. Stornopodmínky a stornopoplatky

1. Změnu nebo storno objednávky ubytovacích a dalších služeb oznamuje objednatel ubytovateli písemnou formou. Ubytovatel storno písemně potvrdí objednateli.
2. Objednatel uhradí ubytovateli za stornovanou lůžkovou kapacitu stornopoplatky v následujících termínech:
 - a) u skupin: 28-21 dnů – 20 % z celkové ceny objednané kapacity
20-15 dnů – 30 % z celkové ceny objednané kapacity
14- 8 dnů – 60 % z celkové ceny objednané kapacity
7 - 2 dny – 80 % z celkové ceny objednané kapacity
1-0 dní – 100 % z celkové ceny objednané kapacity včetně první stravovací služby, pokud byla objednána
 - b) u jednotlivců: 100 % z ceny ubytování 1. den v případě, že objednatel provede storno ve lhůtě kratší než 23 hodin před příjezdem hosta
3. V případě nedojezdu nebo storna z vyšší moci nesou obě strany ztrátu rovným dílem.
4. Snížení počtu klientů ve skupině do 10 % nemá za následek uplatnění stornopoplatků.
5. V případě, že hotel zruší závazně potvrzenou rezervaci, vyhrazuje si právo, zajistit náhradní ubytování v odpovídající případně vyšší kvalitě bez náhrady. Tímto nevzniká ze strany klienta žádný nárok na finanční kompenzaci.

VI. Závěrečná ustanovení

1. Obě strany se zavazují informovat se navzájem o skutečnostech, které mohou ovlivnit plnění této smlouvy.
2. Ubytovatel bude za tímto účelem objednatele včas informovat o případných změnách svých provozních a ubytovacích podmínek, jakož i o dalších skutečnostech, které mohou mít vliv na vzájemnou spolupráci dle této smlouvy.
3. Ceny a podmínky této smlouvy jsou přísně důvěrné a nelze je sdělit žádné další straně.
4. Z podpisu této smlouvy vyplývající povinnosti jsou pro obě smluvní strany stejně závazné.
5. Smlouva vstupuje v platnost v den podpisu oběma smluvními stranami.
6. Tuto smlouvu může kterákoli ze smluvních stran vypovědět písemnou formou s výpovědní lhůtou tří měsíců pod podmínkou vypořádání všech smluvních závazků.
7. Spory související s touto smlouvou spadají pod příslušný soud podle místa žalovaného.

Za ubytovatele.....
Dne:

Za objednatele.....
Dne:

wie haben Sie von Grand Hotel Zvon gehört?
How did you learn of Grand Hotel Zvon?

Pokud máte jakýkoliv nápad, co by našim hostům jejich pobyt ještě více příjemnilo, předem Vám za něj děkujeme.

Sofern Sie Vorschläge haben, die den Aufenthalt für unsere Gäste angenehmer machen würden, bedanken wir uns dafür im voraus.

Should you have any suggestions what would make a stay for our guests even more pleasant, please be free to express them below.
We thank you in advance for your time.

Vaše adresa či e-mailová schránka
Ihre Adresse oder E-mail
Your Address or E-mail

Číslo Vašeho pokoje
Ihre Zimmernummer
Your Room Number

Příjezd
Ankunftsdatum
Arrival

Odjezd
Abreisdatum
Departure

*Prosíme Vás o odevzdání
tohoto dotazníku na recepci*

*Übergeben Sie, bitte,
diese Nachfragebogen an der Reception*

*Please hand over this questionnaire
at reception desk*

NAME

GRAND HOTEL ZVON
SINCE 1533
THE PURE PLEASURE OF BEING A GUEST

*Dotazník pro Vás
Nachfragebogen für Sie
Questionnaire for You*

**YOU
ARE
THE REASON**


**WHY
WE ARE
HERE**

našeho hotelu?


Wie sind Sie mit den Hoteldiensten zufrieden?

How did you like our service?

Recepce
Reception




1 2 3 4 5




Připomínky, Bemerkungen, Comments:

Servis a čistota Vašeho pokoje
Service und Sauberkeit Ihres Zimmers
Service and cleanness of your room




1 2 3 4 5




Připomínky, Bemerkungen, Comments:

Snídaně
Frühstückbuffet
Breakfastbuffet




1 2 3 4 5




Připomínky, Bemerkungen, Comments:


úroveň servisu
Aufmerksames Service
Attentive Service




1 2 3 4 5




nabídka pokrmů
Angebot der Speisen
Menu variety




1 2 3 4 5




kvalita pokrmů
Qualität der Speisen
Food quality




1 2 3 4 5



nabídka nápojů
Angebot der Getränke
Beverages variety




1 2 3 4 5




Připomínky, Bemerkungen, Comments:

Pilsner Urquell Original Restaurant


úroveň servisu
Aufmerksames Service
Attentive Service




1 2 3 4 5



nabídka pokrmů
Angebot der Speisen
Menu variety



1 2 3 4 5



kvalita pokrmů
Qualität der Speisen
Food quality



1 2 3 4 5



nabídka nápojů
Angebot der Getränke
Beverages variety



1 2 3 4 5



Připomínky, Bemerkungen, Comments:

úroveň služby v a.m. v noteu chyběla?
Was für Dienste hat Ihnen im Hotel gefehlt?
What service did you miss in the hotel?

Setkali jste se v hotelu s problémem (technickým, s personálem)?
Haben Sie sich im Hotel mit dem Technisch-, Personalproblem getroffen?
Did you meet with any technical or staff problem?

Ne, Nein, No Ano, Ja, Yes

Připomínky, Bemerkungen, Comments:

Pokud "Ano", byl problém odstraněn
ku Vaší spokojenosti?
Im Fall "Ja", wurde dieses Problem zu Ihrem
Zufriedenheit aufgelöst?
When "Yes", was the problem solved
to your satisfaction?

