



Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Fakulta ekonomická
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Bakalářská práce

Možnosti rozvoje stávajícího produktu venkovského ubytovacího zařízení

Vypracovala: Jana Vernerová
Vedoucí práce: Ing. Roman Švec Ph.D.
České Budějovice 2015

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Fakulta ekonomická

Akademický rok: 2013/2014

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: Jana VERNEROVÁ
Osobní číslo: E12512
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: Obchodní podnikání
Název tématu: Možnosti rozvoje stávajícího produktu venkovského ubytovacího zařízení.
Zadávací katedra: Katedra obchodu a cestovního ruchu

Zásady pro vypracování:

Cíl práce:

Průzkum současné nabídky produktu podniku Hostince u Janatů, v oblasti sdružených obcí mikroregion Uhlířsko-Janovicko a střední Posázaví, komparace s produkty ostatních ubytovacích zařízení ve vymezené oblasti. Doporučení možností dalšího rozvoje produktu zkoumaného zařízení na základě průzkumů aktuálních trendů, zákaznických potřeb, vyjádření majitelů podniku a dalších zainteresovaných organizací.

Metodický postup:

1. Hlubkový literární přehled na základě studia dostupné odborné literatury
2. Specifikace objektu a subjektu zkoumání, cíle a metod řešení
3. Analýza zkoumané oblasti a zkoumaného zařízení
4. Návrh možností rozvoje produktů zkoumaného zařízení

Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Literární přehled řešené problematiky. 3. Cíle a metody. 4. Analýza a syntéza poznatků z realizovaných průzkumů. 5. Závěr. 6. Seznam literatury. 7. Přílohy. 8. Resumé.

Rozsah grafických prací: dle potřeby
Rozsah pracovní zprávy: 40 - 50 stran
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná
Seznam odborné literatury:

- Beránek, J. & Kotek, P. (2003). *Řízení hotelového provozu*. 3. vyd. Praha: Grada Publishing.
Černý, J. & Krupička, J. (2007). *Moderní hotel*. Úvaly, Czechia: Ratio.
Hesková, M., Beránek, J., Dvořák, V., Novacká, L. & Oriška, J. (2011). *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2nd ed. Praha, Czechia: Fortuna.
Horner, S. & Swarbrooke, J. (2003). *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha, Czechia: Grada.
Oriška, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha, Czechia: Idea servis.
Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2009). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. New York: Wiley.

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Roman ŠVEC, Ph.D.
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: 10. ledna 2014
Termín odevzdání bakalářské práce: 30. dubna 2015


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

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Budejovská 12 370 05 České Budějovice


Ing. Viktor VOJTÍČKO, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 28. února 2014

Prohlášení

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

17. 4. 2015

.....

Podpis studenta

Poděkování

Tímto bych chtěla poděkovat svému vedoucímu práce Ing. Romanu Švecovi Ph.D. z Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích za velmi cenné rady, připomínky a intenzivní odbornou pomoc, jež mi při psaní práce věnoval. Zároveň bych ráda poděkovala manželům Janatovým za jejich ochotu a pomoc při poskytování informací, které byli nepostradatelné pro vznik této práce.

Obsah:

1	Úvod	8
2	Aktuální přehled problematiky	9
2.1	Vymezení základních pojmů	9
2.1.1	Podnik	9
2.1.2	Produkt	9
2.1.3	Potřeba	10
2.1.4	Služba	10
2.2	Cestovní ruch	11
2.2.1	Typologie cestovního ruchu	12
2.2.2	Venkovský cestovní ruch (VCR)	13
2.2.3	Služby cestovního ruchu	15
2.3	Ubytovací a stravovací služby	17
2.3.1	Ubytovací zařízení	18
2.3.2	Stravovací zařízení	21
2.4	Organizační struktura	22
2.5	Produkt cestovního ruchu	23
3	Metodika	26
3.1	Cíle práce	26
3.2	Pracovní hypotézy	26
3.3	Metodika	26
4	Analýza vymezené oblasti	28
4.1	Geografické vymezení	28
4.2	Historie a současnost obce	30
4.3	Analýza podniků ubytovacích a stravovacích služeb ve zkoumané oblasti	31
4.3.1	Ubytovací zařízení	31
4.3.2	Stravovací zařízení	32
4.3.3	Analýza konkurenčních podniků ve zkoumané oblasti	33
4.4	Služby cestovního ruchu ve zkoumané oblasti	36
4.5	Hostinec u Janatů s ubytováním	38
4.5.1	Služby podniku	38
4.5.2	Organizační struktura podniku	40
5	Analýza požadavků na venkovské ubytovací zařízení	41
5.1	Vlastní dotazníkové šetření	41
5.1.1	Sběr dat	41
5.1.2	Analýza dat	42
5.2	Řízený rozhovor	57

5.3	Syntéza získaných údajů	59
6	Návrhy a opatření	62
6.1	Výstavba dětského hřiště.....	62
6.2	Výstavba bazénu	63
6.3	Posílení pracovní síly	64
6.4	Komunikace s vybranými orgány a organizacemi	65
6.5	Marketingová komunikace nových služeb	66
7	Závěr	68
I.	Summary and keywords	70
II.	Seznam použitých zdrojů.....	71
III.	Seznam grafů, obrázků a tabulek.....	75
IV.	Seznam příloh	76

1 Úvod

Cestovní ruch a cestování bylo vždy důležitou součástí lidského života. V průběhu století se měnil svět a zároveň i přístup k cestovnímu ruchu. V současné době lze cestovní ruch považovat za nejdynamičtější se rozvíjející odvětví. Na cestovní ruch jsou kladeny vysoké nároky, zvláště protože je nedílnou součástí národní a mezinárodní politiky. Vlivem rozvoje moderních technologií se zvyšuje i životní tempo, které významně ovlivňuje cestovní ruch. Lidé se v rámci cestovního ruchu snaží o navrácení ke svým kořenům a k přírodě, která jim přináší očistu a novou sílu. Lidé již hledají spíše relaxaci, než rušnou zábavu. Tyto aspekty mají za důsledek rozvoj venkovského cestovního ruchu.

Hlavním cílem bakalářské práce je zanalyzovat nabízené služby ve vybraném ubytovacím zařízení - Hostince U Janatů s ubytováním a připravit návrhy dalšího rozvoje tohoto zařízení. Předložené návrhy inovace by mohly vést ke zvýšení atraktivity a konkurenceschopnosti vybraného ubytovacího zařízení ve zkoumané oblasti. Dílčím cílem je zmapování současné nabídky konkurenčních podniků ve zkoumané oblasti mikroregionu Uhlířsko-janovicko a Střední posázaví. Dalším dílčím cílem této práce je zanalyzování celkového přehledu o nabízených službách cestovního ruchu a možnostech trávení volného času v tomto regionu.

Na začátku práce jsou stanoveny dvě pracovní hypotézy, které budou v závěru vyhodnoceny. Součástí práce je vymezení základních pojmů v oblasti cestovního ruchu, především stravovacích a ubytovacích služeb. V další části bakalářské práce je rozbor požadavků na venkovské ubytovací zařízení, který je prováděn pomocí dotazníkového šetření a řízeného rozhovoru. Na základě dotazníkového šetření jsou zjištěny potřeby a přání zákazníků. Podklady získané z dotazníkového šetření a zároveň řízeného rozhovoru s majiteli vybraného ubytovacího zařízení Hostinec U Janotu s ubytováním slouží k navrhnutí dalších možností rozvoje produktu vybraného ubytovacího zařízení.

2 Aktuální přehled problematiky

V této kapitole vymezíme pojmy, ze kterých bude celá práce vycházet.

2.1 Vymezení základních pojmů

2.1.1 Podnik

Podnik dle českého práva, konkrétně podle §5 zákona č. 513/1991 Sb. Obchodního zákoníku, je definován jako „*soubor hmotných, jakož i osobních a nehmotných složek podnikání. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli a slouží k provozování podniku nebo vzhledem k své povaze mají tomuto účelu sloužit*“. Přesnější definice podniku vychází z evropského práva, konkrétně z Nařízení Komise 800/2008 ze dne 6. srpna 2008, která je v souladu s články 87 a 88 o ES. Tato definice zní: „*Podnikem se rozumí každý subjekt vykonávající hospodářskou činnost, bez ohledu na jeho právní formu. K těmto subjektům patří zejména osoby samostatně výdělečně činné a rodinné podniky vykonávající řemeslné či jiné činnosti a obchodní společnosti nebo sdružení, která běžně vykonávají hospodářskou činnost*“.

2.1.2 Produkt

Účelem podniků je vyrábět zboží či poskytovat služby. Výrobky a služby souhrnně označujeme jako produkt. Produkt je cokoliv, co lze nabídnout na trhu. Mohou to být hmotné předměty, služby, osoby, místa, organizace či myšlenky (Kotler, 2004, p. 32). Produkt je označován jako nejdůležitější nástroj marketingového mixu¹, z důvodu toho že tvoří podstatnou část firemní nabídky na trhu a přímo slouží k uspokojování přání a potřeb zákazníků (Srpová, 2010, p. 199).

Dle Srpové (2010, p. 200 – 201) jsou při tvorbě produktu neopomenutelnou součástí jednotlivé úrovně produktu. Jedná se o tři úrovně, kterými jsou: jádro produktu, vlastní produkt a rozšířený produkt, přičemž přechodem k hierarchicky vyšší úrovni podnik zabezpečuje růst celkové užitné hodnoty produktu.

¹ Marketingový mix – tvoří nástroje, které se navzájem kombinují, koordinují a nasazují. Nejčastěji uvádě složení marketingového mixu je: product, cena, distribuce a propagace.

2.1.3 Potřeba

Lidská potřeba je jedním z největších motivů poptávky. Potřeba je subjektivní pocit nedostatku jedince. Projevuje se jako nedostatek, který jedinec pocítuje ve formě odrazu na své vědomí a který je spojený se závislostí na vnějším světě. Potřeby zahrnují biologickou a společenskou stránku, z čehož vyplývá základní členění dle Petřů (2007, p. 42) na :

- biologické potřeby (potrava, ošacení, teplo a bezpečí),
- společenské potřeby (sounáležitost, city, touha po poznání, seberealizace).

Potřeby můžeme dělit z pohledu ekonomického na výrobní a nevýrobní potřeby (konečné potřeby). Potřeby konečné lze ještě rozdělit na individuální a skupinové (Petřů, 2007, p. 42). Pokud není potřeba uspokojena, jedinec se snaží omezit svou potřebu či ji uspokojit tím, co je dostupné (Kotler, 2007, p. 62).

2.1.4 Služba

Služby lze definovat z hlediska jejich nehmotné povahy a skutečnosti, že nikdy nevedou ke vzniku vlastnictví čehokoliv, ale pouze přinášejí zákazníkům „prospěch“ či „uspokojení“ (Horner & Swarbrooke, 2003, p. 37). Dle Kotlera (2004, p. 32) je služba jakákoliv činnost, kterou jedna strana může nabídnout druhé. Je nehmotná a nevytváří vlastnictvím. Její tvorba se může či nemusí vázat k fyzickému produktu. Jedná se o důležitý prvek, prostřednictvím kterého dochází k uspokojování určitých potřeb zákazníka. Její hodnota se odvíjí od míry užitku, kterou služba přináší.

Služby mají specifické vlastnosti, kterými se liší od výrobků. Nejčastěji přisuzované vlastnosti služeb jsou:

Nehmotnost. Při nákupu služeb nelze vnímat jejich smysly. Zákazník se jich nemůže fyzicky dotknout.

Nedělitelnost. Služba spojuje poskytovatele a zákazníka.

Různorodost. Nesnadnost provést službu při spotřebě pokaždé stejně.

Dočasnost (netrvanlivost). Služby jsou pomíjivé v čase, nelze je znovu obnovit.

Neexistence vlastnictví. Při koupi služby získá zákazník pouze přístup k činnosti, ale na konci nic nového nevlastní (Horner & Swarbrooke, 2003, p. 39).

2.2 Cestovní ruch

Cestovní ruch lze zařadit mezi významné ekonomické a sociální jevy současné moderní společnosti. Jeho přesné definování je velmi obtížné. Při definování cestovního ruchu autoři zdůrazňují různé stránky tohoto složitého jevu (Hesková, 2004, p. 9).

Obecně se definuje cestovní ruch jako krátkodobý pohyb osob na jiná místa, než je místo jejich obvyklého pobytu, za účelem příjemných činností (Horner & Swarbrooke, 2003, p. 53).

Velmi významně se na zkoumání cestovního ruchu podíleli švýcarští profesori, klasici W. Hunzikera a K. Krapfa. Tito profesori na základě svých poznatků vydali dílo „Základy všeobecné nauky cestovního ruchu“, ve které vytvořili základní ucelené teorie cestovního ruchu. (Malá, 2002, p. 7 - 8). Pokračovatelem švýcarské školy byl C. KASPAR, který nahlíží na cestovní ruch jako určitý souhrn jevů a vztahů, které vyplývají z cestování a pobytu osob. Místo pobytu není jejich místem trvalého bydliště a zároveň ani místem vykonávání pracovní činnosti. Za zlomový okamžik ve zkoumání cestovního ruchu lze považovat Mezinárodní konferenci o statistice cestovního ruchu pořádanou Světovou organizací cestovního ruchu (WTO). V Ottavě, kde se konference konala, byl cestovní ruch vymezen a definován takto: „*Činnost osoby, cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí (trvalé bydliště) a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě*“. Přičemž stanovenou dobou se rozumí u mezinárodního cestovního ruchu doba jednoho roku a u domácího cestovního ruchu doba šesti měsíců. Definice se zabývá i podrobným vysvětlením jiného účelu cesty než vykonávání výdělečné činnosti, kde se rozumí, že účastník nesmí v navštíveném místě mít přechodný či trvalý pracovní poměr (Malá, 2002, p. 7 - 9).

Cestovní ruch byl považován za jedno z největších světových ekonomických odvětví. Řadil se mezi největší tvůrce pracovních míst a současně lze říct, že tvořil jedno z největších exportních odvětví. S nástupem celosvětové hospodářské krize v roce 2007 se situace výrazně změnila. V období celosvětové hospodářské krize pocítilo odvětví cestovního ruchu značný úpadek. Od roku 2011 nastává pro cestovní ruch období oživení. Je zde snaha zvýšit všechny výkonnostní parametry odvětví na stav před krizí. Dopady velkého množství úsporných opatření aplikovaných v celosvětovém měřítku se projeví zejména ve stagnaci příjmů z cestovního ruchu. Lze očekávat, že se tato sku-

tečnost nezmění ani v budoucnu, neboť je plně v souladu s trendem zkracujících se dovolených (Ministerstvo pro místní rozvoj, 2014)

2.2.1 Typologie cestovního ruchu

Typologii cestovního ruchu je možné členit dle nejrůznějších způsobů. Důležité je neopomenout závislost reálného projevu na straně nabídky a poptávky (Malá, 2002, p. 15). Nejčastěji uváděné členění cestovního ruchu je dle Indrové (2004, p. 17) :

- Formy cestovního ruchu – zde se zdůrazňuje hledisko motivů účasti na cestovním ruchu.
- Druhy cestovního ruchu – zde zohledňujeme převážně jevový průběh cestovního ruchu a způsob jeho realizace v závislosti na geografických, ekonomických, společenských a jiných podmínkách.

V konkrétní praxi se ale tyto pohledy často prolínají a existuje nejednotnost ve výkladu, co je forma a co je druh cestovního ruchu (Hesková a kol., 2004, p. 21). Jednoznačný příklad nejednotnosti lze nalézt v chápání české a slovenské odborné literatury, v níž se autoři přiklání při vymezování druhů a forem ke zcela opačnému postoji než švýcarští a rakouští autoři odborné literatury (Indrová, 2004, p. 17).

Vzhledem k nejednotnosti autorů se v této práci budu přiklánět k vymezení cestovního ruchu dle Malé (2002), která upouští od členění druhů a forem a vymezuje cestovní ruch na základě společného kritéria typu cestovního ruchu, jako vyjádření jeho jevové formy.

Kritéria členění cestovního ruchu dle Malé (2002, p. 15) jsou:

- převažující motivace účasti na cestovním ruchu,
- místo realizace,
- vztah k platební bilanci státu,
- délka pobytu,
- způsob zabezpečení cesty a pobytu,
- počet účastníků,

- způsob financování,
- věk účastníků,
- převažující prostředí pobytu,
- ostatní kritéria.

2.2.2 Venkovský cestovní ruch (VCR)

Venkovský cestovní ruch je velmi často označován jako šetrný cestovního ruchu. Lze ho označit jako vícedenní pobyty s rekreačními aktivitami na venkově. VCR (rovněž označován jako venkovská turistika) je označení pro takový cestovní ruch, který je realizován mimo oblasti rekreačních a turistických center i mimo oblasti městského osídlení. Zahrnuje rekreační pobyty ve vesnickém osídlení i mimo něj. Z velké části je vázán na venkovské prostředí spjaté se zemědělstvím a životem na venkově (Škodová - Parmová , 2007, p. 28). Venkovská turistika má mnoho podob. Nezahrnuje pouze agroturistiku, ale též dovolenou s ubytováním na farmách, dovolenou v přírodě, ekoturistiku, dovolenou s pěší turistikou, horolezectví, jezdeckví na koni, dobrodružství, sportovní a zdravotní turistiku, myslivost, rybaření, cesty za poznáním, turistiku za uměním a dědictvím minulosti (Moravec, Novotný, Folbergerová & Stříbrná, 2006, p. 8).

Dle Stříbrné (2005, p. 17) má venkovský cestovní ruch svá specifika, která předurčují i povahu ubytovacích a stravovacích zařízení. Jedná se především o:

- decentralizované ubytovací zařízení s omezenou kapacitou,
- komorní; téměř rodinné zázemí,
- pochopení pro individuální aktivity turistů,
- ohleduplný vztah k přírodě.

Na základě těchto předpokladů vyhovuje nejlépe ubytování v soukromí nebo ubytovací zařízení kategorie penzion.

V poslední době nabývá na významu a je podporován Světovou organizací cestovního ruchu (UNWTO) a zároveň národními organizacemi. V českých podmínkách je možné rozdělit venkovský cestovní ruch do dvou specifických forem. V prvním případě se jedná o velmi tradiční chataření a chalupaření, jež mám na mnoha místech masovou podobu, druhá skupina představuje jednorázové pobyty na venkově. V České republice vzniklo v roce 1997 sdružení podnikatelů Svaz venkovské turistiky, který svou činností přispívá k ekonomickému, kulturnímu a společenskému oživení venkova, obnově tra-

dic, údržbě krajiny i ke stabilizaci jeho osídlení. Pojem VCR ve světovém měřítku patří mezi vyhledávané aktivity klidu, relaxace, života bez vymožeností. Státy řazené mezi významná střediska venkovského cestovního ruchu Rakousko, Německo, Švýcarsko, Itálie (Toskánsko) či Francie (Ministerstvo pro místní rozvoj, 2014).

Jak již bylo zmíněno, venkovský cestovní ruch má řadu podob a lze ho rozčlenit. V následujících části si podrobně vymezíme pojmy agroturistika, ekoturistika a eko-agroturistika.

Agroturistika

Agroturistika je specifickou formou venkovského cestovního ruchu, která vedle bezprostředního využívání přírody a krajiny venkova je charakteristická přímým vztahem k zemědělským pracím nebo usedlostem se zemědělskou funkcí. Agroturistika je provozována podnikateli v zemědělské prvovýrobě a slouží jim jako hlavní nebo další zdroj podnikání. Jedná se o ideální typ rodinné dovolené. Je zde možnost pobytu a stravy na venkovských statcích a možnost účastnit se práce souvisejících se zemědělskou výrobou či chovem zvířat. Mezi další atraktivity patří seznamování se s místními zvyky, tradicemi a slavnostmi jako jsou vesnické poutě, zabijačka, posvícení, masopust či dožínky. Jedna ze zvláštností agroturistiky spočívá v tom, že turista se volně pohybuje v provozním prostředí zemědělce a má možnost se seznámit se vším, co tvoří zemědělskou usedlost. Agroturistika se rovněž nazývá jako zemědělský cestovní ruch nebo dovolená na statku. Což je způsobeno tím, že většina tržeb provozovatelů by měli plynout ze zemědělské činnosti a cestovní ruch by měl být vedlejší činnost (Ministerstvo pro místní rozvoj, 2014).

Ekoturistika

Goeldner a Ritchie (2009, p. 483) definují ekoturistiku jako zodpovědné cestování podporující zachování a udržitelnost přírody a zároveň prosperitu místních obyvatel. Hlavní podstatou ekoturistiky je motivace účastníků využívat chráněné výtvořry přírody, přírodní rezervace, kulturní památky, národní parky a další přírodní atraktivity tak aby nebyli cestovním ruchem příliš narušovány. Mezi nejčastější aktivity, které tolik nenarušují ekosystém, jsou: fotografování, pěší turistika, pozorování volně žijících zvířat, jízda na kajaku, atd. (Pásková a Zelenka, 2012, p 75). Ekoturistiku lze obecně cha-

rakterizovat jako cestování šetrné k přírodě, životnímu prostředí a místním kulturám. Ekoturistika se snaží o hlubší poznání světa, ve kterém žijeme, a k pochopení vzájemné tolerance. Ekoturistou lze označit „uvědomělého cestovatele“, který co nejvíce snižuje své dopady na životní prostředí, upřednostňuje lokální výrobky a služby a zároveň se snaží chovat šetrně v destinaci (CzechTurism, 2014).

Ekoagroturistika

Ekoagroturistiku lze definovat jako turistiku na ekologicky hospodařících farmách či usedlostech (Němčanský, 1996, p. 32). Podstatným znakem ekoagroturistiky je nejen sejetí turisty s farmářskou rodinou, ale i účast na zemědělských pracích a konzumaci jejich ekologického zemědělství. Ekologická farma je taková, která nepoužívá při výrobě rostlin a chovu zvířat žádné chemikálie, hnojiva, hormonální přípravky, umělá barviva nebo konzervační látky. Tyto produkty podléhají přísné kontrole a splňují mezinárodní standardy, aby mohli používat ochrannou známku BIO. (Ministerstvo pro místní rozvoj, 2007). Jestliže je ekologická stránka ekoagroturistiky rozdílná od agroturistiky, tak pobyt na farmě, využívání jejich prostorů a konzumace místních výrobků totožná s agroturistikou.

2.2.3 Služby cestovního ruchu

Služby cestovního ruchu představují činnost, která přináší užitečný efekt. Tento efekt může být jak individuální, tak společenský (Hladká, 1997, p. 27), podobně se vyjadřuje Királ'ová (2006, p. 14), která uvádí, že cestovní ruch lze vnímat jako souhrn služeb, které vedou k uspokojování potřeb zákazníků – účastníků cestovního ruchu.

Dle Heskové a kol. (2004, p. 130) služby cestovního ruchu uspokojují potřeby účastníků cestovního ruchu. Jejich sortiment je velmi četný a závislý na konkrétních aspektech cestovního ruchu, jako například: ubytovací, stravovací, dopravní, kulturní, společensko-zábavní, průvodcovské, směnářské, kongresový, lázeňské atd.

Účastníci cestovního ruchu mají mimo obecných potřeb, které lze definovat pomocí Maslowovy pyramidy potřeb, která rozděluje potřeby do 5 základních skupin (fyziologické potřeby, potřeba bezpečí, potřeba společenské potřeby, potřeba uznání,

potřeba seberealizace) i své zvláštní potřeby. Dle Beránka a Kotka (2003, p. 94) můžeme tyto potřeby rozdělit do 4 skupin:

- Potřeba klidu – během vlastního volného času většina lidí hledá možnost si odpočinout 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 člověka chovat se alespoň během této doby bez omezení a konvencí, volný čas znamená pro člověka možnost dělat si sám, co uzná za správné a vhodné.
- Potřeba kontaktu a komunikace – jedná se o potřebu seznamování se s novými lidmi, výměny názorů a zážitků.

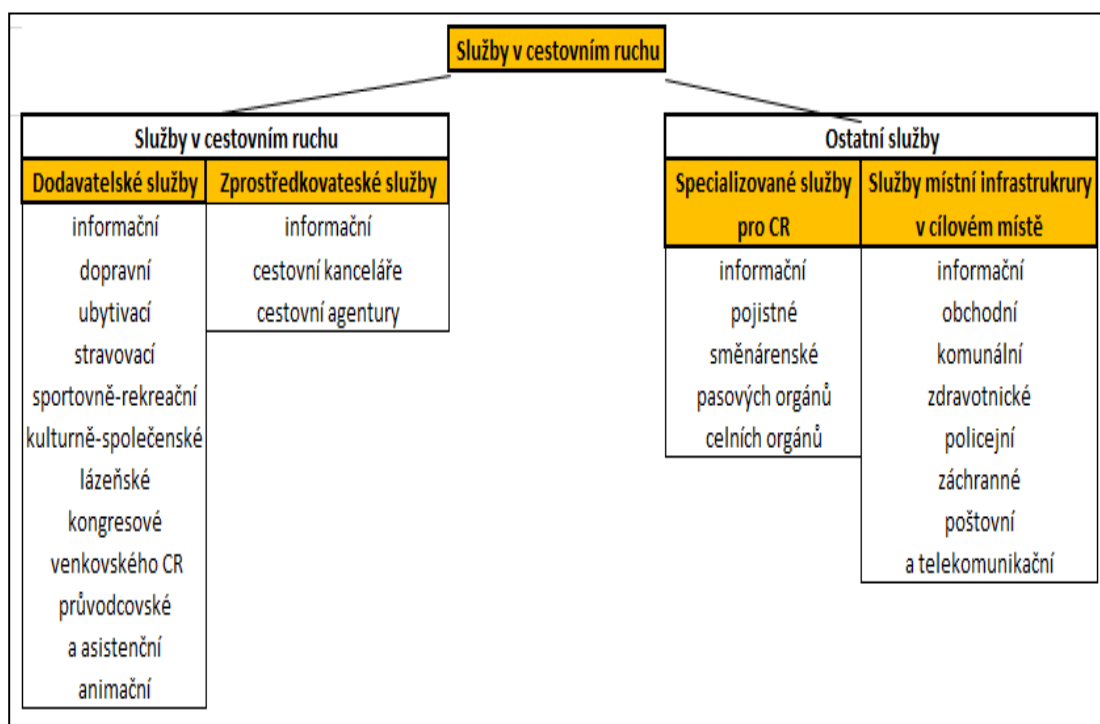
Služby cestovního ruchu uspokojují potřeby účastníků. Tyto potřeby v cestovním ruchu můžeme rozdělit jednak na primární – cílové potřeby. Jimi jsou například potřeba sportovního vyžití, poznávání kulturních a historických památek, odpočinku, společenské komunikace, rozptýlení či zábavy. Jednak na sekundární – zprostředkující, které podmiňují výsledné uspokojování cílových potřeb (potřeba přepravit se do rekreačního prostoru, potřeba výživy, atd.) (Orieška, 2010, p. 7).

Heterogenost služeb umožňuje dle Orieška (2010, p. 9 - 15) základní rozdělení na služby cestovního ruchu tj. ty které uspokojují výlučně nebo převážně potřeby účastníků cestovního ruchu, a ostatní služby, které vytvářejí podniky jak pro účastníky cestovního ruchu, tak pro místní obyvatele (viz obrázek 1).

Služby v cestovním ruchu z důvodu jejich různorodosti lze dělit na základní a doplňkové. Základní služby představují přemístění účastníků cestovního ruchu z místa trvalého bydliště do rekreačního prostoru a cesta zpět. Dále služby, které jsou spojené s pobytem v rekreačním místě – ubytovací, stravovací a dopravní služby. Za doplňkové služby je možné považovat poskytování aktivit, které mají různé charakteristické vlastnosti pro konkrétní místo pobytu – obchodní, sportovně-rekreační, společensko-

kulturní, lázeňsko-léčebné, směnářenské, komunální, zprostředkovatelské či horské služby (Hladká, 1997, p. 28).

Obrázek 1: Služby v cestovním ruchu.



Zdroj: Vlastní zpracování dle Oriška (2010, p. 15).

V následující části se zaměříme na vymezení pojmů ubytovací a stravovací služby, které jsou jednou z důležitých částí zkoumání celé práce.

2.3 Ubytovací a stravovací služby

Ubytovací a stravovací služby jsou nedílnou součástí komplexu cestovního ruchu. Bez poskytování těchto služeb by nebylo možné uspokojovat základní potřeby účastníků cestovního ruchu. V rámci rozvoje ubytovacích a stravovacích služeb došlo k mnoha změnám. Jedná se především o změnu kvality poskytovaných služeb, což je spojeno s obecným pokrokem a vývojem technologií (Beránek a kol., 2013, p. 170). Ubytovací a stravovací služby lze obecně označit jako souhrn zařízení, které poskytují služby hostům (hotely, hospody, restaurace a další rekreační nebo zábavné aktivity). Zahrnuje to především poskytování noclehů, jídla a nápojů. Mezi významné faktory lze za-

hrnout, že zákazníci nejsou pouze turisté, ale i místní obyvatelé (Horner a Swarbrooke, 2003, p. 54).

Poskytování ubytovacích služeb je důležitým předpokladem pro rozvoj především pobytového cestovního ruchu. Hlavním úkolem je umožnit účastníkovi cestovního ruchu přenocování či přechodné ubytování mimo místo jeho trvalého bydliště, včetně uspokojení dalších potřeb, které přímo souvisejí s přenocováním a přechodným ubytováním (Hladká, 1997, p. 41). Jedná se například o služby informační, úschova zavazadel a jejich přeprava po ubytovacím zařízení, buzení hostů, půjčování společenských her, úschova cenností v hotelovém trezoru, rezervace míst v hotelové restauraci nebo prodej vybraných druhů zboží (Orieška, 2010, p. 133).

Stravovací služby zabezpečují uspokojování účastnických základních potřeb výživy během přepravy či při pobytu v rekreačním prostoru (Hladká, 1997, p. 55). Pro mezinárodní účastníky cestovního ruchu představují stravovací služby nejen nasycení, ale zároveň možnost seznámit se blíže se specifickými prvky kultury daného navštíveného národa či regionu. Poznávání různých specifických zvyklostí nebo gastronomických výrobků může vést k samotnému motivu účasti na specifickém cestovním ruchu. Jedná se například o oblasti pěstování vinné révy, výroba sýrů, destiláty či pivo, atd. (Malá, 2002, p. 39).

Beránek (2004, p.15) označuje stravovací službu jako: „...výrobu, přípravu a rozvoz pokrmů za účelem jejich podávání v rámci provozování hostinské činnosti, ve školních jídelnách, menze, v rámci zdravotních a sociálních služeb, při stravování zaměstnanců a další.“

2.3.1 Ubytovací zařízení

Ubytovací zařízení lze označit jako objekt, prostor nebo plochu, kde je poskytováno ubytování (Pásková a Zelenka, 2012, p. 300). Vyhláška č. 137/1998 ministerstva pro místní rozvoj o obecných technických požadavcích na výstavbu definuje ubytovací zařízení jako „... stavbu či její část, kde je veřejnosti poskytováno přechodné ubytování a služby spojené s tím“. Ubytovací zařízení můžeme dělit z různých hledisek, například podle místa a způsobu výstavby – pevná, částečně pevná, přenosná, pohyblivá. Ubytovací zařízení můžeme rozlišit na tradiční (hotely, motely, penziony), doplňkové (chaty, bungalovy, botely) a ostatní (Hladká, 1997, p. 41). S pojmem ubytovací zařízení se v současné době spojuje výraz „hotelnictví“. Jedná se o výstavbu, řízení a organizaci

hotelů i velkých hotelových řetězců, dále zabezpečování jejich provozu a poskytování hotelových služeb (Malá, 2002, p. 29). Ubytovací zařízení jsou charakterizována určitými parametry (vlastnostmi), jimiž jsou: celkový počet míst ubytovacího objektu a řízení a obsluhující personál ubytovacího objektu (Beránek, 2013, p. 170).

Ubytovací zařízení je možné členit a to zejména z důvodů marketingových z mnoha perspektiv. Indrová (2004, 34 - 35) dělí ubytovací zařízení takto:

- Podle velikosti
 - malé (5-100 pokojů),
 - střední (101-250 pokojů),
 - velké (nad 251 pokojů).
- Podle umístění
 - městská zařízení,
 - lázeňská zařízení,
 - horská zařízení.
- Podle převažující klientely
 - pro obchodníky,
 - rodiny s dětmi,
 - sportovci,
 - zařízení specializující se na kongresovou turistiku.
- Podle druhu zařízení a jeho funkce při uspokojování potřeb cestující veřejnost
 - Hotel,
 - hotel garni,
 - motel,
 - botel,
 - penzión,
 - turistická ubytovna,
 - chatová oblast,
 - kemp.

Toto členění ještě doplňují Křížek, Neufus (2011, p. 22) o:

- Podle převažujících doplňkových služeb
 - kongresové,
 - wellness,
 - lázeňské,
 - sportovní,
 - relax,
 - rodinné.

Všechna hlediska mají významný dopad na vybavenost ubytovacích zařízení a úroveň poskytovaných služeb. Rozdělení ubytovacích zařízení podle druhu tvoří základ pro kategorizaci a klasifikaci těchto zařízení.

Kategorizaci ubytovacích zařízení se rozumí proces, kdy dochází k dělení ubytovacích zařízení do jednotlivých kategorií – hotel, hotel garni, motel, penzion, hotel, ubytovna, kolej, svobodárna, internát, kemp a skupiny chat nebo bungalovů (Křížek a Neufus, 2011, p. 23).

Ministerstvo pro místní rozvoj vytvořilo v roce 2006 Vyhlášku o obecných požadavcích na využití území 501/2006 Sb., kde uvádí jednotnou kategorizaci ubytovacích zařízení. Dělí je do čtyř následujících skupin:

Hotel – ubytovací zařízení nejméně s 10 pokoji pro hosty, vybavené pro poskytování přechodného ubytování a služeb s tím spojených.

Motel – ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty, které poskytuje přechodné ubytování a služby s tím spojené pro motoristy.

Penzion – ubytovací zařízení s nejméně 5 pokoji, s omezeným rozsahem společenských a doplňkových služeb, avšak s ubytovacími službami srovnatelnými s hotelem.

Ostatní ubytovací zařízení – jedná se zejména o ubytovny, koleje, svobodárny, internáty, kempy a skupiny chat nebo bungalovů. Tyto ubytovací zařízení jsou vybaveny pro poskytování přechodného ubytování.

Klasifikace oproti kategorizaci rozčleňuje ubytovacích zařízení podle vybavení, úrovně a rozsahu poskytovaných služeb do tříd. Hlavní účel klasifikace je snaha o dodržování určité úrovně při výstavbě a zřizování ubytovacího zařízení a dodržování kvality poskytovaných služeb (Indrová, 2004, p. 35 - 38).

Asociace hotelů a restaurací České republiky (AHR ČR) na základě Usnesení vlády ze dne 17.7.1999 č. 717 a za podpory Ministerstva pro místní rozvoj ČR a České centrály cestovního ruchu (CzechTourism) sestavila „Oficiální jednotnou klasifikaci ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel, hotel garni, penzion, motel a hotel pro období let 2013 – 2015“. AHR ČR se v roce 1993 stala členem evropské konference HOTREC, která zastřešuje všechny hotely a restaurace na území EU. Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky se stala součástí evropského systému Hotelstars Union, který v současnosti sjednocuje klasifikační kritéria mnoha zemí EU. Jednotná metodika slouží jako pomůcka pro zařazení ubytovacího zařízení do jednotlivé kategorie dle minimálních stanovených požadavků. Jedním z cílů je také zlepšení orientace spotřebitelů (hostům, zprostředkovatelům), zvýšení transparentnosti trhu ubytování a zkvalitnění poskytovaných služeb (hotelstars, 2014).

2.3.2 Stravovací zařízení

Stravovací zařízení je prostor, kde poskytují stravovací služby. Provozovna musí splňovat požadavky na umístění prostorové a dispoziční z hlediska dodržování základních hygienických požadavků dle vyhlášky o hygienických požadavcích na stravovací služby a o zásadách osobní a provozní hygieny při činnostech epidemiologicky závažných (Beránek, 2004, p. 15).

V oblasti poskytování stravovacích služeb působí různé organizace, které mají za cíl podporovat a bránit zájmy svých členů. Mezi dalšími cíli je snaha o vytvoření vhodných podmínek pro podnikání. Za nejvýznamnější organizace lze považovat již zmiňovanou Asociace hotelů a restaurací ČR (AHR ČR) a Sdružení podnikatelů v pohostinství, stravovacích a ubytovacích službách ČR (UNIHOST) (Beránek, 2013, p. 180).

Hostinská zařízení můžeme dělit podle jejich převažujícího charakteru do různých kategorií (Hladká, 1997, p. 55 - 56). Základní rozdělení hostinských zařízení restauračního typu dle statistické metodiky EU do kategorií je následující:

- Restaurace – jedná se o kategorie hostinských provozoven, kde je dominantní prodej pokrmů s možností zakoupením nápojů a možnost různých forem společenské zábavy. Do této kategorie spadají například restaurace, samoobslužné re-

staurace, rychlá občerstvení, železniční jídelní vozy a jiná zařízení pro přepravu cestujících.

- Bary – do této kategorie hostinských zařízení zle zařadit ty, u kterých je dominantní prodej nápojů s možností různých forem společenské zábavy. V těchto hostinských zařízení je možné prodávat i pokrmy, ale spíše pokrmy studené kuchyně, cukrářské výrobky, teplé pokrmy zejména minutkového charakteru. Do této kategorie hostinských zařízení spadají tyto: bary, noční kluby, pivnice, vinárny nebo kavárny (Beránek, 2013, p. 183 - 184).

2.4 Organizační struktura

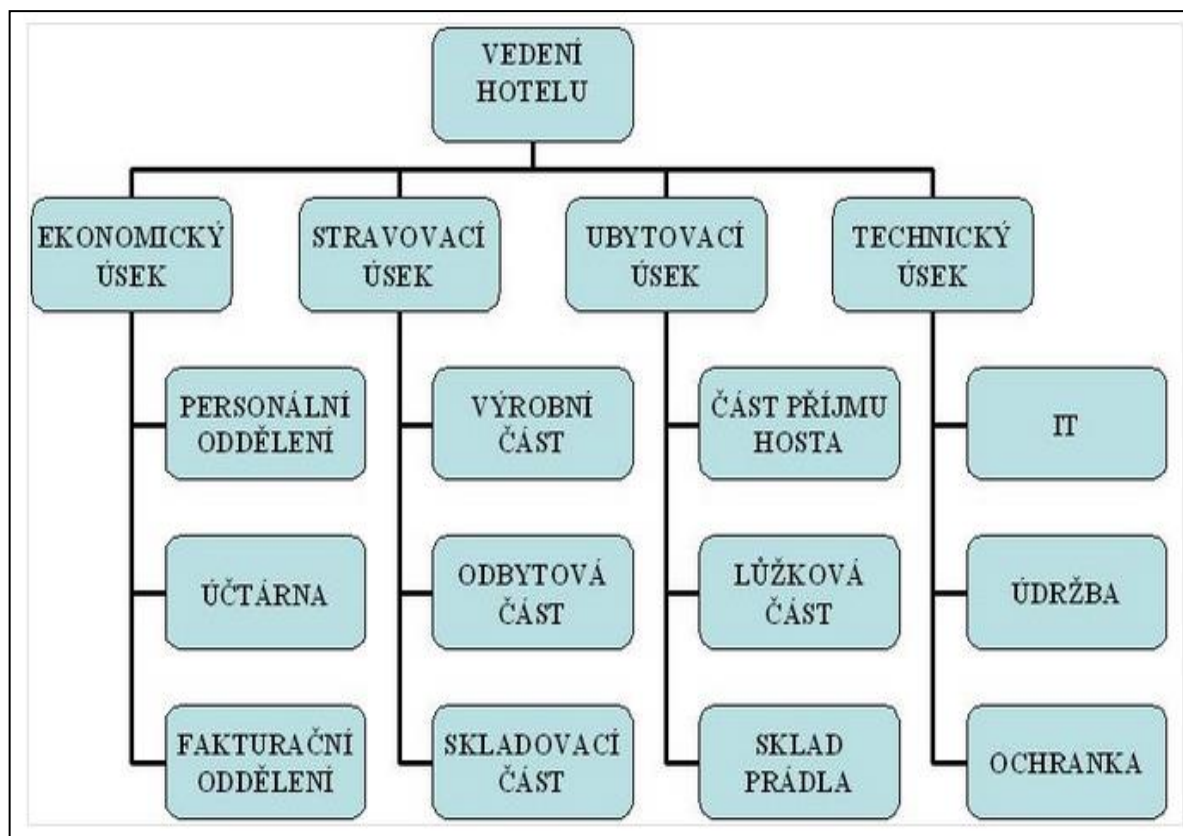
Pod pojmem organizační struktura lze rozumět soubor úkolů formálních pracovních vztahů vytvořených k využití předností specializace. Jedná se o systém vertikální a horizontální koordinace vytvořený tak, aby sjednotil specializované části. Každá organizační struktura se skládá ze základních dimenzí a prvků, kterými jsou:

- dělba práce,
- mechanismy koordinace,
- distribuce rozhodovacích pravomocí,
- organizační hranice,
- neformální organizace,
- základní legitimacy vztahů nadřízenosti a podřízenosti (Beránek & Kotek, 1996, p. 47).

Podle míry a zastoupení jednotlivých prvků se rozlišuje několik druhů organizačních struktur. Výběr vhodné organizační struktury posiluje efektivitu a výkonnost podniku. Organizační struktura vychází z objemu a náplně ubytovacího zařízení. V malém ubytovacím zařízení dochází ke kumulaci funkcí, malý počet útvarů, které jsou provázány a vzniká tak jednoduchá organizační struktura. Naopak velké ubytovací zařízení vytvářejí složitější organizační strukturu, kde je velký počet útvarů, které jsou mnohočetně propojeny. Cílem je vytvořit organizační strukturu co nejjednodušší, přehlednou, vyjadřující co nejpřesněji a jednoznačně dělbu práce, rozdělení odpovědností a pravomocí.

Většina ubytovacích zařízení se člení na 3 část, kterými jsou: ubytovací úsek, stravovací úsek a technický úsek. Za nejvhodnější organizační strukturu v ubytovacím zařízení dle Beránka a Kotka (1996, p. 47) lze označit funkcionální organizační strukturu (viz obrázek 2).

Obrázek 2: Funkcionální organizační struktura.