Ne, Nein, No Ano, Ja, Yes
 Částečně, Teilweise, Partly

Připomínky, Bemerkungen, Comments:

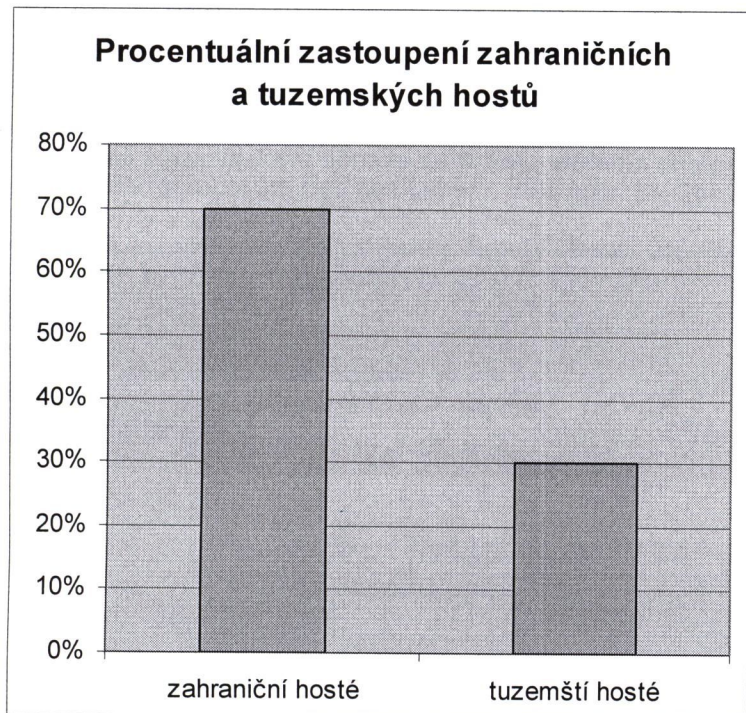
Jaké obličejí jste v převaze viděli
u našich spolupracovníků?
Welche Gesichter haben Sie
bei unseren Mitarbeitern gesehen?

What kind of faces have you seen on our staff?



zahraniční hosté 70%
tuzemští hosté 30%

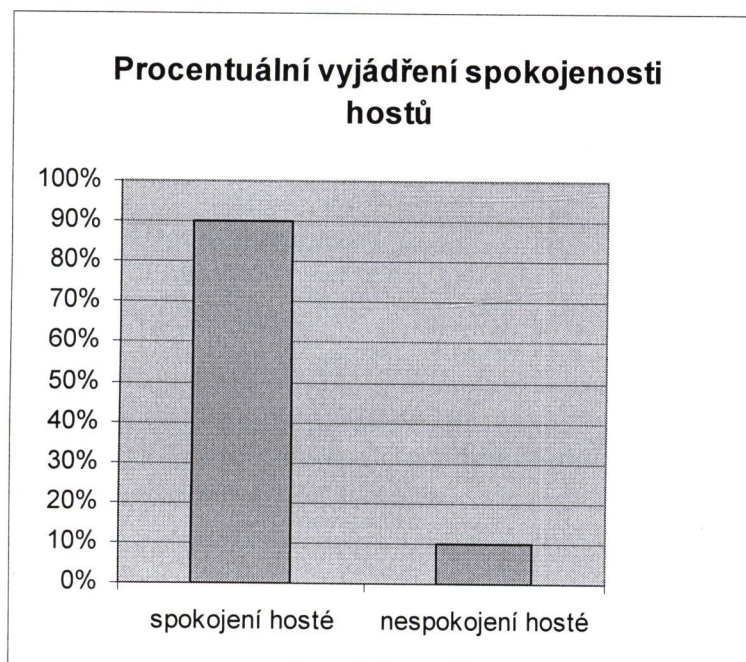
Graf č. 2



zdroj: vlastní šetření

spokojení hosté 90%
nespokojení hosté 10%

Graf č. 3



zdroj: vlastní šetření

Počet příjezdů a přenocování hostů (osoba)	Čís. řád.	Počet příjezdů hostů	Počet přenocování hostů
		1	2
Země	a		
republika	01	43	192
	02	0	0
sko	03	0	0
o	04	0	0
ko	05	0	0
	06	0	0
e	07	1	1
tsko	08	0	0
	09	0	0
	10	0	0
	11	11	14
a Černá Hora	12	0	0
	13	0	0
	14	0	0
o	15	0	0
oursko	16	0	0
štejsko	17	0	0
ko	18	31	31
	19	0	0
ko	20	132	253
nsko	21	4	8
	22	1	1
	23	1	1
lsko	24	0	0
ko	25	34	41
ko	26	0	0
	27	0	0
	28	0	0
ko	29	6	8
o	30	2	2
království	31	38	38
ko	32	5	5
	33	3	6
ko	34	20	69
	35	0	0
	36	0	0
evropské země	37	0	0
	38	0	0
státy americké	39	2	2
	40	0	0
	41	1	3
řtřední a jižní Amerika	42	2	3
	43	0	0
	44	0	0

6 Počet příjezdů a přenocování hostů (osoba) - pokračování 06326		Čís. řád.	Počet příjezdů hostů	Počet přenocování hostů
Země	a	1	2	
Česko	45	2	2	
Korea	46	0	0	
jiné asijské země	47	5	5	
Evropská republika	48	0	0	
jižní Afrika	49	0	0	
další	50	0	0	
Nový Zéland	51	1	1	
ostatní	52	0	0	
celkový součet (ř.01 až 52)	99	386	635	

7 Počet pokojů a lůžek k dispozici, zaměstnanců a provozních dnů 06327		Čís. řád.	Hodnota
	a	1	
počet pokojů (včetně chatek) k 1. dni sledovaného měsíce	01	54	
počet lůžek k 1. dni sledovaného měsíce	02	108	
průměrný počet pokojů (včetně chatek) k dispozici (viz příklad)	03	54	
průměrný počet lůžek k dispozici (viz příklad)	04	108	
počet provozních dnů	05	31	
počet realizovaných pokojodnů	06	532	
průměrný evidenční počet zaměstnanců ve fyzických osobách	07	12	
celkový součet (ř.01 až 07)	99	989	

KONGRESY

Kongresy (konference) uskutečněné ve sledovaném období

Počet kongresů (konferencí) nad 100 účastníků (uveďte, prosím, počet akcí) 1

Počet účastníků kongresů (konferencí) (uveďte, prosím, alespoň kvalifikovaný odhad počtu osob) 2

Poznámka: Za kongres (konferenci) se považuje sjezd (formální setkání) většího počtu lidí určitého odborného zaměření, jehož předmětem jsou přednášky, diskuse a konzultace.