Zdroj: Hotelový provoz: Hotelový management, 2012

2.5 Produkt cestovního ruchu

Produkt z pohledu ekonomického byl vymezen v předešlé kapitole. V této kapitole bude vymezen pojem produkt cestovního ruchu. Definovat produkt cestovního ruchu je velmi obtížné, protože v současné době neexistuje jednotná definice. Dle Palatkové a Zichové (2011, p. 63) můžeme na produkt cestovního ruchu nahlížet z více pohledů. Jedná se především o:

- Z pohledu ekonomické teorie – tento pohled nastiňuje kapitola 2.1.2.

- Z pohledu jednotlivého podnikatelského subjektu cestovního ruchu – což představuje pochopení produktu, jako službu či komplex služeb, kterou je schopen obstarat s využitím vlastních zdrojů
- Z pohledu destinace – představuje komplexní řetězec služeb
- Z pohledu samotného návštěvníka – jenž ho vnímá jako souhrn zážitků.

Produkt představuje souhrn jednotlivých výše popsaných komponentů nabídky. Dle Beránka & kol. (2013, p. 49) lze definovat produkt cestovního ruchu jako „... *komplex hmotných a abstraktních hodnot, které účastník cestovního ruchu spotřebovává*“. Produkt cestovního ruchu lze charakterizovat určitou komplexností. Jedná se o poskytnutí jedné služby (např. stravování) a zároveň poskytnutí souhrnu služeb, což zahrnuje poskytnutí služeb destinace (Beránek & kol., 2013, p. 47). Kromě toho je produkt dotvářen, resp. kvalita produktu z pohledu vnímání návštěvníka je závislá na neuchopitelných prvcích, jako jsou image destinace, přátelskost místních obyvatel či bezpečnost (Palatková & Zichová, 2011, p. 64).

Při tvorbě produktu se doporučuje řídit ekonomickými, marketingovými, legislativními a jinými pravidly. Tvorba produktu by měla být založena na marketingovém výzkum, který lze soustředit na zkoumání potřeb zákazníků, průzkum konkurence apod. Tvorba produktu představuje kontinuální proces, kde je důležité zohlednění specifických vlastností služeb v cestovním ruchu (Palatková, 2011, p. 55).

Dle Palatkové (2011, p. 55) jsou určitá pravidla při tvorbě produktu cestovního ruchu:

- přesná formulace cílového trhu a jeho potřeb,
- oddělení fyzické a symbolické roviny s důrazem na zážitek,
- koncentrace prostředků a pozornosti na klíčové produkty,
- sestavení konkrétního produktu s možností rezervace,
- využívání tvorby paketů a propagování,
- diferenciaci produktu a důraz na kvalitu,
- vazba na marketingový mix,

- využívání partnerství,
- „technická“ pravidla (vizuální zpracování, aktualizace údajů apod.).

V současnosti došlo ke značnému vývoji v oblasti tvorby produktu. Důležitou roli zde hraje vliv konkurence a změna přání a požadavků ze strany poptávky. Zároveň současnou situaci významně ovlivňují informační technologie, rostoucí zkušenosti a vysoce individualizované potřeby, které se snaží o odklon masového cestovního ruchu ve prospěch individuálního cestovního ruchu. V neposlední řadě je kladen důraz na vytváření regionálních nebo tematických kompaktních zážitkových produktů, které lze pružně modifikovat a poskytovat na základě konkrétních požadavků návštěvníka (Palatková & Zichová, 2011, p. 64).

3 Metodika

3.1 Cíle práce

Hlavním cílem bakalářské práce je zanalyzovat nabízené služby ve vybraném ubytovacím zařízení - Hostince U Janatů s ubytováním a připravit návrhy dalšího rozvoje tohoto zařízení. Dílčími cíli jsou zmapovat současnou nabídku konkurenčních podniků ve zkoumané oblasti mikroregionu Uhlířskojanovicko a Střední posázaví a získání celkového přehledu o nabízených službách cestovního ruchu a možnostech trávení volného času v tomto regionu.

3.2 Pracovní hypotézy

Pro svou bakalářskou práci jsem si stanovila dvě hypotézy, které budou v závěru práce potvrzeny nebo vyvráceny. Jedná se o tyto hypotézy:

H1: Vybraná oblast Uhlířskojanovicko a Střední posázaví patří mezi navštěvovanou turistickou oblastí domácího cestovního ruchu.

H2: Většina respondentů při stavování preferuje českou kuchyni popřípadě regionální kuchyni.

3.3 Metodika

Analytická část práce byla založena na využití velké škály poznatků získaných ze studia odborné literatury za pomoci komparace. Nejdříve jsem se zabývala obecnými informacemi o mikroregionu Uhlířskojanovicka a Středního posázaví. Tato subkapitola vycházela z informací z internetových stránek jednotlivých obcí v mikroregionu, internetových stránek daného regionu a zároveň z doporučení majitelů vybraného ubytovacího zařízení. Dále jsem vymezila vybrané ubytovací zařízení z hlediska současné nabídky služeb. Údaje o vybraném ubytovacím zařízení jsem čerpala z oficiálních stránek

podniku, z informací které mi poskytl majitelé podniku a vlastního pozorování. Poté jsem se zabývala analýzou ubytovacích a stravovacích služeb konkurenčních podniků ve vybrané oblasti. Pro tuto část jsem čerpala informace z oficiálních internetových stránek jednotlivých podniků.

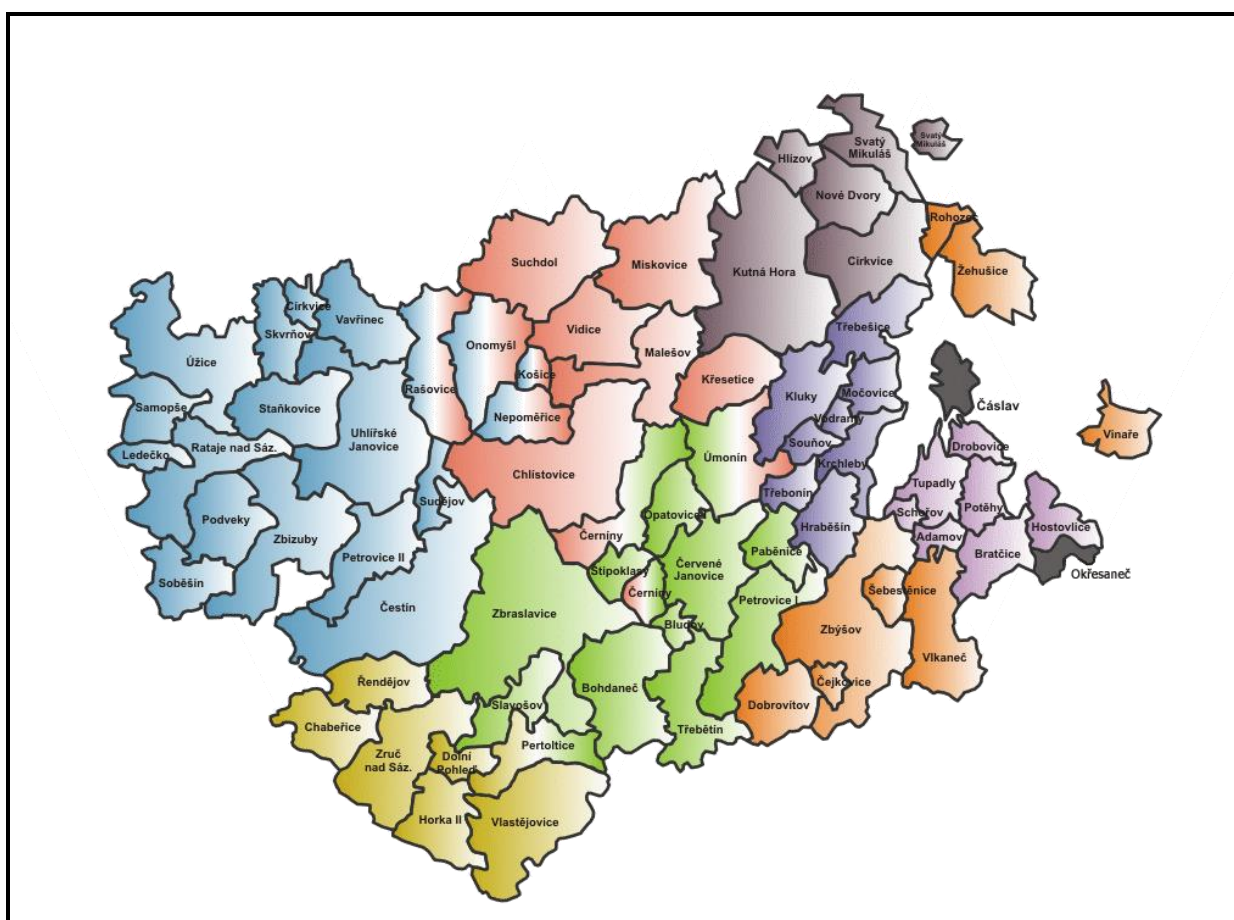
Dalším krokem byl sběr dat v terénu, kde jsem využila kvalitativní výzkumnou strategii v podobě dotazníkové šetření. Po zkompletování dotazníku jsem provedla pilotní výzkum, ve kterém jsem oslovila 20 respondentů. Na základě jejich odezvy jsem dotazník upravila. Následně jsem dotazníky prezentovala na internetovém portálu www.vyplnto.cz. Dotazník obsahoval celkem 15 otázek. Používala jsem převážně uzavřené otázky, které jsou nejčastější v dotazníkovém šetření. V těchto otázkách jsem respondentovi nabízela již předdefinované odpovědi. V uzavřených otázkách měl respondent možnost jedné či více odpovědí. Některé otázky jsem vytvořila pomocí škálového rozdělení. Pro zpracovávání získaných údajů jsem využila metodu soustředěných tabulek, které jsem vytvořila pomocí počítačového programu Excel. Pro zpracování bakalářské práce jsem využila programy Microsoft Word 2010 a Microsoft Excel 2010, pomocí nichž jsem tvořila grafy a tabulky. Některé otázky jsme z důvodu přehlednosti rozdělila do více grafů. Vyhodnocení všech dat jsem provedla v listopadu 2014.

Na základě výsledků dotazníkového šetření jsem prováděla řízený rozhovor s majiteli vybraného ubytovacího zařízení. Rozhovor s majiteli ubytovacího zařízení byl zaměřen na zjištění informací o aktuální úrovni poskytovaných služeb, klientech a inovaci služeb.

Po získání potřebných dat jsem provedla syntézu získaných údajů. Jednalo se tedy o vyhodnocení potřeb a přání potencionálních zákazníků a porovnání s názory majitelů podniku. Pomocí získaných informací ze syntézy jsem vytvořila návrhy a opatření, které by mohly mít za následek zvýšení atraktivity a konkurenceschopnosti vybraného ubytovacího zařízení ve zkoumané oblasti. V poslední části práce jsem vyhodnotila hypotézy, které jsem si stanovila na začátku a zároveň jsem zformulovala závěry na základě všech získaných údajů.

Mikroregion společně s pěti dalšími mikroregiony, které jsou: DSO Dubina, DSO Kutnohorský venkov, DSO Posázavský kruh, DSO Rozvoj venkova a DSO Zbraslavicko je členem MAS Lípa pro venkov z.s.. Občanské sdružení Lípa pro venkov působí na území 68 obcí Kutnohorského okresu (Obrázek 4). Od řeky Sázavy až po hranice měst Kutné Hory a Čáslavy. Hlavním cílem sdružení je harmonický rozvoj kraje a zvýšení návštěvnosti. Území je charakteristické pro množství kulturních památek, především sakrálního charakteru. (MAS Lípa pro venkov, 2014)

Obrázek 4: MAS Lípa pro venkov.



Zdroj: MAS Lípa pro venkov, 2014

Geograficky obec Čestín zařazujeme do Středočeského kraje. Čestín je přibližně 22 km jihozápadně od Kutné Hory. Člení se na 9 částí, které jsou: Čenovice, Čentice, Čestín, Kamenná Lhota, Kasanice, Kněž, Milotice, Morány a Polipsy. Ke dni 1.1.2011 byl počet trvale žijících obyvatel 432. Obec je položena 475 metrů nad mořem a její katastrální rozloha je 32,55 km². Čestín leží mezi třemi velkými městy, které jsou:

Zruč nad Sázavou, Kácov a Uhlířské Janovice. Nejvýznamnější řekou je Sázava, která tvoří jednu z hlavních přírodních atraktivit. Oblast nabízí i historické a kulturní vyžití, jako například město Kutná Hora nebo hrad Český Šternberg (Obec Čestín, 2014).

4.2 Historie a současnost obce

Nejstarší doložené písemné záznamy jsou z roku 1352, kde je nazýván farní tvrzí. Tvrz vznikla současně s kostelem, který nechala vystavět paní Česta, po níž nesla tvrz název Čestín Kostel. Kostel, který byl zasvěcen svatému Petrovi a Pavlovi, je dodnes dominantou obce. Rozkvět obce přišel po roce 1579, kdy udělil císař Rudolf II. obci status města a právo jednoho týdenního a tří výročních trhů. Město obdrželo znak stříbrné lilie na červeném poli (Obrázek 5). Obyvatele tvořili zejména zemědělci a řemeslníci. Nejvýznamnějším zdejším řemeslem byla výroba hracích nástrojů a kolovratů. Koncem 16. století byla tvrz jeho majitelem Adamem Slatavou přebudována na zámecké sídlo. Mezi pozdější významné majitele patřili Karel Jáchym Breda nebo Anna Toskánská (A.J.Zavadil, 2000, p. 245).

Od roku 2006 se zastupitelstvo obce snaží zvelebit tvář obce. Rozsáhlou opravou prošel Čestínský zámek, Čestínská sokolovna a kostel sv. Petra a Pavla. Díky záměrům místních podnikatelů bylo vystavěno dětské hřiště a tenisové kurty. Nachází se zde zdravotní středisko, pobočka České pošty, prodejna smíšeného zboží a Hostinec U Janatů s ubytováním. Obec pořádá společně s místními spolky, které jsou: sokol, sbor dobrovolných hasičů a myslivecké sdružení řadu kulturních a sportovních událostí. V Čestíně a okolí je pestrá nabídka ubytovacích a stravovacích služeb. (Obec Čestín, 2014)

Obrázek 5: Znak obce Čestín.



Zdroj: Obec Čestín, 2014

4.3 Analýza podniků ubytovacích a stravovacích služeb ve zkoumané oblasti

V obci Čestín poskytuje ubytovací a stravovací služby pouze Hostinec u Janatů s ubytováním. Pro analýzu konkurenčních podniků poskytujících ubytovací a stravovací služby jsem proto použila vymezenou oblast mikroregionu Uhlířskojanovicka a Středního Posázaví.

4.3.1 Ubytovací zařízení

V okolí Čestína se nachází 19 ubytovacích zařízení, které jsou zobrazeny v tabulce 1. Dle kategorií ubytovacích zařízení zde nalezneme řadu hotelů, penzionů, apartmánů či turistických ubytoven. V oblasti kolem řeky Sázavy je velké zastoupení kempů. Možnost ubytování v soukromí nabízí několik chat, které jsou umístěny na samotách či okraje malých vesnic. Mezi těmito ubytovacími zařízeními nalezneme ubytování pro náročné turisty, kteří ocení vyšší kvalitu poskytovaných služeb, ale samozřejmě jsou zde i ubytovací zařízení, která slouží zákazníkům pouze na několik dní a nevyžadují tak vysokou kvalitu poskytovaných služeb². Cena za ubytování se liší dle kategorie ubytovacího zařízení, způsobu objednání a sezóny. V Čestíně a okolí se nenachází žádné ubytování spojené s agroturismem nebo ekoagroturismem.

Tabulka 1: Ubytovací zařízení ve vybrané oblasti.

Ubytovací zařízení	Počet	vzdálenost od Čestína	
Hotel	4	Hotel Alex	20 km
		Hotel Kácov	9 km
		Sporthotel	9 km
		Pivovar Kácov	9 km
Penzion	5	Penzion Beruška	12 km
		Penzion Ratajská	15 km
		Čtrnácka	
		Counrty Club	10 km
		WESTSTAR	4 km

² Vysoký standard služeb – Dle WTO kvalita v cestovním ruchu představuje uspokojení všech legislativních požadavků a očekávání klienta v rámci akceptování ceny, zahrnujících určující kvantitativní faktory jako jsou bezpečnost, hygiena, dosažitelnost služeb cestovního ruchu, harmonie s lidským a přírodním prostředím.

		Penzion U Doudy Penzion U Jindřicha	15 km
Apartmán	1	Petrovický mlýn	4 km
Ubytovna	2	Sport-areál	21 km
		Turistická ubytovna Kácov	9 km
Kemp	6	U Kouzelníka	9 km
		Masarykův tábor YMCA	18 km
		Na Břečkárně	15 km
		Vodácké tábořiště	20 km
		Kemp pod mostem	9 km
Chaty, halupy	2	Holiday home Podvedská	15 km
		Holiday home Malovidy	20 km

Zdroj: Vlastní zpracování.

4.3.2 Stravovací zařízení

V okolí obce se nachází řada stravovacích zařízení. Jednotlivé podniky zobrazuje tabulka 2. Většina stravovacích zařízení funguje dohromady s ubytovacími zařízeními. Nalezneme zde i stravovací zařízení, která se specializují pouze na stravovací služby. Například se jedná o restaurace, bufety či jídelna. Některé stravovací zařízení, jako jsou: rychlá občerstvení, bufety a bistra, mají pouze sezónní provoz. Nabídka stravovacích zařízení je směřována na českou kuchyni a regionální potraviny. V Čestíně a okolí naleznete i podniky, které se specializují na zahraniční kuchyni, ale těchto podniků je ve zkoumané oblasti velmi málo.

Tabulka 2: Stravovací zařízení ve zkoumané oblasti

Stravovací zařízení	počet
Restaurace	10
Kavárna	2
Pizzerie	1
Kiosek	5
Noční klub	1

Zdroj: Vlastní zpracování.

4.3.3 Analýza konkurenčních podniků ve zkoumané oblasti

Jak již bylo řečeno na začátku 4. kapitoly, podnik je v obci Čestín jediným zařízením tohoto typu. To ale neznamená, že konkurenci nemá. Nachází se nedaleko vodácký proslulého městečka Kácov, kde je celá řada konkurentů – hotely, penziony, kempy, turistická ubytovna či vyhlášený pivovar. Další konkurenční podniky se nacházejí v největším městě mikroregionu v Uhlířských Janovicích. Z důvodu velkého množství zařízení jsme se rozhodla zanalyzovat podniky, které jsou dle majitelů jejich největšími konkurenty. V následující části jsou popsány jednotlivé konkurenční podniky, které jsou seřazeny sestupně od nejvýznamnějšího konkurenta.

Hotel Kácov

Hotel Kácov se nachází uprostřed náměstí vodácký proslulého městečka Kácov. Ubytovaní nabízí ve 20 dvoulůžkových pokojích. Pokoje jsou vybaveny sociální zařízení, sprchovým koutem, LCD televizorem a připojením k internetu. Přímo v hotelu se nachází restaurace, která nabízí svým zákazníkům tradiční českou kuchyni. Jsou zde i prostory pro soukromé akce s maximální kapacitou 80 osob. V letních měsících lze využít venkovní zahrádku, kde je možné zajistit grilování. Součástí hotelového komplexu je i nově postavené školicí středisko, které slouží pro konání kongresových akcí, a sportovní areál (Hotel Kácov, 2014).

Pivovar Kácov

Pivovar Kácov se nachází na levém břehu řeky Sázavy přímo u Kácovského jezu. Tento komplex láká své návštěvníky z řad znalců dobrých piv či vodáckých nadšenců. Pivovar Kácov nabízí svým zákazníkům nově zrekonstruovanou pivovarskou restauraci Šalanda, kde se specializují na českou a regionální kuchyni. Konají se zde různé speciální gastronomické akce, jako jsou: zvěřinové hody či vepřové hody. Od roku 2013 nabízí Pivovar Kácov také ubytování. Pivovarský hotel nabízí dvoulůžkové pokoje, třílůžkové pokoje, čtyřlůžkové pokoje a pěti lůžkové pokoje v celkové kapacitě 41 lůžek (Pivovar Kácov, 2014).

Country Club WESTSTAR

Stylová restaurace se nachází v okrajové části města Uhlířské Janovice. Nabídka jídel a nápojů je uzpůsobena duchu celé restaurace – Divoký západ. Restaurace má několik oddělených částí, kde je možnost konání soukromých akcí. Součástí Country Club WESTSTAR je zároveň herní sál, kde se nachází bowling, billiards, střelnice lasershot, šipky či stolní fotbal. V zařízení je i možnost ubytování. Nabídka ubytování v šesti dvoulůžkových pokojích s vlastním sociálním zařízením a dva apartmány (Country Club Weststar, 2014).

Penzion Beruška

Nově vybudovaný penzion se nachází v malé obci Chmeliště nedaleko Uhlířských Janovic. Penzion leží v klidné části obce a je obklopen zelení. Možnosti ubytování zajišťují dvoulůžkové a třílůžkové pokoje s vlastním sociálním zařízením, minibarem, připojením k internetu a LCD televizorem. V prostorách penzionu se nacházejí prostory pro konání soukromých akcí. Stravovací služby zajišťuje restaurace v penzionu. Jedná se převážně o českou kuchyni. Domácí mazlíčci jsou v penzionu zakázáni. V celém prostoru penzionu je přísný zákaz kouření (Penzion Beruška, 2014).

Penzion U Doudy

Penzion se nachází v těsné blízkosti hlubokých lesů ve vesničce Kamenná Lhota. Možnosti ubytování v jednolůžkových nebo dvoulůžkových pokojích. Hosté mají

k dispozici společné prostory, kde se nachází plně vybavená kuchyňská linka. V areálu je možnost parkování a venkovního posezení. Součástí komplexu je i hospůdka, která je proslulá výbornými domácími uzenářskými výrobky, pořádáním zabijačkových hodů, večerů s harmonikou a dalších akcí (U Douady, 2014).

Apartmán Petrovický mlýn

Petrovický mlýn se nachází v blízkosti malé vesnice Kasanice. Zrekonstruovanému mlýnu dodává atmosféru hospůdka, která je umístěna v mlýnici se zachovalým palečným kole. Možnost ubytování je ve třech apartmánech. V každém z nich je vybavená kuchyňská linka a sociální zařízení. V penzionu je k dispozici společenská místnost s kulečnickem, stolním tenisem a šipkami. Na dvoře se nachází posezení, které mohou využívat návštěvníci apartmánu ale i návštěvníci hospůdky (Petrovický mlýn, 2014).

Penzion U Jindřicha

Penzion U Jindřicha leží uprostřed romantického náměstíčka v Ratajích nad Sázavou. Toto ubytovací zařízení se řadí mezi levnější ubytování vhodné pro vodáky, cyklisty a jiné návštěvníky řeky Sázavy. Ubytovací kapacity jsou: čtyři třílůžkové pokoje a tři vícelůžkové pokoje (Penzion Rataje, 2014).

Penzion Čtrnáctka

Kompletně zrekonstruovaný penzion ve stylu 30. let minulého století se nachází v Ratajích nad Sázavou. Možnost ubytování pro 12 osob ve dvou apartmánech a jednom dvoulůžkovém pokoji. Dům je patrový, v přízemí je klub s barem a v patře se nachází ubytování. V letních měsících je otevřena zahrádka s venkovním posezením a možností grilování. V penzionu se pravidelně konají různé výstavy a hudební vystoupení (Penzion Čtrnáctka, 2014).

Turistická ubytovna Kácov

Nově zrekonstruovaná turistická ubytovna se nachází v bývalé nádražní budově v městečku Kácov. Ubytovací kapacity jsou tři dvoulůžkové pokoje, čtyři čtyřlůžkové

pokoje a jeden osmilůžkový pokoj. Sociální zařízení a sprchy jsou rozděleny na dámské a pánské a jsou umístěny v prostorách chodby. Ve spodní části budovy se nachází půjčovna lodí, kol a jiného - Bisport. Jedná se o sezónní typ ubytovacího zařízení vhodný pro přenocování nebo úschovu lodí (Bisport, 2014).

4.4 Služby cestovního ruchu ve zkoumané oblasti

Obec Čestín a jeho okolí se rozkládá v malebné krajině vysoko nad pravým břehem Sázavy. Okolní hluboké posázavské hvozdy nabízejí návštěvníkům přírodní atraktivitu, ale přijdou si i na své milovníci sakrální³ a historických staveb.

Sportovně-rekreační služby

Čestín a jeho okolí má příznivou polohu pro možnosti aktivního využití volného času. Je zde možné vykonávat různé sportovní aktivity, jako jsou: pěší turistika, vodní turistika, cykloturistika, vodácká turistika či hipoturistika⁴. Tato krajina nabízí i vhodné přírodní prostředí pro rekreační atraktivitu.

Čestín a okolí je vhodné pro pěší turistiku. Nachází se tu mnoho turistických stezek. Obcí přímo prochází turistická značka, která je označena modrou barvou. Nedaleko Čestína byl v roce 2012 zrealizován projekt naučné stezky s názvem „Okolím Kácova“. Naučná stezka má deset zastávek, které se věnují přírodním ekosystémům, významným historickým místům či dochované technické památce Kautský mlýn. Mapu naučné stezky „Okolím Kácova“ přikládám v příloze 1.

Další tematická turistická stezka vede k zapomenutému poutnímu místu pod Dračí skálou, které leží v malebné vesničce Sudějov. V obci se nachází opravený poutní kostel zasvěcený sv. Anně s obnovenou barokní farou, ve které je zřízeno zázemí nejenom pro poutníky, ale i turistům. V prostorách poutního kostela a jeho ambit se nachází expozice o historii poutního místa. Zázračnost tomuto místu dodává malá kaplička, kde vytéká pramen, jehož voda je dle legend léčivá. (MAS Lípa pro venkov, 2014).

Cyklotrasy mají v této oblasti také své zastoupení. V Čestíně se kříží dvě cyklotrasy, kterými jsou cyklotrasa číslo 0121 – Žandov – Kamenná Lhota – Čestín a cyklotrasa číslo 0122 - Podvleky – Zbizuby – Petrovice – Čestín – Krasoňovice. Okolím pro-

³ Sakrální stavba – stavba sloužící pro náboženské nebo rituální účely.

⁴ Hipoturistika – druh turistiky, kde turista převážně cestuje na koni. Hlavním motivem této turistiky je kochání se přírodou z koňského sedla.

cházejí další tři cyklotrasy, které jsou: Zruč nad Sázavou – Davle, Na Ratajskou vyhlídku a dále do Sázavy a Z Uhlířských Janovic oklikou na rozhlednu Březina.

Lokalita je příznivá i pro vodáckou turistiku. Na řece Sázavě se nalézají řada půjčoven lodí a vodáckého vybavení. Nejčastěji sjížděný úsekem řeky je Horka – Kácov – Český Šternberk. Řeka v tomto úseku protéká okolo nově zrekonstruovaného zámku ve Zručích nad Sázavou a soutokem Sázavy s Želivkou. Plavba nabízí pohled na posázavský ekosystém⁵.

Řeka Sázava je zároveň spojována se sportovním rybolovem. Centrem sportovního rybolovu je město Kácov, kde je možnost zakoupení povolenky na chytání ryb ve vybraném revíru. V řece můžete chytit velkou škálu ryb.

V obci je možnost využít travnatého hřiště na různé míčové hry, tenisových kurtů či venkovního stolního tenisu. V případě špatného počasí je možnost využít prostorů sokolovny. Okolní lesy nabízejí v letních a podzimních měsících možnost houbaření či sběru jiných lesních plodin.

Kulturně-společenské služby

Uprostřed obce se nachází zachovalý renesanční zámek, který byl vystavěn v 16. století. Zámek je majetkem obce a nikdy nebyl přístupný veřejnosti. V prostorách zámku se nachází obecní knihovna, kino a byty. Dominantou obce je kostel sv. Petra a Pavla a jeho farní prostory.

Milovníky kulturněhistorických objektů potěší blízkost hradu Český Šternberk, Kácovský zámek a zámek ve Zručích nad Sázavou. Pro návštěvníky, kteří vyhledávají památky zapsané na seznamu UNESCO je příznivě vzdáleno město Kutná Hora.

V obci Čestín se pořádají pravidelné kulturní akce, které jsou:

- **Závody na koních:** vždy první víkend v srpnu
- **Vánoční tvoření a jarmark:** dvoudenní dílny, kde si můžete vyrobit vánoční dekorace nebo již hotové koupit na jarmarku
- **Jarní (Velikonoční) tvoření:** možnost vytvořit si jarní či velikonoční dekoraci

⁵ Ekosystém – Jedná se o funkční soustavu živých a neživých složek životního prostředí. Tyto složky jsou navzájem spojeny výměnou látek, tokem energie, předáváním informací a vzájemně se ovlivňují a vyvíjejí v určitém prostoru a čase. V České Republice se nacházejí 2 druhy ekosystému. Jedná se o přírodní a uměle vytvořený (přiroda.cz, 2014).

Pravidelné kulturní akce konané v okolí Čestína jsou:

- **Uhlířské slavnosti:** tradiční kulturní akce konaná první víkend v červenci
- **Tradiční festival ptactva:** akce se koná v říjnu – možnost pozorovat ptáky, přednáška o ptactvu regionu
- **Kácovská pout’:** tradiční akce konaná okolo 17. srpna
- **Kácovské posvícení:** koná se vždy první neděli po 8. září
- **Posázavský pacifik:** věhlasná akce, která se koná na začátku července a při konání Kácovské poutě.

4.5 Hostinec u Janatů s ubytováním

Kořeny Hostince u Janatů sahají až do 16. století, kdy se v Čestíně začal stavět zámek. Původní název, podle dochovaných skutečností byl „Hostinec u Zeleného stromu“. Rodina Janatů měla nejdříve hostinec pronajatý a později podnik odkoupila. Před třemi lety se majitelé rozhodli obnovit tradici, a proto podnik prošel rozsáhlou rekonstrukcí. Byly vytvořeny nové prostory pro ubytování. V celém areálu je přísný zákaz kouření. Hostinec U Janatů s ubytováním je rodinný podnik Jaromíra a Daniely Janatových. Pan Jaromír Janata je fyzická osoba a provozuje podnik na základě živnostenského oprávnění – hostinská činnost.

4.5.1 Služby podniku

Ubytovací služby

Hostinec u Janatů s ubytováním nabízí svým zákazníkům 19 lůžek. Ubytovací kapacity jsou 1 jednolůžkový pokoj, 4 dvoulůžkové pokoje, 2 třílůžkové pokoje a 1 čtyřlůžkový pokoj. Ceny jednotlivých pokojů zobrazuje tabulka 3. Všechny pokoje jsou vybaveny sociálním zařízením a celý objekt je pokryt wifí sítí. Hosté mají k dispozici společný prostor s plně vybavenou kuchyňskou linkou. Podnik poskytuje i pokoje s bezbariérovým přístupem. Ubytovat se lze od 14:00 hod. a opustit pokoj nejpozději do 10:00 hod. Možnosti stravování zajišťuje restaurace. Je zde možnost pobyt bez stravy, se snídaní, polopenze či plná penze (Hostinec U Janatů s ubytováním, 2014).

Tabulka 3: Ceník ubytovacích služeb Hostince U Janatů s ubytováním.

Ceník	osob/noc
Jednolůžkový pokoj	350,-
Dvoulůžkový pokoj	300,-
Třilůžkový pokoj	300,-
Čtřilůžkový pokoj	300,-
Pes	50,-
Salónek	500,-

Zdroj: Vlastní zpracování, dle informací od majitele podniku.

Stravovací služby

Restaurace se nachází v dolní části objektu. Její kapacita je 30 míst. Restaurace zajišťuje všechny stravovací služby – snídaně, obědy i večeře. Snídaně jsou hostům podávány formou rautů. Jídelní lístek tvoří převážně česká a regionální kuchyně. V nápojovém lístku je široká nabídka nealkoholických nápojů a alkoholické nápoje. Nabídka obsahuje i výběr z mnoha druhů kávy. V objektu se nachází salónek, který má kapacitu 25-ti míst. V letních měsících je otevřena venkovní zahrádka. Restaurace je otevřena každý den od 11:00 do 23:00 hodin.

Doplňkové služby

Podnik poskytuje služby nejen ubytovaným hostům, ale i široké veřejnosti. Konají se zde akce typu: narozeniny, svatby, pohřební hostiny či firemní sezení. Na přání hosta se sestaví tvar tabule, vytvoří dekorace, navrhne menu a celá myšlenka akce.

Hostince u Janatů s ubytováním nabízí možnost parkování v oploceném areálu. Od majitelů lze získat veškeré informace týkající se možnosti návštěvy kulturněhistorické památky či informace o konání kulturních akcí v Čestíně a okolí. Lze získat také základní a věčné informace, důležitá telefonní čísla – místní policie, hasiči, zdravotní služba, pohotovost a jiné.

4.5.2 Organizační struktura podniku

V podniku pracují pouze majitelé – pan a paní Janatovi a rodinný příslušníci. Pan Janata zastává funkci šéfkuchaře a všechny práce spojené s chodem kuchyně. Paní Janatová má na starosti obsluhu v restauraci. V letních měsících nebo při větších akcích pomáhají dvě brigádnice jako obsluhující personál a jedna brigádnice jako pomocná pracovní síla v kuchyni. Všechny brigádnice jsou zaměstnané na vedlejší pracovní činnost. Majitelé se tímto snaží šetřit finanční náklady na mzdu dalších zaměstnanců.

5 Analýza požadavků na venkovské ubytovací zařízení

Tato část práce se zabývá dotazníkovým šetřením s potenciálními zákazníky a řízeného rozhovoru s manželi Janatovými, kteří jsou majitelé mnou vybraného ubytovacího zařízení Hostinec U Janatů s ubytováním. V závěru této části práce jsem provedla shrnutí myšlenek, které budou sloužit jako podklad pro vytvoření konkrétních návrhů a opatření.

5.1 Vlastní dotazníkové šetření

Pro výzkumné šetření jsem zvolila metodu kvantitativního výzkumu, která je popsána v teoretické části práce. Z mého pohledu se jedná o rychlý a snadný sběr dat oproti kvalitativnímu výzkumu, který je náročnější pro vyjádření v číselné podobě. Na základě získaných informací získaných z kvantitativního výzkumu je možné získat četnost daného jevu, který reprezentuje určitou cílovou skupinu. Zvolila jsem metodu dotazování prostřednictvím internetu, ve které vidím výhody snadného přístupu k respondentům. Zároveň zde spatřuji riziko nízké návratnosti dotazníků. Respondenty jsme se snažila oslovit prostřednictvím sociální sítě, a proto jsem se snažila dotazník vytvořit tak aby nebyl pro respondenty časově náročný a zároveň zajímavý. Při tvorbě dotazníku jsem vycházela ze znalostí marketingového výzkumu, které jsem získala v předmětu marketingový výzkum.

Základní výzkumná otázka byla: **Které služby musí ubytovací zařízení splňovat, abyste ho navštívili?** Tato otázka byla zaměřena na zjištění konkrétních služeb, které musí splňovat ubytovacích zařízení. Další otázky byly zaměřeny na zjištění toho, co zákazníci očekávají od ubytovacího zařízení.

5.1.1 Sběr dat

Dotazníkové šetření jsem prováděla pomocí internetového portálu www.vyplnto.cz. Prostřednictvím tohoto portálu jsem přednastaveného internetového formuláře zadala otázky a variantami odpovědí a takto vytvořený dotazník jsem sdílela prostřednictvím sociální sítě facebook nebo e-mailovou korespondencí. Návštěvníci portálu [vyplnto.cz](http://www.vyplnto.cz) také mohli dotazník vyplnit. Dotazník byl na tomto portálu přístupný 30 dnů (od 30. 7. 2014 – do 29. 8. 2014). Celkem mi odpovědělo 259 respondentů.

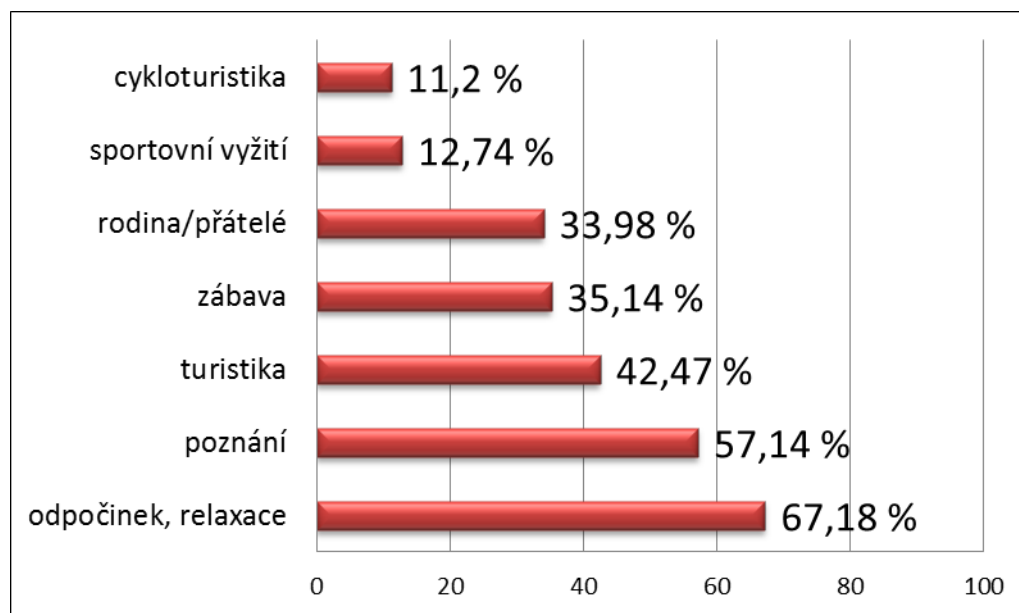
Podklady jsem z portálu obdržela do 24 hodin po ukončení sběru dotazníků. Všechny podklady s internetového portálu vyplnto.cz v mém osobním archívu.

5.1.2 Analýza dat

V tomto oddílu chci interpretovat data získané z dotazníkového šetření. Zajímalo mě jaké je, pro náhodně vybrané zákazníky, ideální ubytovací zařízení v České republice. Chtěla jsem získat informace o službách, které by mělo poskytovat, aby splnilo jeho potřeby ideální dovolené. Tyto informace byli základem pro tvorbu řízených rozhovorů s majiteli vybraného podniku, které blíže zpracovávám v kapitole 5.2.

1. Jaký účel dovolené preferujete?

Graf 1: Účel dovolené.

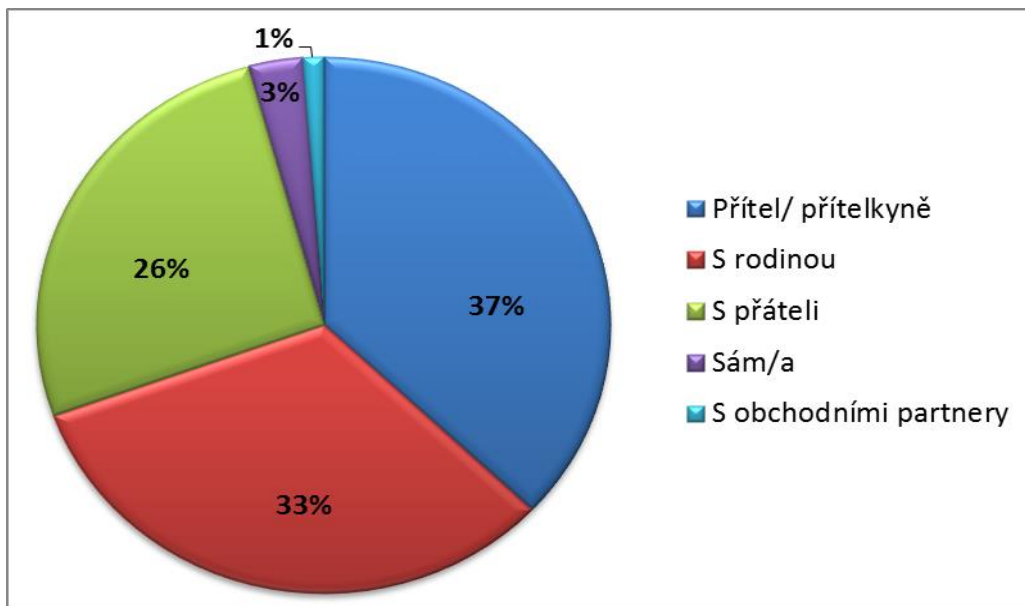


Zdroj: Vlastní zpracování.

V grafu 1. jsou zobrazeny odpovědi respondentů, kteří měli možnost vybrat minimálně jednu odpověď a maximálně tři odpovědi. Nejčastěji volená odpověď účelu dovolené byl odpočinek, relaxace (67,18 %). Na druhé místo se řadí účel dovolené – poznání (57,14 %). Nejméně respondentů zvolilo za účel své dovolené cykloturistiku (11,2 %).

2. S kým cestujete?

Graf 2: S kým cestujete.

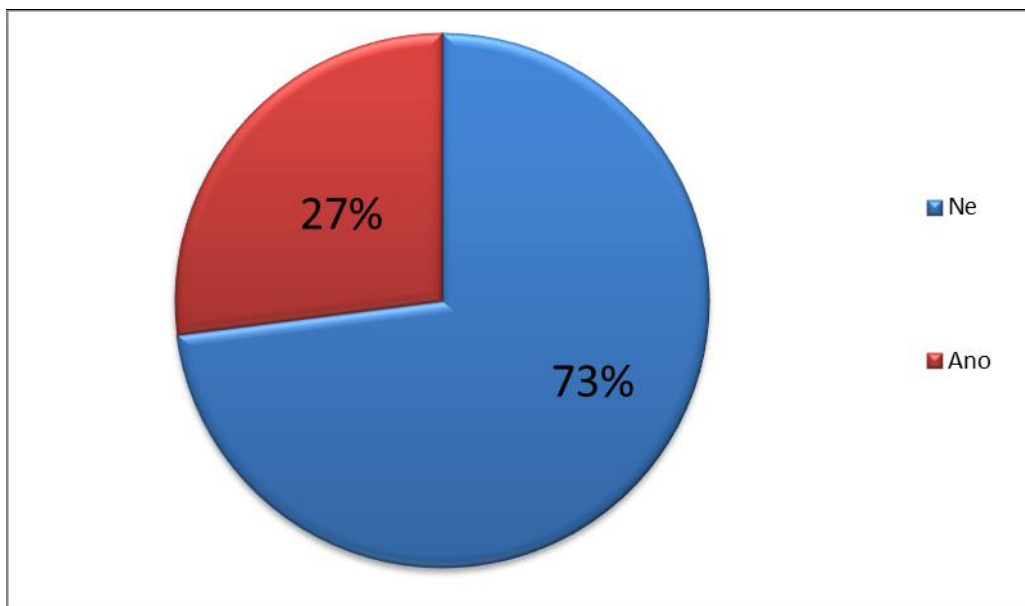


Zdroj: Vlastní zpracování.