Metodické vysvětlivky

(proti minulému roku obsahují změny - označené kurzívou)

Ubytovací zařízení se považuje za stálé bydliště hosta.

Ubytovací zařízení je každá osoba (nezahrnuje se personál a majitelé ubytovacího zařízení, kteří v ubytovacím zařízení žijí), která použila služby zařízení k přechodnému ubytování včetně dětí. Host může použít služby ubytovacího zařízení z důvodu dovolené, zájezdu, lázeňské péče, služební cesty, školení, kursu, kongresu, symposia, pobytu dětí ve škole v přírodě, táborech a zimních táborech. V rekreačních zařízeních a školících střediscích podniků (odborových svazů) se hostem rozumí každá osoba, která použila zařízení k přechodnému ubytování z výše vyjmenovaných důvodů, ať se jedná o vlastní zaměstnance podniků (členy odborových svazů), jejich rodinné příslušníky nebo osoby k podnikům (odborovým svazům) cizí země. V léčebných lázních se hostem rozumí každá osoba, která podstoupí lázeňskou léčbu bez ohledu na způsob hrazení léčby, včetně komplexní léčby apod.

Ubytovací zařízení se považuje za stálé bydliště hosta (osoba, která využívá služby ubytovacího zařízení k přechodnému ubytování z důvodu dovolené, zájezdu, lázeňské péče, služební cesty, školení, kursu, kongresu, symposia, pobytu dětí ve škole v přírodě, táborech a zimních táborech).

Měsíční dotazník o hostech v hromadných ubytovacích zařízeních

CR 1-12

Registrováno
ČSÚ ČV 49/06
ze dne 9. 5. 2005
IKF 253006

za měsíc únor 2006

Dotazník je součástí Programu statistických zjišťování na rok 2006. Podle zákona č. 89/1995 Sb., o státní statistické službě, ve znění pozdějších předpisů, je zpravodajská jednotka povinna poskytnout všechny požadované údaje. Ochrana důvěrnosti údajů je zaručena zákonem. Děkujeme za spolupráci.

Vyplněný výkaz laskavě doručte **do 6. kalendářního dne po sledovaném období**
 ČSÚ - odbor gesčního zpracování Ústí nad Labem, pošt. příhr. 31, Špálava 2684, 400 11 Ústí nad Labem
 Formuláře výkazů, elektronický sběr dat, registry, číselníky a aktuální statistické informace na: **WWW.CZSO.CZ**

vedte, prosím, provozovatele ubytovacího zařízení

CHARAK

obchodní jméno firmy GRAND HOTEL ZRON, s.r.o. 1

obec ČESKÉ BUDEJOVICE 2

část obce 3

ulice NAM. PŘETOSLA OTAVARA II. 4

číslo popisné

		9	0
--	--	---	---

 5 číslo orientační

		2	8
--	--	---	---

 6

PSČ

3	4	0	0	1
---	---	---	---	---

 7

IČO (má-li méně než osm míst, doplňte zleva nuly)

2	6	0	1	8	1	2	8
---	---	---	---	---	---	---	---

 8

vedte, prosím, provozovatele ubytovacího zařízení

UBYTZAR

název ubytovacího zařízení GRAND HOTEL ZRON 1

obec ČESKÉ BUDEJOVICE 2

část obce 3

ulice NAM. PŘETOSLA OTAVARA II. 4

číslo popisné

		9	0
--	--	---	---

 5 číslo orientační

		2	8
--	--	---	---

 6

PSČ

3	4	0	0	1
---	---	---	---	---

 7

Pořadové číslo ubytovacího zařízení

3	0	1	0	1	5	8
---	---	---	---	---	---	---

 8

ZÚJ (vyplní statistika)

--	--	--	--	--	--	--	--

 9

na křížkem políčko, které nejlépe vystihovalo Vaši situaci ve sledovaném měsíci

ubytovacím zařízením byli ve sledovaném měsíci ubytováni hosté (účastníci cestovního ruchu) 1

ubytovací zařízení bylo ve sledovaném měsíci v provozu, ale nebyli v něm ubytováni žádní hosté

12

ubytovací zařízení bylo ve sledovaném měsíci mimo provoz z důvodu sezónní uzavírky

14

ubytovací zařízení bylo ve sledovaném měsíci mimo provoz z jiných důvodů (rekonstrukce, prodej apod.)

23

úplně daný termín uvedení do provozu

--	--	--	--	--	--

 2

prosím, důvod uzavírky: měsíc rok 3

Počet příjezdů a přenocování hostů (osoba)	Čís. řád.	Počet příjezdů hostů	Počet přenocování hostů
		1	2
Země	a		
06326			
Republika	01	53	64
	02	4	8
	03	0	0
	04	1	2
	05	2	4
	06	1	1
	07	4	6
ko	08	5	6
	09	0	0
	10	0	0
	11	3	6
Černá Hora	12	0	0
	13	0	0
	14	0	0
	15	0	0
rsko	16	0	0
ejnsko	17	0	0
	18	39	43
	19	0	0
	20	102	246
sko	21	11	14
	22	0	0
	23	3	3
ko	24	0	0
	25	29	31
	26	1	1
	27	3	5
	28	5	5
	29	1	2
	30	1	2
rálovství	31	21	30
	32	8	16
	33	1	1
	34	61	46
	35	0	0
	36	0	0
ropské země	37	1	1
	38	0	0
státy americké	39	2	5
	40	0	0
	41	0	0
řední a jižní Amerika	42	0	0
	43	0	0
	44	1	1