Z grafu 2 vyplívá, že oslovení respondenti nejčastěji cestují s přítelem/přítečkyní (37 %) nebo s rodinou (33 %). Někteří respondenti odpověděli, že cestuje s přáteli (26 %). Nejméně respondentů cestuje sám/ sama (3 %) a s obchodními partnery (1 %).

3. Navštívil/a jste někdy oblast Středního Posázaví?

Graf 3: Návštěvnost Středního Posázaví.

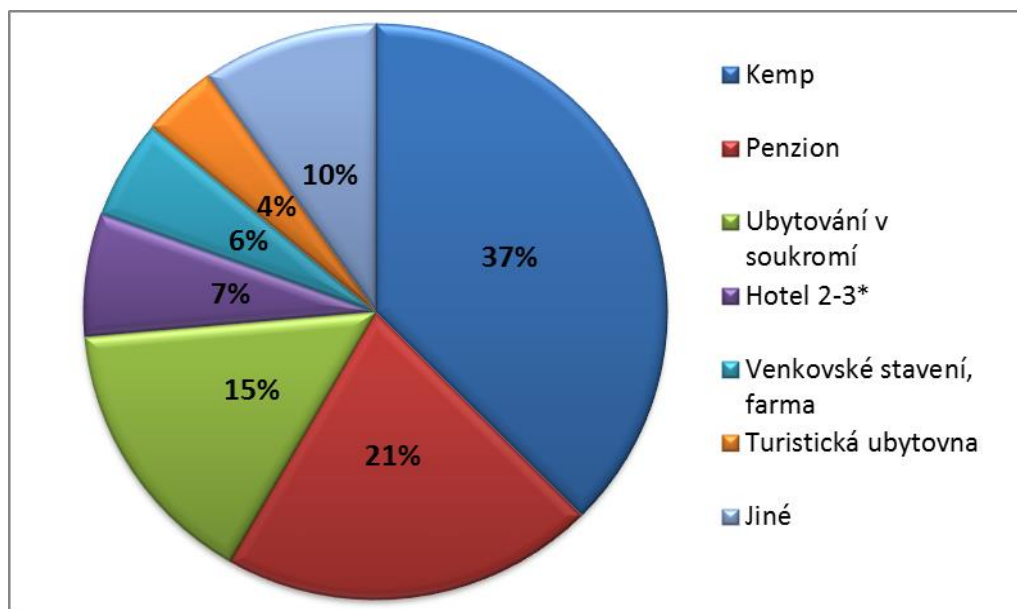


Zdroj: Vlastní zpracování.

Graf 3 zobrazuje odpověď respondentů, zda navštívili vybranou oblast Středního Posázaví. Kladně odpovědělo (27 %) a negativně (73 %).

4. Jaké ubytovací zařízení jste v této oblasti využil/a?

Graf 4: Návštěvnost ubytovacích zařízení v oblasti.

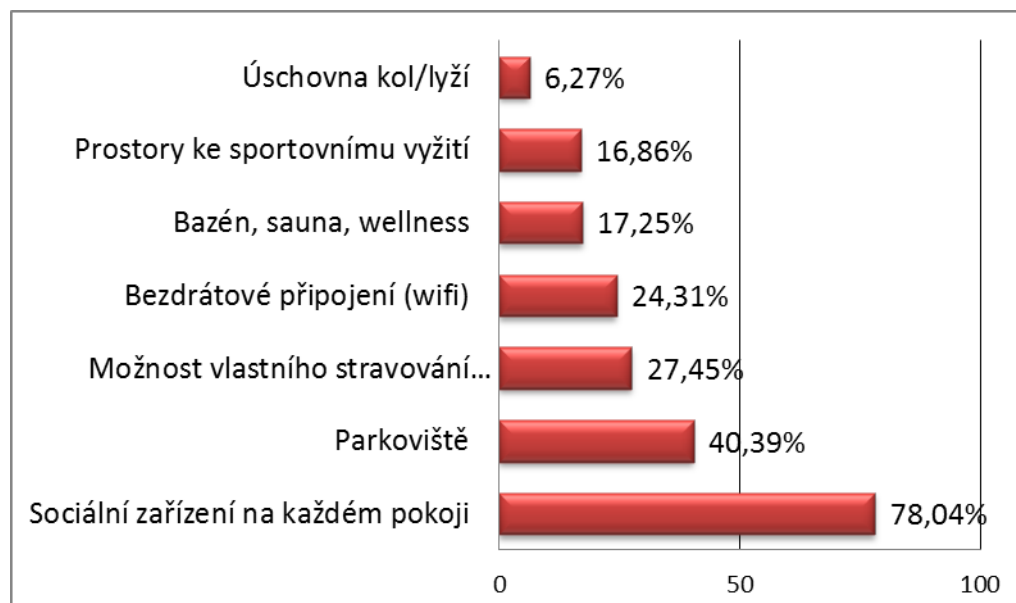


Zdroj: Vlastní zpracování.

Tato otázka byla určena pouze respondentům, kteří v předchozí otázce odpověděli ANO. Odpovídalo na ní tedy 70 respondentů (27 % z celkového počtu dotazovaných). Tato otázka měla za účel zjistit, jaké ubytovací kapacity respondenti využili v oblasti. Z grafu 4 vyplývá, že nejnavštěvovanější ubytovací kapacita je kemp (37 %) a penzion (21 %). Ubytování v soukromí využilo (15 %) respondentů. Sedm respondentů zvolilo odpověď „jiné“, kde byli odpovědi, jako například ubytování u příbuzných, ubytování „pod širákem“ či žádné. Nejméně častý typ ubytování byly hotely 2-3* (7 %), venkovské stavení (6 %) a turistické ubytovny (4 %).

5. Které služby musí ubytovací zařízení splňovat, abyste ho navštívili/a?

Graf 5: Co musí splňovat ubytovací zařízení.



Zdroj: Vlastní zpracování.

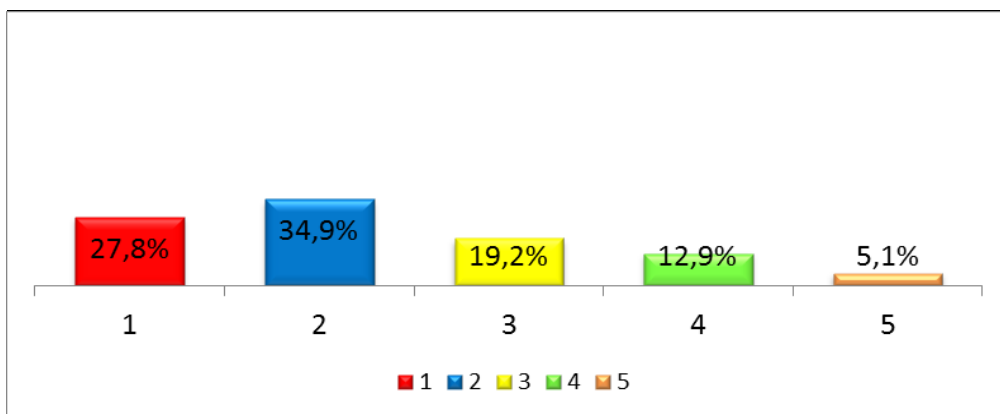
Respondenti měli možnost u této otázky odpovědět minimálně 1 a maximálně 3 odpovědi. Z grafu 5 vyplývá, že respondenti kladou největší důraz na sociální zařízení na každém pokoji (78,04 %). Druhou nejčastější odpovědí bylo parkoviště (40,39 %). Ostatní odpovědi jsou seřazeny: možnost vlastního stravování (27,45 %), bezdrátové připojení (24,31 %), bazén, sauna, wellness (17,25 %), prostory ke sportovnímu vyžití (16,86 %). Nejméně respondentů odpovídali úschova kol/lyží (6,27 %).

6. Jakou váhu přikládáte jednotlivým složkám stravovacích služeb?

Tato otázka měla pět podotázek, které měli respondenti ohodnotit „jako ve škole“ tedy na škále od 1 do 5, kdy 1 nejdůležitější a 5 nejméně důležitá. Pro přehlednost jsem pro každou podotázku vytvořila samostatný graf, kde jsou ukázány známky, které zvolili respondenti nejčastěji. V grafu 6. respondenti hodnotili důležitost atmosféry/ prostředí. Nejčastější známka byla 2 (34,9 %). Graf 7. ukazuje důležitost čistoty a hygieny pro respondenty. Zde byla nejčastěji známka 1 (63,1 %). Význam obsluhy/ personálu pro respondenta byl nejčastěji hodnocen známkou 2 (36,9 %) jak můžete vidět na grafu 8. V souvislosti s kvalitou pokrmu je patrné z grafu 9, že respondenti volí známku 1 (48,2 %). Poslední podotázka byla zaměřena na pestrost nabídky. Z grafu 10 vyplývá, že respondenti volili nejčastěji známku 2 (34,1 %).

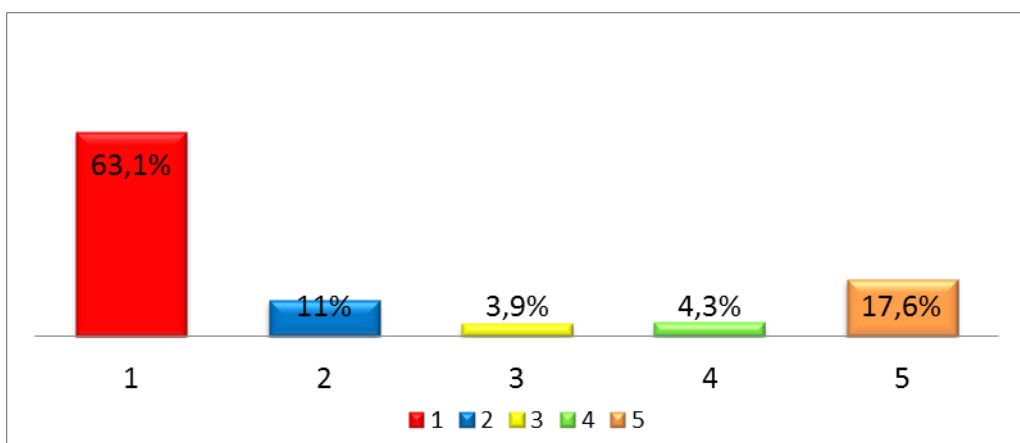
Celkové hodnocení této otázky je, že nejlépe hodnocená složka stravovacích služeb byla čistota/hygiena, jejíž průměrná známka byla 2,024. Nejmenší váhu přikládají respondenti pestrosti nabídky (průměrná známka 2,678).

Graf 6: Atmosféra/Prostředí.



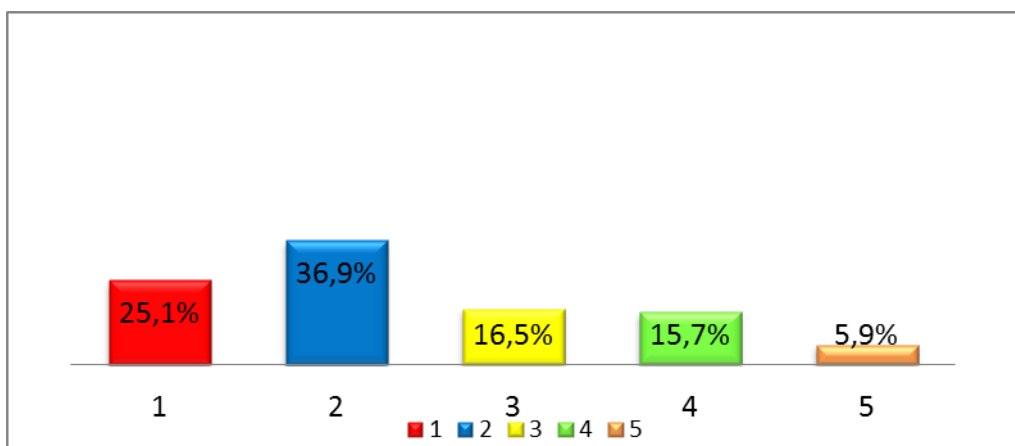
Zdroj: Vlastní zpracování.

Graf 7: Čistota a hygiena.



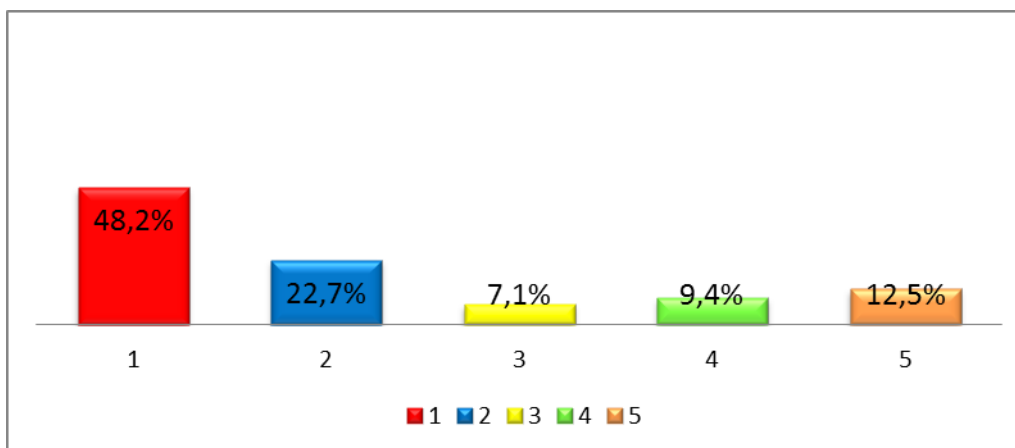
Zdroj: Vlastní zpracování.

Graf 8: Obsluha/ profesionalita.



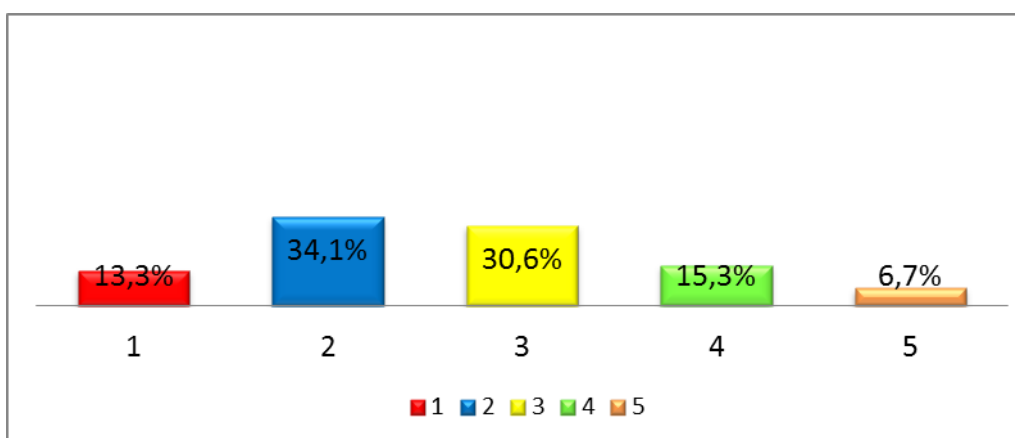
Zdroj: Vlastní zpracování.

Graf 9: Kvalita pokrmu.



Zdroj: Vlastní zpracování.

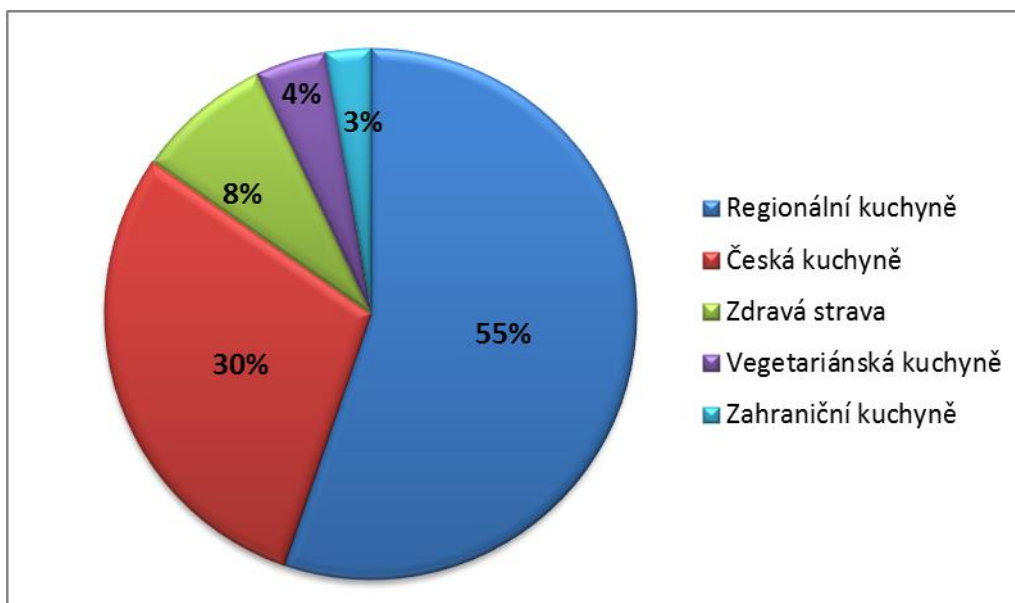
Graf 10: Pestrost nabídky.



Zdroj: Vlastní zpracování.

7. Jakou stravu byste upřednostnil/a při návštěvě venkovského penzionu?

Graf 11: Strava při návštěvě venkovského penzionu.

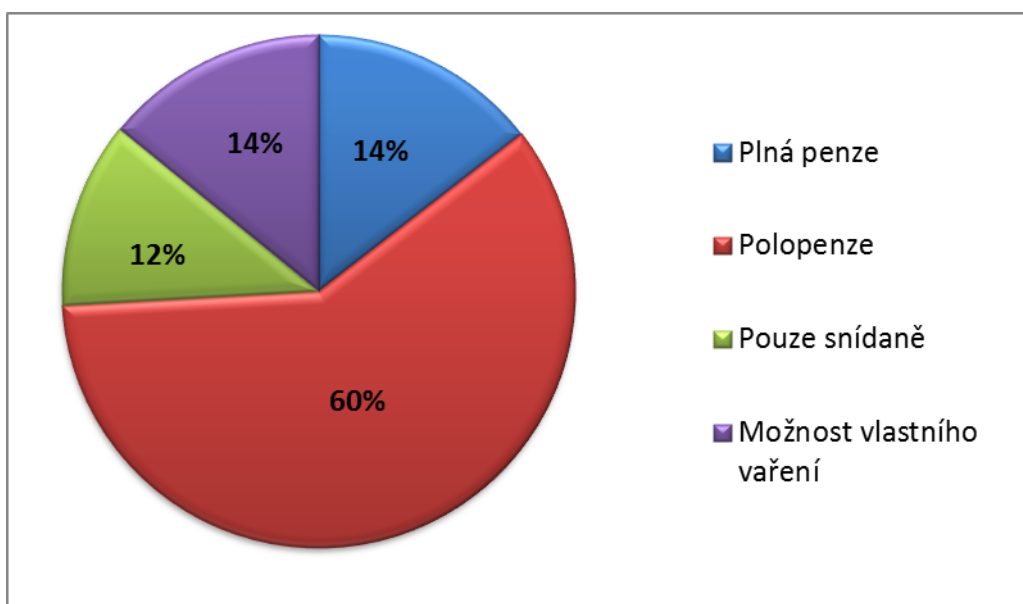


Zdroj: Vlastní zpracování.

Graf 11 ukazuje, že respondenti při návštěvě venkovského penzionu očekávají regionální kuchyni (55 %) či českou kuchyni (33 %). Nejméně očekávanými jsou zdravá kuchyně (8 %), vegetariánská kuchyně (4 %) a zahraniční kuchyně (3 %).

8. Jakou formu stravování upřednostňujete?

Graf 12: Jakou formu stravování upřednostňujete.



Zdroj: Vlastní zpracování

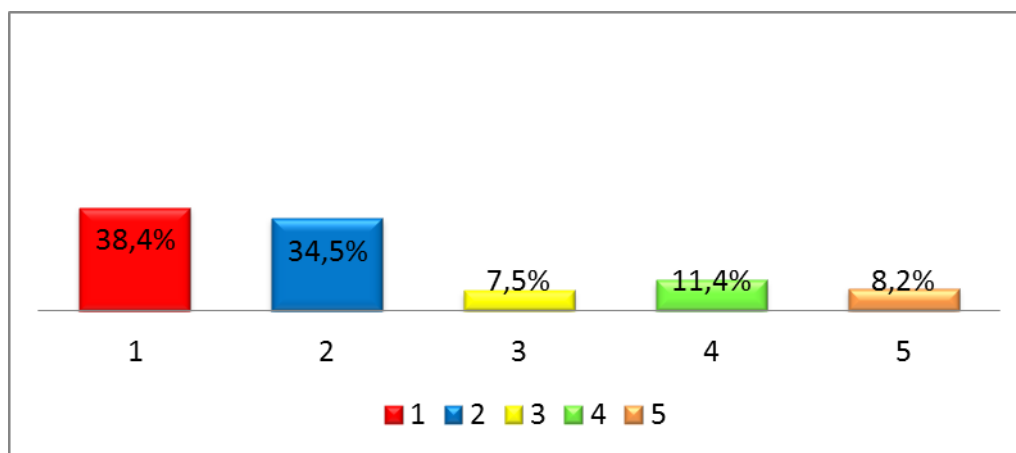
Z grafu 12 je zřejmé, že respondenti volí formu stravování polo penze (60 %). Srovnatelně má plná penze (14 %) a vlastní vaření (14 %). Nepárně méně má pouze snídaně (12 %).