26 Počet příjezdů a přenocování hostů (osoba) - pokračování 06326

Země	Čís. řád.	Počet příjezdů hostů	Počet přenocování hostů
	a	1	2
onsko	45		
í Korea	46	11	16
atní asijské země	47	0	0
africká republika	48	3	3
tní Afrika	49	0	0
álie	50	0	0
Zéland	51	1	2
nie	52	1	1
olní součet (ř.01 až 52)	99	445	643

Počet pokojů a lůžek k dispozici, zaměstnanců a provozních dnů

	Čís. řád.	Hodnota
	a	1
pokojů (včetně chatek) k 1. dni sledovaného měsíce	01	
lůžek k 1. dni sledovaného měsíce	02	13
tný počet pokojů (včetně chatek) k dispozici (viz příklad)	03	104
tný počet lůžek k dispozici (viz příklad)	04	83
rovozních dnů	05	104
realizovaných pokojůdnů	06	281
tný evidenční počet zaměstnanců ve fyzických osobách	07	144
olní součet (ř.01 až 07)	99	941

KONGRESY

Kongresy (konference) uskutečněné ve sledovaném období

Počet kongresů (konferencí) nad 100 účastníků
uveďte, prosím, počet akcí)

1

Počet účastníků kongresů (konferencí)
uveďte, prosím, alespoň kvalifikovaný odhad počtu osob

2

Poznámka: Za kongres (konferenci) se považuje sjezd (formální setkání) většího počtu lidí určitého odborného zaměření, jehož předmětem jsou přednášky, diskuse a konzultace.

Metodické vysvětlivky
(proti minulému roku obsahují změny - označené kurzívou)

se podle stálého bydliště hosta.
vacím zařízení je každá osoba (nezahrnuje se personál a majitelé ubytovacího zařízení, kteří v ubytovacím zařízení která použila služeb zařízení k přechodnému ubytování včetně dětí. Host může použít služeb ubytovacího zařízení z dovolené, zájezdu, lázeňské péče, služební cesty, školení, kursu, kongresu, symposia, pobytu dětí ve škole v přírodě, h a zimních táborech. V rekreačních zařízeních a školících střediscích podniků (odborových svazů) se hostem rozumí osoba, která použila zařízení k přechodnému ubytování z výše vyjmenovaných důvodů, ať se jedná o vlastní nance podniků (členy odborových svazů), jejich rodinné příslušníky nebo osoby k podnikům (odborovým svazům) cizí. ných lázních se hostem rozumí každá osoba, která podstoupí lázeňskou léčbu bez ohledu na způsob hrazení léčby, nost lázeň apod.

Skutečně realizované lůžkodny

Měsíc	2004		2001		2002		2003	
	Prům.obsazí	LKD	Prům.obsaze	LKD	Prům.obsazen	LKD	Prům.obsazí	LKD
Leden	19%	514	31%	950	24%	725	25%	710
Únor	21%	512	30%	791	35%	920	35%	815
Březen	36%	913	42%	1406	42%	1 155	32%	898
Duben	67%	1579	48%	1720	50%	1 559	40%	1268
Květen	81%	2365	83%	2999	77%	2 742	70%	2422
Červen	87%	2633	78%	2808	76%	2 492	63%	2149
Červenec	62%	2080	60%	2229	65%	2 270	59%	2131
Srpen	72%	2569	76%	2790	65%	2 372	79%	2895
Září	73%	2379	82%	2906	58%	1 858	85%	3212
Říjen	69%	2279	68%	2393	59%	1 970	64%	2059
Listopad	37%	943	55%	1606	30%	824	39%	1027
Prosinec	39%	1141	42%	1392	35%	1 044	32%	938
CELKEM	55%	19 907	58%	23 990	51%	19 931	52%	20524

LKD 2004 plán = 22 580

LKD 2002 = 19 931 (skutečně realizováno)

LKD 2003 realizace = 20 524

Prům.cena bez snídaně bez DPH (plán)/1 lůžko = 850,- Kč, skut.: 1 016,-

s DPH (plán)/ 1 lůžko = 893,- Kč, skut.: 1 067,-

--	--	--	--	--	--	--	--	--

Prům.cena bez snídaně s DPH 2000/ 1 lůžko

909,- Kč

Prům. cena bez snídaně s DPH 2001/ 1 lůžko

948,- Kč

Prům. cena bez snídaně s DPH 2002/ 1 lůžko

969,- Kč

Prům. cena bez snídaně s DPH 2003/ 1 lůžko

903,- Kč

Prům. cena bez snídaně s DPH 2004/ 1 lůžko

1 067,- Kč

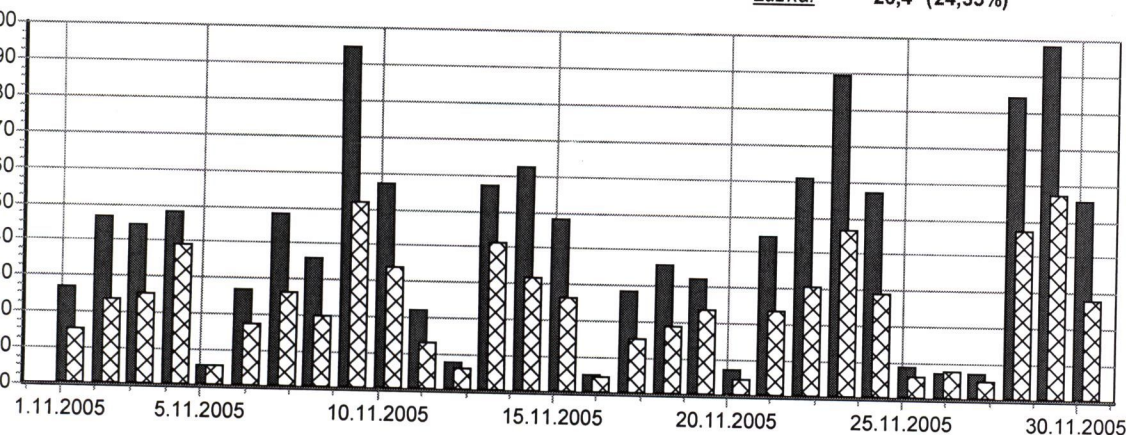
REC - Statistika
Přehled obsazenosti hotelu
Grand Hotel Zvon, s.r.o.

topad 2005

Recepce: Hlavní recepce

Den	Kapacita		Obsazenost za den				Obsazenost od poč. měsíce			
	Pok.	Lůž.	Pokoje		Lůžka		Pokoje		Lůžka	
			počet	%	počet	%	počet	%	počet	%
1.11	56	110	15	26,79	17	15,45	15,0	26,79	17,0	15,45
2.11	56	110	26	46,43	26	23,64	20,5	36,61	21,5	19,55
3.11	56	110	25	44,64	28	25,45	22,0	39,29	23,7	21,52
4.11	56	110	27	48,21	43	39,09	23,3	41,52	28,5	25,91
5.11	52	102	3	5,77	6	5,88	19,2	34,78	24,0	22,14
6.11	56	110	15	26,79	19	17,27	18,5	33,43	23,2	21,32
7.11	56	110	27	48,21	29	26,36	19,7	35,57	24,0	22,05
8.11	56	110	20	35,71	22	20,00	19,8	35,59	23,8	21,79
9.11	56	110	53	94,64	57	51,82	23,4	42,20	27,4	25,15
10.11	55,6	109,1	23,4	42,20	27,4	25,15				
11.11	56	110	32	57,14	37	33,64	24,3	43,71	28,4	26,01
12.11	49	97	11	22,45	13	13,40	23,1	41,98	27,0	24,98
13.11	49	97	4	8,16	6	6,19	21,5	39,45	25,3	23,56
14.11	49	97	28	57,14	40	41,24	22,0	40,68	26,4	24,80
15.11	56	110	35	62,50	35	31,82	22,9	42,29	27,0	25,32
16.11	56	110	27	48,21	29	26,36	23,2	42,70	27,1	25,39
17.11	56	110	3	5,36	5	4,55	21,9	40,30	25,8	24,05
18.11	56	110	16	28,57	17	15,45	21,6	39,59	25,2	23,53
19.11	56	110	20	35,71	21	19,09	21,5	39,37	25,0	23,28
20.11	56	110	18	32,14	26	23,64	21,3	38,98	25,1	23,30
21.11	53,9	106,1	19,4	35,99	22,9	21,58				
22.11	56	110	4	7,14	5	4,55	20,5	37,35	24,1	22,34
23.11	56	110	25	44,64	26	23,64	20,7	37,71	24,1	22,40
24.11	56	110	34	60,71	34	30,91	21,3	38,77	24,6	22,80
25.11	56	110	50	89,29	51	46,36	22,5	41,01	25,7	23,84
26.11	56	110	32	57,14	32	29,09	22,9	41,70	26,0	24,06
27.11	56	110	5	8,93	7	6,36	22,2	40,36	25,2	23,34
28.11	56	110	4	7,14	9	8,18	21,5	39,06	24,6	22,75
29.11	56	110	4	7,14	6	5,45	20,9	37,86	23,9	22,10
30.11	56	110	47	83,93	52	47,27	21,8	39,53	24,9	23,01
31.11	56	110	55	98,21	63	57,27	22,9	41,59	26,2	24,21
1.12	56	110	31	55,36	31	28,18	23,2	42,05	26,4	24,35
2.12	56,0	110,0	26,5	47,24	28,7	26,12				
3.12	1655	3253	696		792					

Průměr za měsíc Pokoje: 23,2 (42,05%)
Lůžka: 26,4 (24,35%)



REC - Statistika

Přehled obsazenosti hotelu

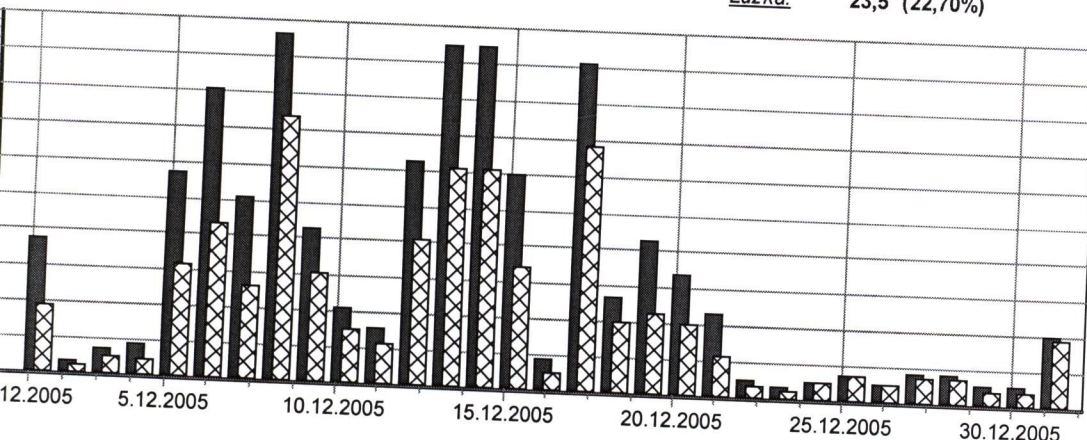
Grand Hotel Zvon, s.r.o.