9. Jakou váhu přikládáte k jednotlivým složkám ubytovacího zařízení?

Tato otázka měla pět podotázek, které měli respondenti ohodnotit „jako ve škole“ tedy na škále od 1 do 5, kdy 1 nejdůležitější a 5 nejméně důležitá. Pro přehlednost jsem pro každou podotázku vytvořila samostatný graf, kde jsou ukázány známky, které zvolili respondenti nejčastěji. Z grafu 13 lze vidět, že atmosféru/prostředí v ubytovacím zařízení respondenti nejčastěji hodnotí známkou 1 (38,4 %). Vybavenosti ubytovacího zařízení přikládají respondenti nejčastěji známkou 2 (36,9 %), což můžete nalézt v grafu 14. V grafu 15 je patrné, že respondenti modernosti ubytovacího zařízení dávají nejčastěji známkou 3 (46,3 %). Další podotázka se zaměřovala na velikost pokojů. Graf 16 ukazuje, že dotazovaní nejčastěji volili známkou 1 (51,4 %). Poslední podotázka byla zaměřena na kvalitu sociálního zařízení. Zde byla nejčastěji volená známkou 1 (51,4 %), jak je vidět v grafu 17.

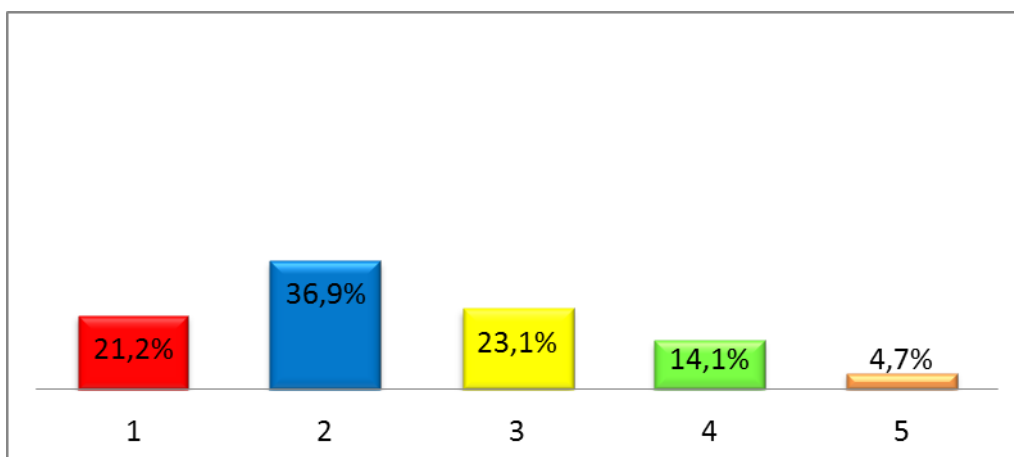
Celkově největší důraz kladou respondenti na kvalitu sociálních zařízení (průměrná známka 2,1). Naopak nejmenší váhu přikládají modernosti ubytovacího zařízení (průměrná známka 2,8) a velikosti pokojů (průměrná známka 2,8).

Graf 13: Atmosféra/prostředí.



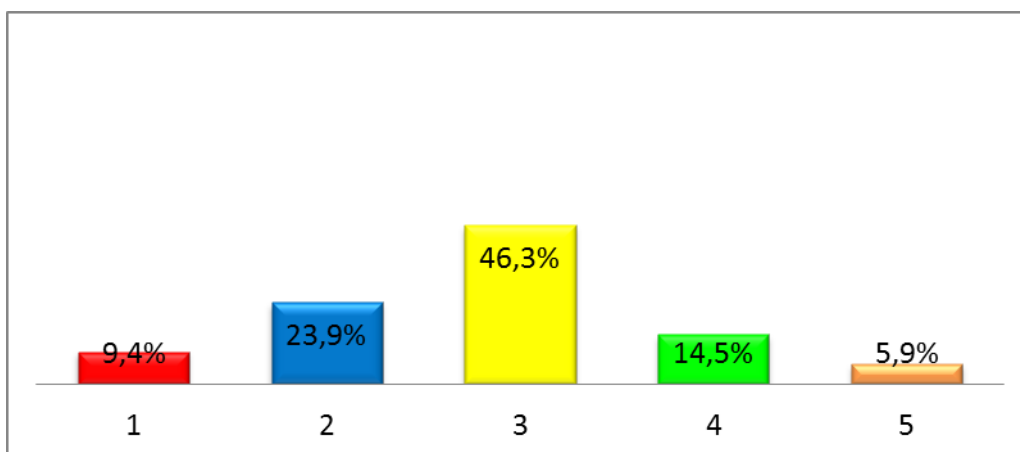
Zdroj: Vlastní zpracování.

Graf 14: Vybavenost ubytovacího zařízení.



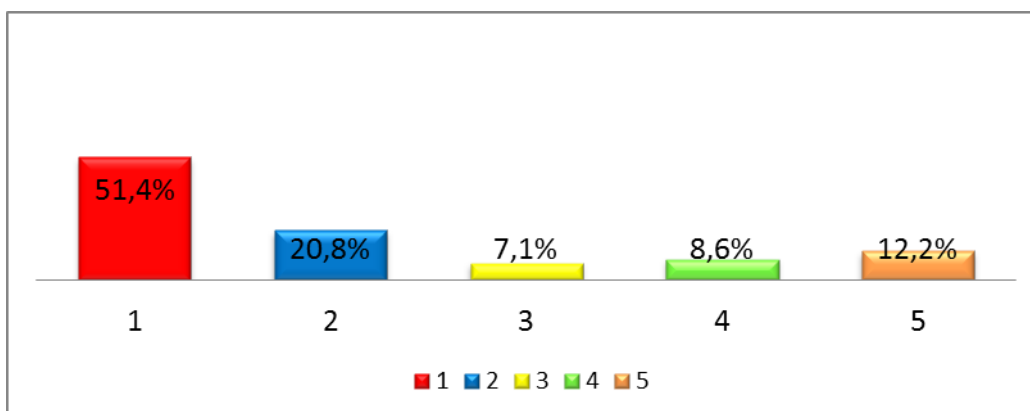
Zdroj: Vlastní zpracování.

Graf 15: Modernost ubytovacího zařízení.



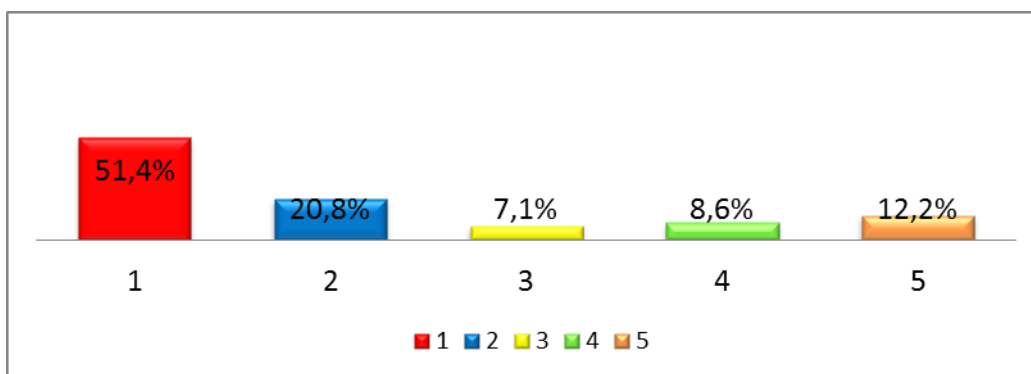
Zdroj: Vlastní zpracování.

Graf 16: Velikost pokoje.



Zdroj: Vlastní zpracování.

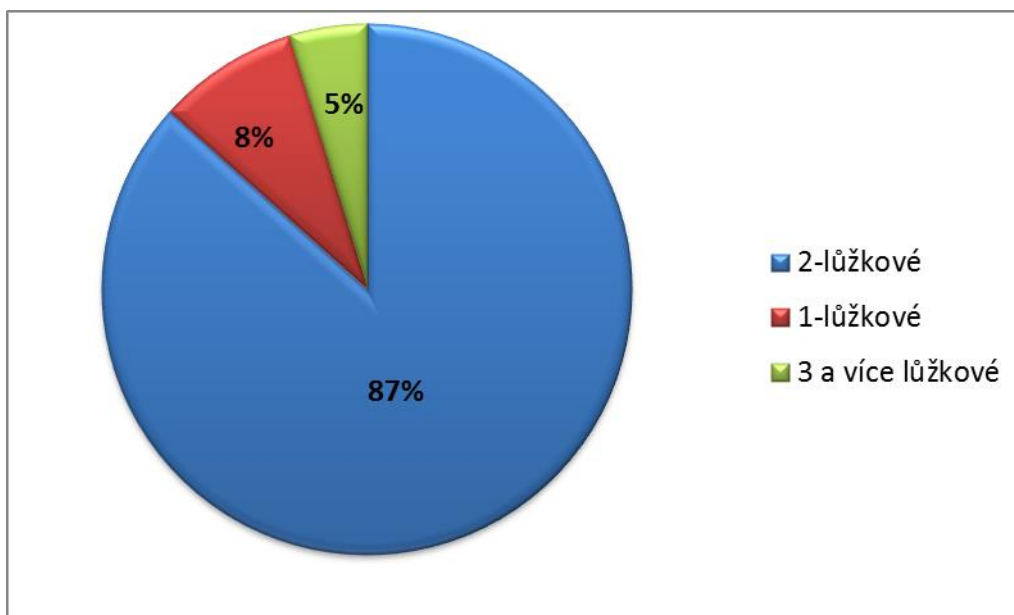
Graf 17: Kvalita sociálního zařízení.



Zdroj: Vlastní zpracování.

10. Kolika lůžkové pokoje preferujete?

Graf 18: Kolika lůžkové pokoje preferujete.

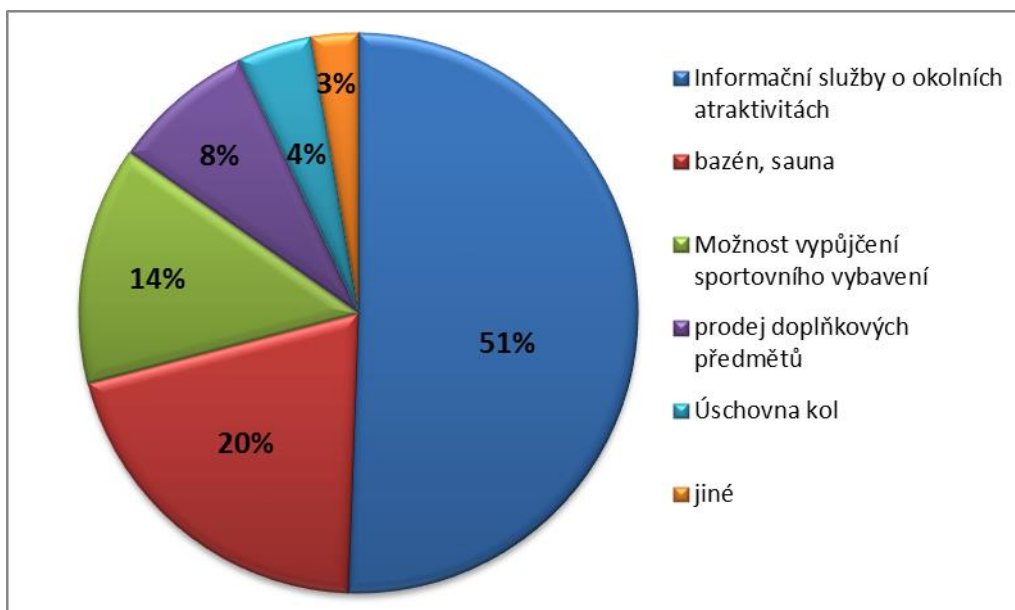


Zdroj: Vlastní zpracování.

Z grafu 18 vyplývá, že respondenti volí nejčastěji 2 – lůžkový pokoj (87 %). Nepatrná část respondentů zodpověděla, že volí 1-lůžkový pokoj (8 %) či 3 a více lůžkový pokoj (5 %).

11. Jaké doplňkové služby by měl penzion nabízet?

Graf 19: Doplňkové služby penzionu.

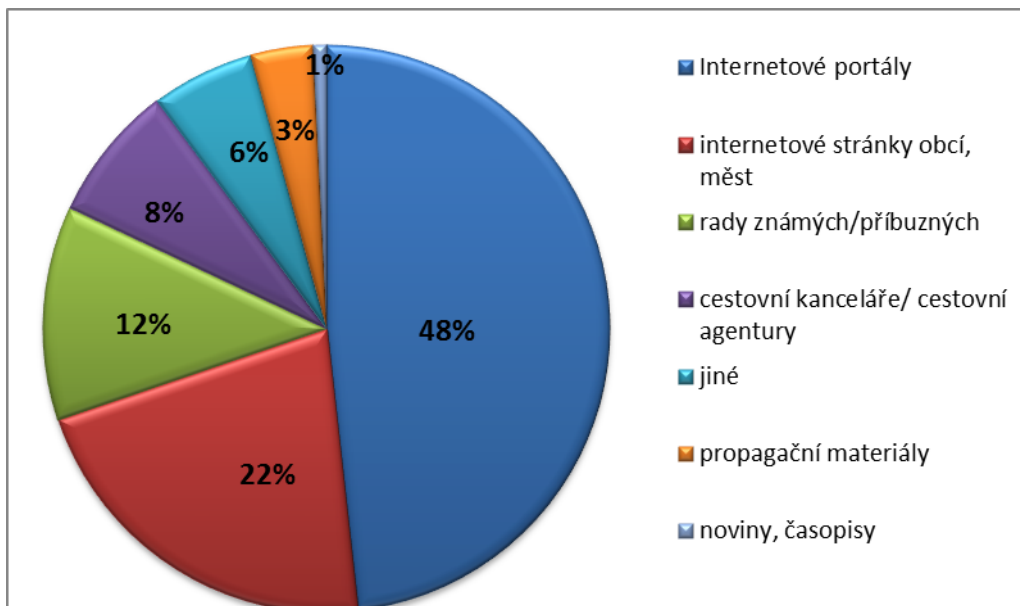


Zdroj: Vlastní zpracování.

V následujícím grafu 19 lze vyčíst, že respondenti mezi důležité doplňkové služby v penzionu řadí informační služby o okolních atrakcích (51 %), možnost využití bazénu, sauny (20 %) či možnost vypůjčení sportovního vybavení (14 %). Méně důležité doplňkové služby jsou prodej doplňkových předmětů (8 %), úschovna kol (4 %) a jiné (3 %).

12. Jaké informační zdroje využíváte při hledání dovolené?

Graf 20: Jaké informační zdroje využíváte při hledání dovolené.

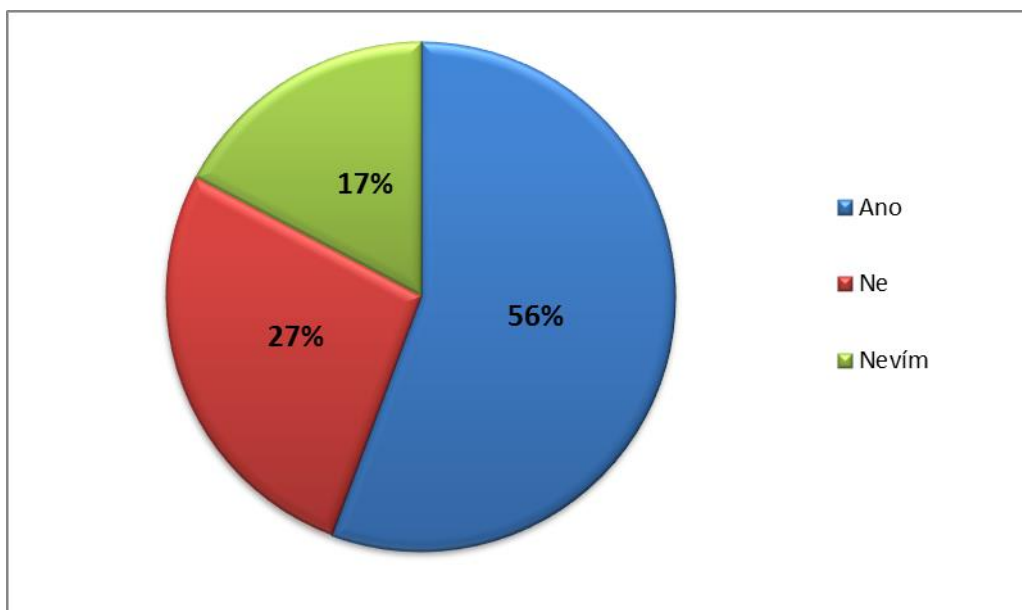


Zdroj: Vlastní zpracování.

Z grafu 20 vyplývá, že respondenti získávají informace převážně z internetu, což ale může být způsobeno tím kde je dotazník prezentován. Největší zastoupení mají internetové portály (48 %) a internetové stránky obcí, měst (22 %). Velmi malé množství dotazovaných získává informace o dovolené z propagačních materiálů (3 %) a novin a časopisů (1 %).

13. Byli byste ochotni zaplatit 400 Kč za osobu/noc?

Graf 21: Ochota zaplatit.

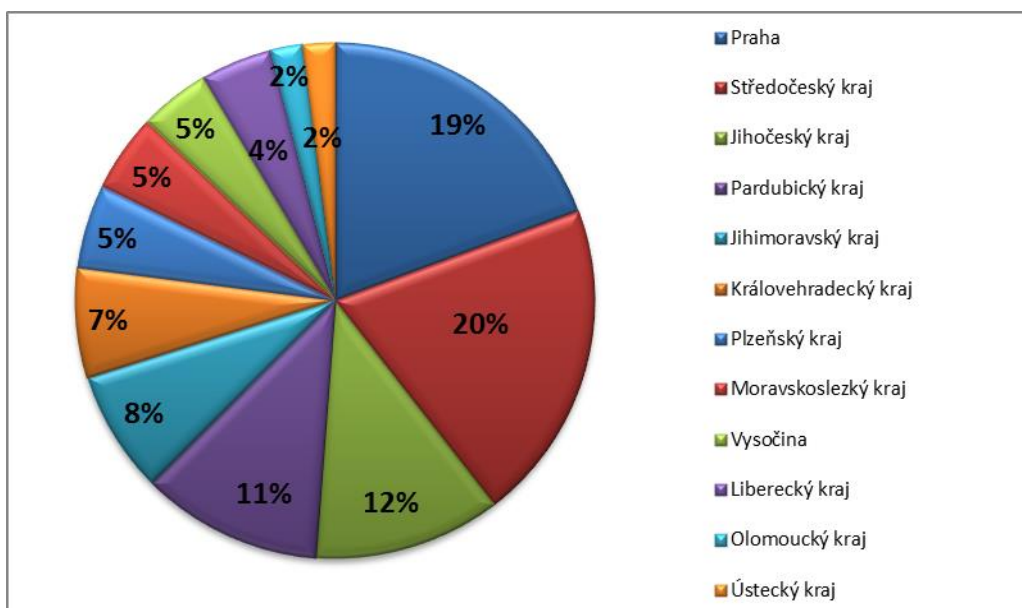


Zdroj: Vlastní zpracování.

V grafu 21 lze vidět, ochotu zaplatit stanovenou částku zvolilo (56 %). Velké zastoupení má odpověď „nevím“ (27 %), což může být způsobeno špatně formulovanou otázkou – respondent nevím přesně za jaké služby by zaplatil tuto částku.

14. Identifikační údaje.

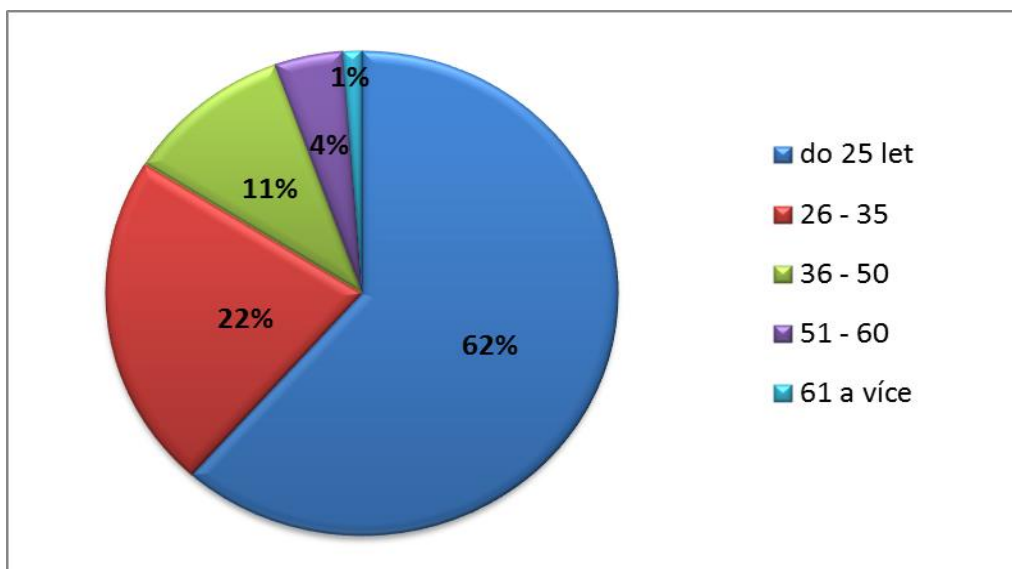
Graf 22: Trvalé bydliště.