prosinec 2005

Recepte: Hlavní recepte

Den	Kapacita		Obsazenost za den				Obsazenost od poč. měsíce			
	Pok.	Lůž.	Pokoje		Lůžka		Pokoje		Lůžka	
			počet	%	počet	%	počet	%	počet	%
12.12	56	110	21	37,50	21	19,09	21,0	37,50	21,0	19,09
13.12	56	110	2	3,57	3	2,73	11,5	20,54	12,0	10,91
14.12	56	110	4	7,14	6	5,45	9,0	16,07	10,0	9,09
15.12	56	110	5	8,93	5	4,55	8,0	14,29	8,8	7,95
16.12	56	110	32	57,14	35	31,82	12,8	22,86	14,0	12,73
17.12	56	110	45	80,36	48	43,64	18,2	32,44	19,7	17,88
18.12	55	109	28	50,91	29	26,61	19,6	35,04	21,0	19,12
19.12	56	110	54	96,43	81	73,64	23,9	42,73	28,5	25,94
20.12	56	110	24	42,86	34	30,91	23,9	42,74	29,1	26,49
21.12	55,9	109,9	23,9	42,74	29,1	26,49				
22.12	56	110	12	21,43	17	15,45	22,7	40,61	27,9	25,39
23.12	56	110	9	16,07	13	11,82	21,5	38,37	26,5	24,15
24.12	56	110	35	62,50	45	40,91	22,6	40,39	28,1	25,55
25.12	56	110	53	94,64	67	60,91	24,9	44,57	31,1	28,27
26.12	56	110	53	94,64	67	60,91	26,9	48,15	33,6	30,60
27.12	55	108	33	60,00	37	34,26	27,3	48,93	33,9	30,84
28.12	56	110	5	8,93	6	5,45	25,9	46,42	32,1	29,25
29.12	56	110	51	91,07	75	68,18	27,4	49,05	34,6	31,55
30.12	56	110	15	26,79	22	20,00	26,7	47,81	33,9	30,91
31.12	56	110	24	42,86	25	22,73	26,6	47,55	33,5	30,47
31.12	55,9	109,8	29,0	51,88	37,4	34,06				
1.12	56	110	19	33,93	22	20,00	26,2	46,87	32,9	29,95
2.12	56	110	13	23,21	13	11,82	25,6	45,74	32,0	29,09
3.12	56	110	3	5,36	4	3,64	24,5	43,90	30,7	27,93
4.12	56	110	2	3,57	3	2,73	23,6	42,15	29,5	26,83
5.12	56	110	3	5,36	6	5,45	22,7	40,61	28,5	25,94
6.12	56	110	4	7,14	8	7,27	22,0	39,27	27,7	25,19
7.12	56	110	3	5,36	6	5,45	21,2	37,96	26,8	24,43
8.12	35	69	3	8,57	5	7,25	20,6	37,27	26,0	24,03
9.12	35	69	3	8,57	5	7,25	19,9	36,61	25,3	23,64
10.12	35	69	2	5,71	3	4,35	19,3	35,92	24,5	23,20
11.12	35	69	2	5,71	3	4,35	18,7	35,26	23,8	22,79
12.12	35	69	7	20,00	13	18,84	18,4	34,93	23,5	22,70
12.12	47,3	92,9	5,3	11,29	7,6	8,16				
12.12	1629	3202	569		727					

Průměr za měsíc Pokoje: 18,4 (34,93%)
Lůžka: 23,5 (22,70%)



■ Pokoje %
▨ Lůžka %

REC - Statistika

Přehled obsazenosti hotelu

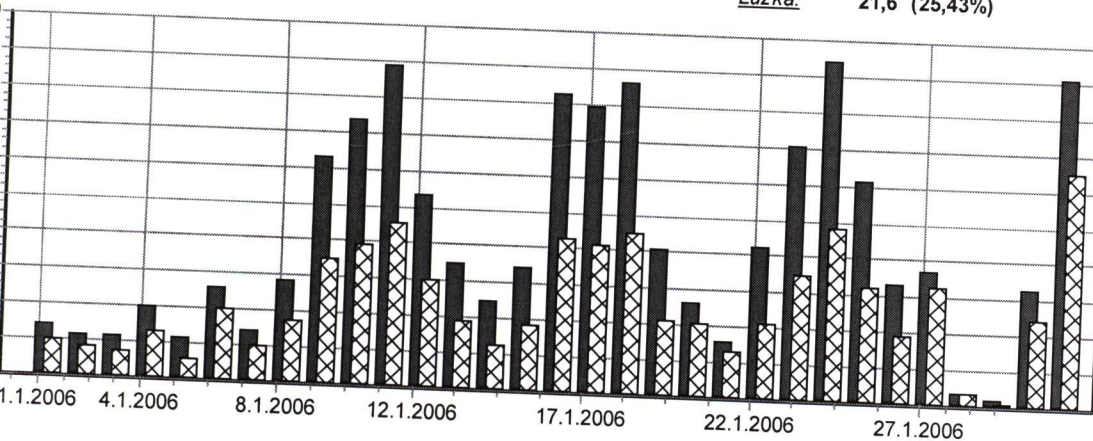
Grand Hotel Zvon, s.r.o.