Zdroj: Vlastní zpracování.

Graf. 22 ukazuje, že díky vyvěšení dotazníku přes internetový portál jsou zde zastoupeny téměř všech kraje. Chybí pouze Zlínský kraj a Karlovarský kraj. Největší zastoupení dotazovaných je ze Středočeského kraje (20 %) a Prahy (19 %).

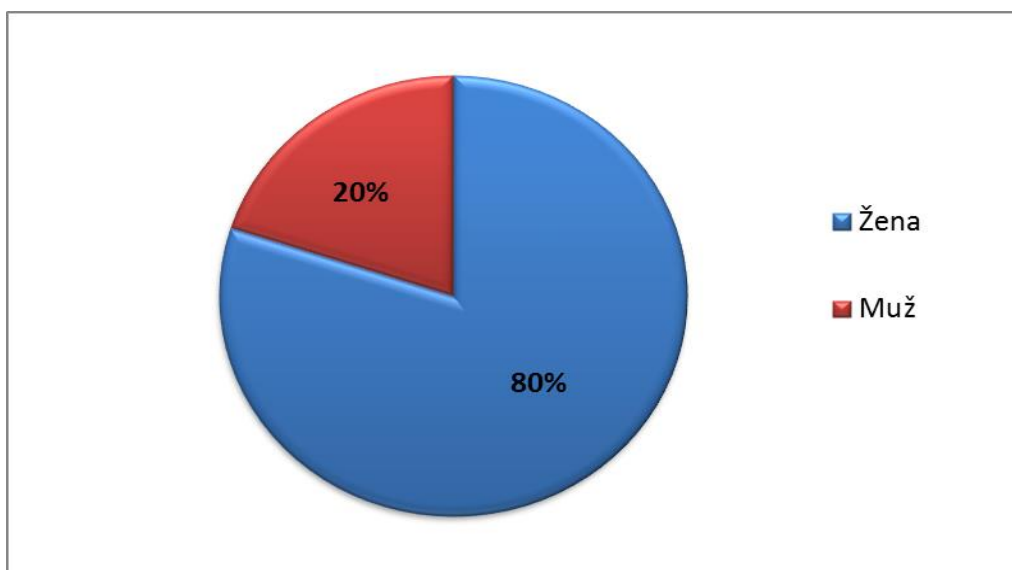
Graf 23: Věk.



Zdroj: Vlastní zpracování.

Z grafu 23 lze odvodit, že věková struktura respondentů se nejčastěji pohybuje ve věku do 25 let (62 %) a 26 – 35 let (22 %). Což může být způsobeno zvolením prezentace dotazníku pomocí internetového portálu. Velmi malou měrou je zde zastoupena skupina respondentů ve věku 61 a více (1 %).

Graf 24: Pohlaví.



Zdroj: Vlastní zpracování.

Graf 24 prezentuje zastoupení žen a mužů v dotazníkovém šetření. Je patrné, že převažují ženy (80 %) nad muži (20 %).

Shrnutí výzkumu

Ze získaných informací jsem zjistila, že oslovení respondenti bez ohledu na věk či lokalitu měli povědomí o mikroregionu Uhlířskojanovicko a Střední posázaví. Jednou z důležitých informací vyplývajících z dotazníkového šetření bylo, že oblast mikroregionu nejen znají ale i ve vybrané oblasti navštěvují převážně penziony.

Pro tento region je typická romantická řeka Sázava, která je známa vodní turistikou. Mezi nejčastější aktivity, které v této oblasti lze uskutečňovat jsou pěší turistika, cykloturistika či poznávání krajiny a kultury. Můj výzkum potvrdil, že lidé preferují dovolenou, která je zaměřená na odpočinek, poznávání a turistiku. Zároveň jsem zjistila, že nejraději lidé tráví dovolenou ve dvou či s rodinou a přáteli. Což mi potvrdila i otázka na preferenci pokoje, kde nejčastější odpověď byla dvoulůžkový pokoj. Ubytovací zařízení dle dotázaných respondentů musí splňovat určité parametry, jako jsou: sociální zařízení na pokoji, oplocené parkoviště nebo prostory pro vlastního stravování. Respondenti volili nejčastější druh stravování polo penze. Tuto odpověď lze spojovat s tím, že většina respondentů zvolila typ dovolené aktivní a zároveň upřednostňují určité vlastní stravování. Dalším důležitým aspektem pro výběr dovolené jsou doplňkové služby, jako například informace o aktivním trávení volného času v okolí nebo půjčovna sportovního vybavení. Dalšími žádanými aktivitami dotazovaných respondentů jsou bazén a sauna.

Můj výzkum ukázal, že potenciální návštěvníci hledají informace o ubytovacích službách převážně na internetových portálech např. CzechTurism, kudy z nudy aj. Tato skutečnost byla ovlivněna formou dotazování a zvoleného média. I přes mé obavy o návratnosti a množství získaných dat, nebyly v dotazníku zastoupeny pouze dva kraje.

Ve svém výzkumu jsem si položila otázku, co by mělo ubytovací zařízení splňovat, aby ho zákazníci navštívili. Výsledky výzkumu jsem využila jako podklad pro řízené rozhovory s majiteli ubytovacích zařízení, kterým se věnuji v kapitole 5.2.

5.2 Řízený rozhovor

Součástí analýzy požadavků na venkovské ubytovací zařízení bylo nejen dotazníkové šetření, ale i řízený rozhovor. V lednu 2015 jsem navštívila majitele Hostince u Janatů s ubytováním manžele Janatovi, s kterými jsem měla předem domluvenou schůzku. Sešli jsme se v příjemném prostředí jejich restaurace v dopoledních hodinách z důvodu menší frekvence lidí. Součástí řízeného rozhovor byli otevřené otázky⁶, které byly vytvořeny z výsledků dotazníkového šetření. Celý rozhovor probíhal v přátelské atmosféře. Otázky jsme přirozeně vkládala do našeho rozhovoru.

1. Co Vás vedlo k obnovení tohoto ubytovacího zařízení?

Hlavní důvod byl obnovení rodinné tradice.

2. Kolik lidí zhruba navštíví ročně toto zařízení?

Nevedeme si žádné statistiky, ale ročně se zde ubytuje zhruba 300 osob. Je to ovlivněno tím, že podnik funguje teprve 3 roky. Každým rokem se počet návštěvníků zvyšuje. Co se týká návštěvnosti restaurace v letních měsících je to zhruba 300 osob týdně, ale v zimních měsících je to pochopitelně menší.

3. Ubytováváte spíše českou klientelu či i zahraniční? Jaké?

Návštěvníci jsou převážně české národnosti. Zahraniční návštěvníci nenavštěvují penzion v takové míře, ale občas jsou zde ubytováni Slováci, Poláci či Holanďané.

4. Jaký typ zákazníka nejčastěji využívá vaše ubytovací služby?

Všechny typy, ale nejčastějšími návštěvníky jsou rodiny s dětmi a partnerské dvojice.

5. Nejčastější délka pobytu? A typ pokoje?

Nejčastěji víkendové pobyty nebo prodloužené víkendové pobyty. Většinou 2 lůžkové pokoje.

⁶ Otevřené otázky – Otevřené otázky slouží k udělení možnosti respondentovi k vyjádření svého vlastního názoru svými slovy. Mezi výhody otevřených otázek patří podněcování respondent k zamyšlení, umožňují získat věrohodnější odpověď a zároveň napomáhají k získání lepšího kontaktu s respondentem. Nevýhodou otevřených otázek může být kvalita získaných informací, která je ovlivněna verbálními schopnostmi respondent a volnost odpovědí komplikuje zpracovávání získaných informací a jejich následnou interpretaci.

6. Je penzion ovlivnění sezónností či nikoliv?

Určitě. V zimních měsících ubytováváme převážně zaměstnance různých firem, kteří pracují v okolí a pořádají několik školení.

7. Za jaký účelem převážně navštěvují tuto lokalitu?

Nejčastější důvodem návštěvy tohoto kraje je příroda - pěší turistika, cykloturistika.

8. Je možnost nějak ohodnotit spokojenost v Vašimi službami? Například kniha stížností.

Nemáme. Hosté sdělují samy své dojmy. Kniha stížností není potřebná.

9. Jaký dopravní prostředek nejčastěji využívají Vaši hosté k dopravě do Vašeho ubyt. zařízení ?

Většina návštěvníků používá k přepravě automobil. Autobusové spojení v této lokalitě není dobré.

10. Jaké služby nabízíte? (ubytovací, stravovací a doplňkové)

V rámci ubytování máme k dispozici 19 lůžek, přičemž 1x 1lůžkové, 4x 2lůžkové, 2x 3lůžkové, 1x 4lůžkové pokoje. V ubytovací části se nachází společenská místnost a plně vybavená kuchyň. V stravovací části zařízení je restaurace, kde poskytujeme snídaně, obědy a večeře. Mezi nejčastější doplňkové služby lze zahrnout poskytování informací o této lokalitě, jejích atraktivitách, otevírací hodiny hradů a hlavně pak o popisu cesty. Z toho důvodu v restauraci jsou k dispozici letáky, o nejžádanějších atraktivitách.

11. Vyhledávali zákazníci nějaké specifické služby?

Do současné doby žádné specifické služby zákazníci nevyhledávali.

12. Máte v nabídce regionální pokrmy či pokrmy české kuchyně?

V jídelním lístku jsou pouze pokrmy české kuchyně.

13. Jaký druh stravování je zde nejčastější (plná penze, polopenze, pouze snídaně či bez stravování)?

Je to velmi rozdílné, ale polopenze je zřejmě nejčastější.

14. Jsou u Vás pokrmy, které patří mezi nejčastěji žádané?

Jsou to klasické české pokrmy, jako králík, kachna či svíčková.

15. Máte nějak oddělený prostor pro nekuřáky a kuřáky?

Všechny prostory penzionu a restaurace jsou nekuřácké. Kouřit se smí pouze na terase.

16. Nabízíte nějaké balíčky služeb? (romantické víkendy, pobyt s romantickou večeří...)

Slevové balíčky nenabízíme. Z důvodu stanovení relativně nízkých cen za ubytování. Při nabízení tohoto typu služeb se cena snižuje na minimum, což způsobí, že služby se pak neposkytují v takovém kvalitě.

17. Ve výzkumu jsem zjistila, potencionální poptávku po službách bazénu, sauny, prostory pro úschovnu kol. Byli byste ochotni zrealizovat tento návrh, bylo by to reálné?

Prostory na úschovu kol byly v nedávné době dokončeny. S výstavbou bazénu počítáme do 5 let. V současné době zjišťujeme informace potřebné k realizaci tohoto projektu.

18. Vyhledával již tyto služby někdo konkrétně ve vašem ubytovacím zařízení?

Ano. Je to hlavně z toho důvodu, že v Čestíně ani v jeho okolí se nenachází žádné koupaliště či plovárna, takže zákazníkům tato služba chybí.

19. Jaká informační zdroje používáte pro propagaci?

K propagaci používáme převážně internet. Provozujeme vlastní internetové stránky, dále jsme zaregistrováni na webových portálech hotely.cz, penziony.cz a pocechach.cz.

20. Máte do budoucna nějaké inovační plány?

Současnou prioritou je výstavba bazénu a vytvoření dětského hřiště. Mezi dalšími cíli je dovybavení prostorů pro školení a také herní místnosti (kulečník, šipky, kuželky).

5.3 Syntéza získaných údajů

V literárním přehledu jsem uvedla, že venkovský cestovní ruch jakožto součást cestovního ruchu, je specifický a to především v trávení volného času v úzkém spojení s přírodou. V teoretické části jsem zároveň vymezila služby, které jsou nezbytné k vytváření venkovského cestovního ruchu. Na základě analýzy zkoumané oblasti jsem zjistila, že mnou vybraná oblast je vhodná k realizaci venkovského cestovního ruchu.

Z dotazníkového šetření, které jsem provedla, mi vyplynulo, že lidé preferují dovolenou, která je zaměřená na odpočinek, poznávání přírody a turistiku. Obec Čestín, která je obklopena přírodou, tyto aktivity nabízí. Jsou zde zastoupeny cyklistický a turistický stezky, možnost poznávání přírody, houbaření, rybaření či jiné aktivity. Rozho-

vor s majiteli mnou vybraného ubytovacího zařízení mi potvrdil mé domněnky, že je poznání, turistika a aktivní odpočinek jeden z hlavních důvodů pro návštěvu této lokality.

Specifika ubytovacích zařízení jsem popsala v literárním přehledu. V dotazníkovém šetření měli respondenti možnost vybrat nejdůležitější prvky, které v ubytovacím zařízení nesmějí chybět. Dle respondentů musí ubytovací zařízení splňovat podmínky, které jsou blíže specifikovány v grafu č.5. V tomto ohledu má Hostinec U Janatu s ubytováním velkou výhodu z důvodu rekonstrukce celého objektu, která proběhla před 3 lety. Vybavenost tohoto ubytovacího zařízení splňuje všechny podmínky, které uvedli respondenti v dotazníkovém šetření a zároveň všechny legislativní normy dané státem.

Významný problém obce Čestín je veřejná dopravní dostupnost, která je mírně omezena. Vlakem se do obce nedostanete a autobus jezdí omezeně. Tento aspekt je hlavním důvodem pro výběr automobilové dopravy při přemístění do vybraného ubytovacího zařízení. I dle manželů Janatových je nejčastějším přepravním prostředkem automobil. Přepravu automobilem upřednostňují i dotazovaní respondenti. S výběrem osobní automobilové dopravy je spojen problém s prostorem na parkování. Dle majitelů s místem na parkování není problém, protože mají k dispozici 15 – 20 parkovacích míst. V případě velkého počtu automobilů je naproti podniku obecní parkoviště, kde je možno bezplatně zaparkovat přibližně 20 automobilů.

Ve zkoumané oblasti se nachází mnoho konkurenčních podniků, které nabízejí podobné ubytovací a stravovací služby. V rámci stravovacích služeb je velká poptávka po pokrmech české a regionální kuchyně. V tomto směru chybí v Hostinci U Janatu, ale i v jiných zkoumaných zařízeních, nabídka regionálních pokrmů či nabídka pokrmů z biopotravin. Ubytovací služby nabízené Hostincem U Janatu patří v této lokalitě mezi cenově nižší. Je zde ale problém, že cena zahrnuje pouze ubytování. V případě polopenze či jiného typu stravování si hosté musí každý pokrm hradit zvlášť.

Z dotazníkového šetření jednoznačně vyplývá poptávka po službách typu bazén, sauna či wellness. Dle názoru manželů Janatových je vybudování bazénu jeden z důležitých kroků. Nejbližší koupaliště nebo veřejná plovárna se nachází přibližně 25 km od Čestína. Jedná se podle nich o finančně nákladnou investici, ale s jistým návratem.

Nejčastěji využívaným zdrojem informací o zařízeních získávají dotazování respondenti z internetových portálů, které využívá i Hostinec U Janatu. Důležitým zdrojem informací v rámci mikroregionu je spolupráce s informačními centry nebo cestovními kanceláři, která je zde úplně minimální nebo spíše žádná.

6 Návrhy a opatření

Tato kapitola se zaměřuje na návrhy a opatření, které vyplynuli z dotazníkového šetření a řízeného rozhovoru s manželi Janatovými. Návrhy a opatření mají pouze doporučující charakter a při jejich realizaci ve vybraném ubytovacím zařízení by mohli vést ke zvýšení atraktivnosti a konkurenceschopnosti ve zkoumané oblasti.

6.1 Výstavba dětského hřiště

Z dotazníkového šetření vyplývá, že na cestovním ruchu se významně podílejí rodiny s dětmi. Tento fakt potvrdili i majitelé vybraného ubytovacího zařízení. Prostory ubytovacího zařízení nabízejí rozsáhlou, oplocenou zahradu, kde by bylo vhodné realizovat výstavbu malého dětského hřiště. Součástí dětského hřiště by byla sestava dřevěných houpacích a prolézacích prvků, pískoviště a trampolína. Dětské hřiště by splňovalo všechny potřebné bezpečnostní předpisy a jeho využití by bylo možné pouze pod dohledem dospělé osoby.

Dřevěné prvky, které jsou použity v návrhu, budou vyrobeny na zakázku od místní truhlářské firmy Lesoservis. Tyto výrobky podléhají certifikaci pro používání na veřejném prostranství dle ČNS 1176: pro mateřské a základní školy, restaurace, parky, atd. Všechny dřevěné prvky budou vyrobeny z kvalitního dřeva a ošetřeny proti trhlínám ve dřevě či nebezpečí třísek. Montáž zajistí výrobce s pomocí provozovatele (Lesoservis: výrobky, 2014).

Celkovou kalkulaci budou tvořit náklady na nákup dřevěných prvků, jako jsou houpací a prolézací sestava, pískoviště a nákup trampolíny. Náklady budou zahrnovat i dopravu a montáž. Přehled celkových nákladů zobrazuje tabulka 4. Celková investice do výstavby dětského hřiště dle předběžné kalkulace by měla činit 32 829,- Kč.

Tabulka 4: Celkové náklady.

Dřevěné prvky	Cena s DPH
Houpačka STŘEDNÍ - se skluzavkou	18 755,- Kč
Pískoviště	6 824,- Kč
Doplňky	Cena s DPH
Trampolína JUMPINE PRO 400cm	7 000,- Kč
Písek do pískoviště	250,- Kč
CELKEM	32 829,- Kč

Zdroj: Vlastní zpracování dle ceníků: lesoservise.cz, svet-trampolin.cz, pisek-beton.cz

Tato investice přinese podniku nový rozměr. Doposud se v prostorách ubytovacího zařízení nenacházelo žádné zázemí pro děti. Při pohledu na návratnost této investice je třeba říci, že výstavba bude sloužit nejen ubytovaným návštěvníkům, ale i návštěvníkům restaurace. Jedním z dalších aspektů je flexibilita této výstavby. Jedná se totiž o atraktivitu pro děti od 3 až 15 let. V neposlední řadě nelze opomenout reklamu, která by měla spočívat v referencích potencionálních zákazníků o ubytovacím zařízení a jeho službách v tomto případě otevřenosti k dětskému segmentu.

6.2 Výstavba bazénu

Na základě odpovědí respondentů je jednou z nepostradatelných součástí ubytovacího zařízení bazén, sauna či wellness. Po diskuzi s majiteli vybraného podniku na téma výstavby nekrytého bazénu bylo zjištěno, že o tomto projektu již uvažují. Jedná se ale o velmi finančně náročnou investici, a proto je důležité důkladně celý plán výstavby prokonzultovat s odborníky. V současné době je tato investice v podniku plánována v řádu 5 let, přičemž celkové náklady by měli činit maximálně 250 000,- Kč.

Na základě těchto informací jsem provedla analýzu nabídek pomoci internetových stránek nejvýznamnějších dodavatelů bazénu. Částka, kterou jsou majitelé ochotni do výstavby nekrytého bazénu vložit je v praxi zcela běžná.

Výstavba nekrytého bazénu bude situována na přední část zahrady, kde je příhodné klima. Prostředí okolo bazénu bude přizpůsobeno k realizaci volnočasových aktivit a budou zde i lehátka na opalování. Bazén bude uzpůsoben k využívání jak pro dospělé tak i pro dětské návštěvníky. Bezpečnost při koupání si bude zajišťovat každý návštěvník sám a v případě dětí bude vstup omezen pouze s rodiči.

Při pohledu na návratnost této investice lze v současné době říci, že v okolí vybraného ubytovacího zařízení se nenachází žádné zařízení, které by poskytovalo tyto služby. Nejbližší zařízení typu veřejné koupaliště, plovárna nebo krytý bazén se nachází ve větších městech, jako například Kutná Hora, Kolín či Vlašim. Proto se jedná o investici, u které lze počítat s návratností v několika letech. Podniku to přinese nejen zatraktivnění, ale hlavně výrazně lepší postavení oproti konkurenci.

6.3 Posílení pracovní síly

V současné době podnik nezaměstnává žádné zaměstnance. Celý chod zařízení zajišťují manželé Janatovi. Pan Janata má na starosti stravovací úsek a paní Janatová odbytový a ubytovací úsek. Při konání smluvených akcí jsou k dispozici ještě 2 brigádnice, které pracují na dohodu o provedení práce (dále v textu DPP). Tento typ dohody je dle názoru majitelů nejvhodnější, a to především z důvodu sezónního charakteru podnikání. Dle zákona č. 262/2006 Sb., zákoníku práce je DPP definována jako dohoda o práci mimo pracovní poměr. Jedná se o dohodu, která má stanovený rozsah hodin (300 hodin v kalendářním roce). Z tohoto typu dohody se neodvádí sociální a zdravotní pojištění, jestliže je měsíční příjem na základě DPP nižší než 10 000,-Kč. Tato dohoda musí být uzavřena písemně, jinak je neplatná. Součástí DPP je vymezení pracovního úkolu, sjednaná odměna, rozsah práce a doba, v níž je pracovní úkol proveden a doba, na kterou je dohoda uzavírána.