den 2006

Receptce: Hlavní receptce

Den	Kapacita		Obsazenost za den				Obsazenost od poč. měsíce			
	Pok.	Lůž.	Pokoje		Lůžka		Pokoje		Lůžka	
			počet	%	počet	%	počet	%	počet	%
1.1.	35	69	5	14,29	7	10,14	5,0	14,29	7,0	10,14
2.1.	35	69	4	11,43	6	8,70	4,5	12,86	6,5	9,42
3.1.	35	69	4	11,43	5	7,25	4,3	12,38	6,0	8,70
4.1.	35	69	7	20,00	9	13,04	5,0	14,29	6,8	9,78
5.1.	35	69	4	11,43	4	5,80	4,8	13,71	6,2	8,99
6.1.	35	69	9	25,71	14	20,29	5,5	15,71	7,5	10,87
7.1.	35	69	5	14,29	7	10,14	5,4	15,51	7,4	10,77
8.1.	35	69	10	28,57	12	17,39	6,0	17,14	8,0	11,59
9.1.	35	69	22	62,86	24	34,78	7,8	22,22	9,8	14,17
10.1.	35,0	69,0	7,8	22,22	9,8	14,17				
11.1.	45	90	33	73,33	35	38,89	10,3	28,61	12,3	17,30
12.1.	45	90	40	88,89	41	45,56	13,0	35,31	14,9	20,47
13.1.	45	90	24	53,33	27	30,00	13,9	37,11	15,9	21,44
14.1.	40	79	14	35,00	15	18,99	13,9	36,94	15,8	21,24
15.1.	40	79	10	25,00	10	12,66	13,6	36,04	15,4	20,59
16.1.	41	81	14	34,15	15	18,52	13,7	35,90	15,4	20,44
17.1.	40	79	33	82,50	34	43,04	14,9	38,95	16,6	21,92
18.1.	39	78	31	79,49	32	41,03	15,8	41,38	17,5	23,08
19.1.	44	89	38	86,36	40	44,94	17,1	44,24	18,7	24,49
20.1.	44	89	18	40,91	19	21,35	17,1	44,04	18,7	24,30
21.1.	42,3	84,4	25,5	60,28	26,8	31,75				
22.1.	38	77	10	26,32	16	20,78	16,8	43,17	18,6	24,12
23.1.	38	77	6	15,79	10	12,99	16,2	41,89	18,2	23,59
24.1.	40	81	17	42,50	17	20,99	16,3	41,92	18,1	23,47
25.1.	47	95	33	70,21	33	34,74	17,0	43,40	18,8	24,07
26.1.	54	106	51	94,44	51	48,11	18,4	46,28	20,1	25,41
27.1.	54	106	33	61,11	34	32,08	19,0	47,08	20,7	25,76
28.1.	54	106	18	33,33	20	18,87	19,0	46,38	20,7	25,41
29.1.	54	106	20	37,04	35	33,02	19,0	45,93	21,2	25,78
30.1.	54	106	2	3,70	4	3,77	18,4	43,98	20,6	24,77
31.1.	54	106	1	1,85	1	0,94	17,8	42,12	19,9	23,74
1.2.	52	102	17	32,69	25	24,51	17,8	41,74	20,1	23,77
2.2.	54	106	49	90,74	69	65,09	18,8	43,73	21,6	25,43
3.2.	49,4	97,8	21,4	43,34	26,3	26,83				
4.2.	1331	2639	582		671					

Průměr za měsíc **Pokoje:** 18,8 (43,73%)
Lůžka: 21,6 (25,43%)



■ Pokoje %
▨ Lůžka %

Provozní řád ubytovacího zařízení

I.

Grand Hotel Zvon, s.r.o.
Náměstí Přemysla Otakara II., č. 28
370 01 České Budějovice

Tel.: 00420 387 311 384
IČO: 26 01 81 28

Odpovědná osoba: **Ing. Antonie Šaldová, jednatel**
Martin Štolka, jednatel

II.

Druh a rozsah poskytovaných služeb

Grand Hotel Zvon disponuje celkem 70 pokoji, 142 lůžky a 11 přistýlkami.
Grand Hotel Zvon spadá do kategorie *** a ****.
Kromě ubytovacích služeb jsou poskytovány stravovací služby, a to snídaně, polopenze či celodenní stravování hostů – celkem 300 míst u stolu a v létě dalších 80 míst na hotelové terase.

III.

Podmínky činnosti

Provozovna byla řádně zkolaudována, ale kolaudační rozhodnutí nebylo možno vyhledat ani u stavebního úřadu ani v archivu stavebního úřadu v Českých Budějovicích. Způsob dobývání pitnou vodou je z městského vodovodního řádu. Teplá voda je ohřívána v centrální hotelové kotelně.

IV.

Způsob zacházení s prádlem

Odpovědná osoba: vedoucí pokojských:

Hotelové prádlo je u dlouhodobě bydlících hostů měněno každý třetí den (ručníky, osušky, ručníky a lůžkoviny), jinak po odjezdu každého hosta.

Hotelové prádlo je uskladněno v hlavním skladu prádla, a to tak, aby čisté prádlo bylo uloženo v jiné místnosti než prádlo špinavé, připravené k expedici do prádelny.

Hotelových patrech jsou umístěny office pro pokojské, kde je uloženo pouze čisté prádlo. Špinavé prádlo je tříděno a ihned odváženo do centrálního skladu prádla, kde je odděleně uloženo, aby bylo zamezeno přenesení případné infekce.

Prádlo je do prádelny a z prádelny zaváženo přímo do prvního patra garáží a odtud přímou

do skladu prádla. Tento odpovídá jak hygienickým, tak protipožárním předpisům.

Prádelnou je do 31.12.2003 prádelna Peretex s.r.o. v Českých Budějovicích, od 1.1.2004 to bude prádelna RETRE Třeboň, která provádí ekologický způsob praní a všechny použité prášky jsou atestovány. (Pražská 624, 379 01 Třeboň, IČ: 639 07 470, DIČ: 088 - 0000070)

Pracovníci jsou povinni dodržovat zásady osobní hygieny a dodržovat zásady hygieny na pracovišti. Pro ukládání pracovního oděvu má každý zaměstnanec k dispozici dvě skříňky – jednu čistě a jednu na špinavé prádlo. Výměna prádla probíhá dle potřeby i během směny.

V.

Hygienická prostředí provozovny a zásady předcházení vzniku přenosných a jiných onemocnění

Pracovníci a osoba: jednotliví vedoucí na svých pracovištích:

Pracovní prostor je prováděn ihned po znečištění, jinak denně (vysávání kobereců, úklid WC zařízení – WC, koupelny, umývárny, sprchy, s použitím čistících a dezinfekčních prostředků od firmy Diversey Lever – s atestem pro hotelový provoz). Pravidelné čištění hladkých povrchů je prováděno nejméně 1x týdně, střídání dezinfekčních prostředků s virucidním účinkem pro plošnou dezinfekci je prováděno 1x za měsíc. Pravidelné úklidové prostředky jsou uloženy v úklidové komoře.

Pracovníci a vedoucí pracovníci musí sledovat i vedoucí pracoviště a při jakémkoliv podezření, že někdo mohl trpět infekční nemocí přenosnou prostřednictvím požívání, jej musí okamžitě odvézt k lékařskému vyšetření a nepřipustit jeho další styk s hostem, dokud k tomu příslušný úřad vydá svůj souhlas.