Tento typ dohody má pro zaměstnance i zaměstnavatele určité výhody a nevýhody. Nejvýznamnější výhodou z pohledu zaměstnavatele je neplacení za zaměstnance zdravotního a sociálního pojištění, ale pokud měsíční příjem přesáhne 10 000,- Kč, je již zaměstnavatel povinen toto pojištění platit. Podstatnou nevýhodou pro zaměstnan-

ce je, že nemá nárok na dovolenou, a pokud neodvádí zdravotní pojištění jiný zaměstnavatele nebo stát, musí si ho zaměstnanec platit sám (1080,- Kč).

V rámci postupného nárůstu návštěvníků, a s ohledem na věk majitelů, by bylo vhodné zaměstnat nejméně 1 osobu na plný pracovní úvazek. Tento druh smlouvy je výhodný pro obě strany. Zaměstnanec by mohl čerpat všechny výhody, které mu tato dohoda poskytuje – čerpání dovolené, nemocenská). Zaměstnavateli by z toho plynuly určité povinnosti – odvádět sociální a zdravotní pojištění (34 %) nebo platit dovolenou. Výraznou výhodou, kterou by majitelé měli, by byla možnost důkladného výběru zaměstnance. Tato skutečnost by mohla ovlivnit návštěvnost a spokojenost potenciálních zákazníků.

Zaměstnanec na plný pracovní úvazek by pracoval v odbytovém úseku. Náplň práce v odbytovém úseku by zahrnovala obsluhu hostů, inkasování plateb, odnos použitého nádobí (debarasování), přípravu jídelních stolů a slavnostních tabulí, servírování a vydávání pokrmů a nápojů.

6.4 Komunikace s vybranými orgány a organizacemi

Dle názoru provozovatelů podniku je komunikace s místní samosprávou minimální. Na oficiálních stránkách obce se nenachází žádné informace o možnosti ubytování či stravování. Jedním z možných řešení tohoto problému je vytvořit na stránkách obce sekci ubytování a zde prezentovat podnik. Tento krok by jistě přispěl i samotné obci z důvodu zájmu většího počtu turistů přisun finančních prostředků do obce. Dalším možným rozšířením informací o podniku je komunikace s většími městy v okolí podniku. Jako jsou například Zruč nad Sázavou, Kácov, Zbraslavice. Prezentace na oficiálních stránkách těchto měst by podniku jistě přinesla další výhody.

Další organizace, kterou nelze opomenout je MAS Lípa pro venkov z.s., jejíž snahou je podpora cestovního ruchu v regionu. Tato organizace vznikla v roce 2005 a v současné době sdružuje 72 obcí. MAS Lípa pro venkov v rámci rozvoje cestovního ruchu pořádá řadu lidových akcí, vytváří propagační a informační materiály a jinými způsoby podporuje tuto oblast.

Spolupráce vybraného ubytovacího zařízení s touto organizací by přineslo řadu výhod, jako například:

- prezentaci a propagaci v rámci ostatních obcí v organizaci a zároveň v národním a mezinárodním rozměru,

- informace o konání různých akcí a zároveň možná spolupráce při těchto akcích,
- možnost informování o aktuálních trendech a aktuálních potřebách potencionálních zákazníků.

6.5 Marketingová komunikace nových služeb

Prezentace nových služeb je jedním ze základních kroků pro zvýšení návštěvnosti ve vybraném podniku. Nejsnadnějším způsobem představení všech nových služeb jsou webové stránky Hostince U Janatu s ubytováním. Tento způsob poskytování informací potencionálním zákazníkům není pro majitele nákladný z toho důvodu, že si webové stránky vytvářejí sami. Další možností zviditelnění je využití internetových sociálních sítí, jako je například Facebook, Twitter nebo Instagram. Tato reklama by byla zaměřena převážně na mladé a aktivní lidi. V současné době jsou sociální sítě velmi oblíbené. Nejvýznamnější výhodou je, že jsou zdarma.

Dalším vhodným způsobem prezentování nových služeb je vytvoření letáků. Tyto materiály by se umístily do okolních informačních center, kde by byly rozdávány návštěvníkům. Dalším místem, kde by tyto materiály mohli být k dispozici, jsou okolní hrady. Náklady na výrobu letáku nepředstavují extrémně vysoké finanční náklady. Celková cena je odvozena od formátu, typu papíru, kvality tisku či počtu výtisků. Nejvhodnějším formátem pro prezentaci nových služeb je A5 (148x210 mm). Při využití oboustranného tisku bude na letáku dostatečný prostor na všechny důležité informace. Cena tohoto typu letáku se pohybuje od 0,50,- Kč – 5,90,- Kč (toto rozmezí je omezeno počtem odebraných letáků).

V neposlední řadě by vhodným způsobem prezentace nových služeb byl vstup do projektu Czechspecials. Jedná se o projekt Asociace hotelů a restaurací (AHR ČR) a Asociace kuchařů a cukrářů České republiky (AKC ČR). Projekt si klade za cíl zvýšení podvědomí o regionální gastronomii České republiky a vznikl s cílem podpořit restaurace, jež nabízejí tradiční českou poctivou gastronomii v moderním pojetí. Vstup do tohoto projektu by podniku zajistil prezentaci na internetových stránkách Czechspecials a zároveň prezentaci na gastronomických událostech. Certifikát se uděluje na 3 roky a poté je možná recertifikace. Certifikace v případě majitelů Hostince U Jana-

tů s ubytováním stojí 3000 Kč, protože nejsou členy AHR ČR ani AKC ČR. Podnik by po splnění všech podmínek obdržel samolepku Czech Specials, kterou by umístil na viditelné místo. Nabídka Hostinec U Janatu s ubytováním je tvořena českou kuchyní a tento certifikát by jim přinesl zvýšení konkurenceschopnosti jejich služeb.

7 Závěr

Hlavní cíl bakalářské práce byl zanalyzovat nabízené služby ve vybraném ubytovacím zařízení - Hostince U Janatů a připravit návrhy dalšího rozvoje tohoto zařízení. Dílčími cíli bylo zmapování současné nabídky konkurenčních podniků ve zkoumané oblasti mikroregionu Uhlířskojanovicko a Střední posázaví a zanalyzování celkového přehledu o nabízených službách cestovního ruchu a možnostech trávení volného času v tomto regionu.

Důležitou součástí práce bylo zjištění přání a požadavků potencionálních zákazníků na venkovské ubytovací zařízení. Pro tuto část práce byly stěžejními informace, které byli získané z primárních dat, konkrétně dotazníkové šetření a řízeného rozhovoru s majiteli vybraného ubytovacího zařízení.

Před zahájením sběru informací a jejich vyhodnocování byli stanoveny dvě hypotézy, na které v průběhu práce byly zjištěny odpovědi.

Hypotéza **H1**: „Vybraná oblast Uhlířskojanovicko a Střední posázaví patří mezi navštěvovanou turistickou oblast domácího cestovního ruchu“. Tato hypotéza se nepodařila potvrdit. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že vybranou oblast navštívilo 70 lidí, což je pouze 30 % ze všech oslovených.

Hypotéza **H2**: „Většina respondentů při stavování preferuje českou kuchyni popřípadě regionální kuchyni“. Na základě dotazníkového šetření lze tuto hypotézu potvrdit. Přibližně 85 % oslovených odpovědělo, že preferují českou nebo regionální kuchyni. Toto tvrzení bylo potvrzeno i řízenými rozhovory s majiteli vybraného podniku.

Na základě všech primárních a sekundárních dat byla provedena syntéza získaných údajů. Informace, které vyplynuli ze syntéz, tvořili hlavním podkladem pro vytvoření návrhů a opatření, které by mohly mít za následek zvýšení atraktivity a konkurenceschopnosti vybraného ubytovacího zařízení ve zkoumané oblasti. Vypracované návrhy a opatření jsou výstavba dětského hřiště, výstavba bazénu, posílení pracovní síly, komunikace s vybranými orgány a organizacemi a marketingová komunikace při nových službách. Poslední zmíněný návrh zahrnuje zkvalitnění oficiálních internetových stránek podniku, vytvoření profilu na sociální síti a vytvoření propagačních materiálů v podobě letáku.

Všechny vytvořené návrhy byly předloženy majitelům Hostince U Janatů s ubytováním. Tyto návrhy mohou majitelům pomoci zkvalitnit poskytované služby nebo rozšířit již ty stávající. Zároveň jim mohou tyto návrhy sloužit jako předběžné podklady k vytvoření detailní kalkulace. Jeden z návrhů, konkrétně výstavba bazénu, je v současné době již ve fázi realizace.

I. Summary and keywords

The aim of this essay is to analyse the product of selected accommodation facility – Hostinec u Janatů. A part of this work is a comparison with other companies from the same sector in the microregion Uhlirskojanovicko and Stredni Posazavi.

In terms of this essay, there has been done an analysis of accommodating and dining services provided by other competitive facilities as well as an analysis of chosen accommodation facility. The following methods were used in the research: scientific literature research, situation analysis and design of a new product.

A very important part of the work is the analysis of requests on rustic accommodation facilities, which was carried out using questionnaires and controlled discussions. The author suggests other opportunities of development services in analysed facility together with founding out the new trends in tourism market, companies management comments and other interested organizations.

Keywords: accommodation facility, services, customer, product, tourism market, microregion Uhlirskojanovicko and Stredni Posazavi,

II. Seznam použitých zdrojů

- Beránek, J. (2004). Provozujeme pohostinství a ubytování. Česká republika, Praha: Grada.
- Beránek, J., & kol. (2013). Ekonomika cestovního ruchu. Česká republika, Praha: MAG CONSULTING s.r.o.
- Beránek, J., & Kotek, P. (2003). Řízení hotelového provozu. Česká republika, Praha: MAG Consulting
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2009). Tourism: Principles, practices, philosophies. Hoboken, USA, NJ: Wiley.
- Hendl, J. (2005). Kvalitativní výzkum: Základní metody a aplikace. Česká republika, Praha: Portál.
- Hesková, M. (2006). Cestovní ruch: Pro vyšší odborné školy a vysoké školy. Česká republika, Praha: Fortuna.
- Hladká, J. (1997). Technika cestovního ruchu. Česká republika, Praha: Grada.
- Horner, S., & Swarbrooke, J. (2003). Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Česká republika, Praha: Grada.
- Chráská, M. (2007). Metody pedagogického výzkumu: Základy kvantitativního výzkumu. Česká republika, Praha: Grada.
- Indrová, J., & Vysoká škola ekonomická v Praze. (2007). Cestovní ruch: (základy). Česká republika, Praha: Oeconomica.
- Kirářová, A. (2002). Marketing hotelových služeb: Předpoklady využití marketingu v hotelu, marketingová strategie, aktivizace marketingového mixu, koordinace marketingových činností. Česká republika, Praha: Ekopress.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). Marketing. Česká republika, Praha: Grada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). Marketing management. Česká republika, Praha: Grada.

- Křížek, F., & Neufus, J. (2011). Moderní hotelový management: Nejnovější poznatky a trendy v řízení hotelů: komplexní informace o hotelovém provozu a jeho organizaci: optimalizace provozu s ohledem na ekologii a etiku: případové studie a příklady. Česká republika, Praha: Grada.
- Malá, V., & Vysoká škola ekonomická v Praze. (2002). Základy cestovního ruchu. Česká republika, Praha: Oeconomica
- Moravec, I. (2006). Venkovská turistika: Teoretická východiska a možnosti. Česká republika, Praha: Centrum pro komunitní práci
- Němčanský, M. (1996). Agroturistika. Česká republika, Karviná: Slezská univerzita, Obchodně podnikatelská fakulta.
- Orieška, J. (2010). Služby v cestovním ruchu. Česká republika, Praze: Idea servis.
- Palatková, M. (2011). Marketingový management destinací: Strategický a taktický marketing destinace turismu, systém marketingového řízení destinace a jeho financování, řízení kvality v destinaci a informační systém destinace. Česká republika, Praha: Grada.
- Palatková, M., & Zichová, J. (2011). Ekonomika turismu: Turismus České republiky : vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky. Česká republika, Praha: Grada.
- Petrů, Z. (2007). Základy ekonomiky cestovního ruchu. Česká republika, Praha: Idea servis.
- Srpová, J., & Řehoř, V. (2010). Základy podnikání: Teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů. Česká republika, Praha: Grada.
- Stříbrná, M. (2005). Venkovská turistika a agroturistika. Česká republika, Praha: Profi Press.
- Škodová-Parmová, D. (2007). Agroturistika. Česká republika, České Budějovice: Ekonomická fakulta, Jihočeská univerzita.
- Zavadil, A. J. (2000). Kutnohorsko slovem i obrazem: Díl druhý, část 2, Sešit B. Česká republika, Kutná Hora: Kuttna.
- Zelenka, J., & Pásková, M. (2012). Výkladový slovník cestovního ruchu. Česká republika, Praha: Linde Praha.

Internetové zdroje

Country Club WESTSTAR (2014). Dostupné z <http://www.weststar.cz/>

Hostinec U Janatu s ubytováním (2014). Dostupné z <http://www.hostinecujanatu.wbs.cz/>

Hotel Kácov (2013). Dostupné z <http://www.hotelkacov.cz/>

Hotelový provoz (2012). Hotelový management. Dostupné z <http://hotelovyprovoz.webnode.cz/maturitni-okruhy/hotelovy-management/>

Lesoservis (2011). Dostupné z <http://www.lesoservis.cz/>

MAS Lípa pro venkov z.s. (2015). Dostupné z <http://www.lipaprovenkov.cz/>

Ministerstvo pro místní rozvoj (2007). Venkovský cestovní ruch, jeho specifika a podmínky pro rozvoj. Dostupné z <http://www.mmr.cz/getmedia/e117ea61-1783-4982-a4fa-bf6e1220f318/GetFile4.pdf>

Ministerstvo pro místní rozvoj (2015) Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky 2013 – 2015. Dostupné z <http://www.hotelstars.cz/oficialni-klasifikace-v-cr>.

Obec Čestín (2015). Dostupné z <http://www.cestin.cz/>

Penzion Beruška (2014). Dostupné z <http://www.penzionberuska.cz/>

Penzion Čtrnáctka (2014). Dostupné z <http://www.penzion-rataje.eu/cz/index.php>

Penzion U Jindřicha (2012). Dostupné z <http://www.pocechach.cz/ubytovani/restaurace-pension-u-jindricha>

Petrovický mlýn (2010). Dostupné z <http://www.petrovicky-mlyn.cz/>

Pivovar Kácov (2015). Dostupné z <http://pivovarkacov.cz/>

Posázaví (2015). Dostupné z <http://www.posazavi.com/cz/>

Svět trampolín (2014). Dostupné z <http://www.svet-trampolin.cz/>

Turistická ubytovna Kácov (2014). Dostupné z <http://www.bisport.cz/cz/ubytovani/nase-ubytovny/2/kacov/102>

U Doudy (2013). Dostupné z <http://www.udoudy.cz/>

Czech Specials (2015). Dostupné z <http://www.czechspecials.cz/>

Právní předpisy

Zákon č. 513/1991 Sb., Obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů

Vyhláška č. 137/1998 Sb., O obecných technických požadavcích na výstavbu, ve znění pozdějších předpisů

Vyhláška č. 501/2006 Sb., Obecných požadavcích na využití území, ve znění pozdějších předpisů

Nařízení Komise (ES) č. 800/2008, v znění pozdějších předpisů

Zákon č. 262/2006 Sb., Zákoníku práce, ve znění pozdějších předpisů

III. Seznam grafů, obrázků a tabulek

Obrázek 1: Služby v cestovním ruchu.	17
Obrázek 2: Funkcionální organizační struktura.	23
Obrázek 3: Mikroregion Uhlířskojanovicko a Střední posázaví.	28
Obrázek 4: MAS Lípa pro venkov.	29
Obrázek 5: Znak obce Čestín.	30
Tabulka 1: Ubytovací zařízení ve vybrané oblasti.	31
Tabulka 2: Stravovací zařízení ve zkoumané oblasti.	33
Tabulka 3: Ceník ubytovacích služeb Hostince U Janatů s ubytováním.	39
Graf 1: Účel dovolené.	42
Graf 2: S kým cestujete.	43
Graf 3: Návštěvnost Středního Posázaví.	43
Graf 4: Návštěvnost ubytovacích zařízení v oblasti.	44
Graf 5: Co musí splňovat ubytovací zařízení.	45
Graf 6: Atmosféra/Prostředí.	46
Graf 7: Čistota a hygiena.	46
Graf 8: Obsluha/ profesionalita.	47
Graf 9: Kvalita pokrmu.	47
Graf 10: Pestrůst nabídky.	47
Graf 11: Strava při návštěvě venkovského penzionu.	48
Graf 12: Jakou formu stravování upřednostňujete.	48
Graf 13: Atmosféra/prostředí.	49
Graf 14: Vybavenost ubytovacího zařízení.	50
Graf 15: Modernost ubytovacího zařízení.	50
Graf 16: Velikost pokoje.	50
Graf 17: Kvalita sociálního zařízení.	51
Graf 18: Kolika lůžkové pokoje preferujete.	51
Graf 19: Doplnkové služby penzionu.	52
Graf 20: Jaké informační zdroje využíváte při hledání dovolené.	53
Graf 21: Ochota zaplatit.	54
Graf 22: Trvalé bydliště.	54
Graf 23: Věk.	55
Graf 24: Pohlaví.	55
Tabulka 4: Celkové náklady.	63

IV. Seznam příloh

Příloha č. 1: Mapa naučné stezky Okolím Kácova



Zdroj: Naučné stezky v ČR, 2014

Příloha č. 2: Dotazník

Dobrý den,
jsem studentka Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Ráda bych Vás požádala o vyplnění krátkého dotazníku, který bude sloužit k podkladům pro vypracování mé bakalářské práce, která je zaměřena na možnosti rozvoje stávajícího produktu venkovského ubytovacího zařízení. Předem Vám děkuji za Vás čas.

1. Jaký účel dovolené preferujete?

- a) turistika
- b) cykloturistika
- c) poznání
- d) sportovní vyžití
- e) rodina/přátelé
- f) zábava
- g) odpočinek, relaxace

2. S kým cestujete?

- a) Sám/a
- b) Přítel/přítelkyně
- c) S rodinou
- d) S přáteli

e) S obchodními partnery

3. Navštívili jste někdy turistickou oblast Středního Posázaví?

a) Ano

b) Ne

4. Pokud ano jaké ubytovací zařízení jste využili?

a) Hotel 2-3*

b) Penzion

c) Ubytování v soukromí

d) Turistická ubytovna

e) Venkovské stavení, farma

f) Kemp

5. Které služby musí ubytovací zařízení splňovat, abyste ho navštívili?

a) Bezdrátové připojení (Wifi)

b) Sociální zařízení na každém pokoji

c) Možnost vlastního stravování (kuchyňka)

d) Prostory ke sportovnímu vyžití

e) Úschovna kol/lyží

f) Bazén, saunu, wellness

g) Parkoviště

6. Na které složky stravovacích služeb kladete největší důraz? Ohodnoťte jako ve škole.

Atmosféra/ prostředí	1	2	3	4	5
Čistota a hygiena	1	2	3	4	5
Obsluha/profesionalita	1	2	3	4	5
Kvalita jídla	1	2	3	4	5
Pestrost nabídky	1	2	3	4	5

7. Jakou stravu byste upřednostnili při návštěvě venkovského penzionu?

a) Regionální kuchyně

b) Česká kuchyně

c) Zahraniční kuchyně

d) Zdravá strava

e) Vegetariánská kuchyně

8. Jakou formu stravování upřednostňujete?

a) Plná penze

b) Polopenze

c) Pouze snídane

d) Možnost vlastního vaření

9. Na který prvek ubytovacího zařízení kladete největší důraz? Ohodnoťte jako ve škole.

Atmosféra/ prostředí	1	2	3	4	5
Vybavenost ubytovacího zařízení	1	2	3	4	5
Modernost ubytovacího zařízení	1	2	3	4	5
Velikost pokoje	1	2	3	4	5
Kvalita sociálních zařízení	1	2	3	4	5

10. Kolika lůžkové pokoje preferujete?

- a) 1 - lůžkové
- b) 2 - lůžkové
- c) 3 a více lůžkové

11. Jaké doplňkové služby by měl penzion nabízet?

- a) Prodej doplňkových předmětů (průvodce, mapy,...)
- b) Informační služby o okolních atrakcích
- c) Možnost vypůjčení sportovního vybavení
- d) Bazén, sauna,
- e) Úschovna kol
- f) Jiné: _____

12. Jaké informační zdroje využíváte při hledání dovolené?

- a) Internet
- b) Cestovní kanceláře/ cestovní agentury
- c) Propagační materiály
- d) Rady známých/ příbuzných
- e) Noviny, časopisy
- f) Jiné: _____

13. Byli byste ochotni zaplatit 400 Kč za osobu/noc ?

Spíše ano ano ne spíše ne

14. Vaše trvalé bydliště je?

- a) Praha
- b) Středočeský kraj
- c) Pardubický kraj
- d) Jihočeský kraj
- e) Karlovarský kraj
- f) Plzeňský kraj
- g) Jihomoravský kraj
- h) Královéhradecký kraj
- i) Vysočina
- j) Karlovarský kraj
- k) Olomoucký kraj
- l) Ústecký kraj

- m) Moravskoslezský kraj
- n) Liberecký kraj

15. Váš věk?

- a) Do 25 let
- b) 26 – 35
- c) 36- 50
- d) 51- 60
- e) 61 a více

16. Pohlaví?

- a) Žena
- b) Muž