Pracovní koše jsou denně vyprazdňovány, čištěny a dezinfikovány. Odpad je vynášen do kontejneru, který je umístěn ve zvláštní místnosti a kontejnery jsou 2x týdně vyprazdňovány a vyčištěny technickou službou A.S.A.

Pravidelně prováděn všeobecný úklid, a to mytí oken, praní záclon a závěsů, mytí dveří, čištění matrací.

Pracovní plochy jsou malována dle potřeby.

Pracovníci a osoba: ředitel hotelu, provozní hotelu:

Pravidelné úklidové práce je toto řešeno objednáním specializované firmy, např. Asana. Běžná úklidová práce je prováděna minimálně 1x ročně, a to odbornou firmou (lze doložit fakturami).

Pracovníci, s.r.o., 18.3.2004

Pracovníci

Martin Štolka
F+B Manager
jednatel

GRAND HOTEL ZVON s.r.o.
nám. Přemysla Otakara II. 28
370 01 České Budějovice
Tel.: 0042 (0) 38 / 731 13 83 - 4
Fax: 0042 (0) 38 / 731 13 85, 635 89 29
IČO: 26 01 81 28

řád schválen orgánem ochrany veřejného zdraví

čí č.j. 2317/21/34/04/Ci/ko.....

14. 4. 2004.....

n provozního řádu

Krajská hygienická stanice
Jihočeského kraje (9)
se sídlem v Č. Budějovicích
L. B. Schneidera 32
370 71, České Budějovice
České Budějovice



RNDr. Hana Dufková
zástupce vedoucího odboru
hygieny obecné a komunální

Hotel Malý pivovar

	Pultové ceny	
	Sezona 01.04.- 31.10.	Minisezona 02.01.- 10.04. * 01.11.-27.12.
1/1	2.150,-	1.750,-
1/2	3.100,-	2.500,-
A Sgl	2.900,-	2.000,-
A 1/2	3.600,-	2.800,-
Přistýlka	700,-	700,-

Ceny jsou včetně 5% DPH a snídaně, bez poplatků městu.

Děti do 5-ti let jsou ubytovány zdarma. Dětská postýlka zdarma.

Zvíře v pokoji - příplatek 200,-Kč.

Hlídané hotelové parkoviště - poplatek 150,-Kč za 1 noc.

Nosič zavazadel (objednat minimálně 1 den před nájездem skupiny) 20,-Kč/osobu.

Top season – trvá v době od 28. 12. 2005 do 02. 01. 2006 a v této době se účtují sezonní pultové ceny + 20%.

Hotelové prostory

Salonek primátorský /I./

stolové uspořádání - tabule T 36 osob, tabule I – 30 osob, restaurační – 40 osob,
školní – 40 osob, bufé - 70 osob

Salonek budvarský /II./

stolové uspořádání - tabule T 36 osob, tabule I – 30 osob, tabule U – 40 osob, tabule O
24 osob, restaurační – 54 osob, školní – 50 osob, bufé 50 osob

Pivnice Budvarka

stolové uspořádání - tabule T 62 osob, tabule I – 60 osob, restaurační – 120 osob, bufé
120 osob

Restaurace U královské pečeti

Hotellové uspořádání - tabule T 46 osob, tabule I - 40, tabule U - 56, tabule O - 40,
restaurační - 60 osob, školní - 70 osob, bufé - 100 osob, divadlo
140 osob

Pivovárna-cukrárna

Hotellové uspořádání - restaurační 74 osob, bufé - 70 osob

Pro větší společnosti je možné spojení středisek:

Restaurace + hotellová hala - bufé do 160 osob

Pivovárna+Salonek I.+Salonek II. - bufé do 200 osob

Technické vybavení

dataprojektor	3.000,- Kč/zápůjčka
diaprojektor	300,- Kč/zapůjčení
overhead	300,- Kč/zapůjčení
televize	300,- Kč/zapůjčení
video	300,- Kč/zapůjčení
CD věž	300,- Kč/zapůjčení
flipchart	100,- Kč/zapůjčení
promítací plátno 140*140	100,- Kč/zapůjčení

Adresa na tento hotel je:

Malý pivovar

č. p. IV 8-10

České Budějovice

Československá republika

tel: +420 386 360 471-3, fax: +420 386 360 474

malypivovar@malypivovar.cz

Tabulka percentuálního vytížení obsazenosti hotelu --
Malý pivovar - 1996-2004

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Celk	%
Leden	0	13,47	27,65	30,41		21,58	31,03	30,59	15,9	34,04	238,8	26,54
Únor	0	18,11	22	34,52	54,46		32,64	42,73	32,82	60,96	359,4	39,94
Březen	0	12,58	33,45	36,06		32,48	48,39	45,16	41,27	48,16	348,5	38,72
Duben	0	56,19	45,57	63,45	67,13	50,28	53,33	46,21	62,29		512,6	56,96
Květen	0	77,99	59,1	72,81	74,64	74,86	79,64	70,3		67,4	658,7	73,19
Červen	0	78,8	78,93	64,16	83,33	74,94	71,6	64,71		71,95	674,1	74,89
Červenec	54,38	64,97	60,34	68,88	71,75		62,06	68,85	59,84	68,74	658,5	65,85
Srpen	90,55	74,99	78,34	80,07		76,41	51,95	58,95	82,09	65,96	752,9	75,29
Září	65,83	76,43	63,42	80,12	80,34		66,55	70,11	75,75	77,93	738,2	73,82
Říjen	63,7	83,4	57,26	67,4		69,52	63,51	65,74	66,4	78,3	699,8	69,98
Listopad	32,97	46,79	51,07	52,62	48,85		42,41	54,94	42,76		427,8	47,53
Prosinec	29,49	35,5	33,5		48,16	30,81	44,49	39,48	37,71		353,2	
	336,92	639,32	610,63	704,42	791,84	707,84	647,6	657,77	684,44	641,6		
roční %	56,15	53,28	50,89	58,70		58,99	53,97	54,81	57,04	53,47		