JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Hotel jako součást infrastruktury destinace cestovního ruchu (hotel Knížecí rybník)

Autor bakalářské práce: Lucie Nováková

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Petr Štumpf

2011

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Fakulta ekonomická
Akademický rok: **2010/2011**

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení:	**Lucie NOVÁKOVÁ**
Osobní číslo:	**E09253**
Studijní program:	**B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor:	**Obchodní podnikání**
Název tématu:	**Hotel jako součást infrastruktury destinace cestovního ruchu (hotel Knížecí rybník)**
Zadávající katedra:	**Katedra obchodu a cestovního ruchu**

Zásady pro vypracování:

Cíl práce:
Začlenění hotelu Knížecí rybník do infrastrukturní vybavenosti destinace Táborsko na základě analýzy vnějšího a vnitřního prostředí. Návrh opatření, která zlepší pozici ubytovacího zařízení na trhu cestovního ruchu.

Metodický postup:

1. Studium teoretických východisek
2. Analýza vnějšího a vnitřního prostředí zařízení
3. Příprava a realizace terénního šetření
4. Syntéza výsledků a poznatků
5. Návrh opatření ke zlepšení pozice na trhu

Rámcová osnova:
1. Úvod. 2. Literární rešerše. 3. Cíle a metodika. 4. Analytická část. 5. Syntéza výsledků a poznatků. 6. Návrhová část. 7. Závěr. 8. Přehled použité literatury. 9. Přílohy.

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

Seznam odborné literatury:

Beránek, J., Kotek, P. *Řízení hotelového provozu.* **Praha: Grada Publishing, 1996.**
Hesková, M. a kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy.* **2. vydání. Praha: Fortuna, 2011.**
Horner, S., Swarbrooke, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času.* **Praha: Grada Publishing, 2003.**
Jakubíková, D. *Marketing v cestovním ruchu.* **Praha: Grada Publishing, 2009.**
Kiráľová, A. *Marketing destinace cestovního ruchu.* **Praha: Ekopress, 2003.**

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Petr Štumpf**
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: **15. února 2011**
Termín odevzdání bakalářské práce: **16. dubna 2012**

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

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (26)
370 05 České Budějovice

Ing. Kamil Pícha, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 3. března 2011

Prohlášení

Čestně prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Hotel jako součást infrastruktury destinace cestovního ruchu (hotel Knížecí rybník)“ vypracovala samostatně s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu použité literatury.

Dále prohlašuji, že v souladu s § 47 b 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 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 These.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích, dne 30. dubna 2010 .....

Lucie Nováková

Poděkování

Ráda bych poděkovala svému vedoucímu bakalářské práce Ing. Petru Štumpfovi za výborné vedení a odborné rady při sestavování této práce. Zároveň děkuji majiteli hotelu, Martinu Vovsovi, za ochotu a poskytnutí informací o hotelu.

Lucie Nováková

OBSAH

1 Úvod ... 1
2 Literární rešerše ... 2
2.1 Cestovní ruch ... 2
2.1.1 Předpoklady cestovního ruchu ... 4
2.1.2 Systém cestovního ruchu ... 4
2.1.3 Destinace cestovního ruchu ... 8
2.2 Služby ... 9
2.2.1 Služby v cestovním ruchu ... 11
2.2.2 Ubytovací služby ... 13
2.2.3 Ubytovací zařízení ... 14
2.3 Hotel ... 16
2.3.1 Hotelový management ... 16
2.3.2 Hotelový marketing ... 17
3 Cíle a metodika práce ... 20
3.1 Cíl práce ... 20
3.2 Metodika práce ... 20
3.3 Hypotézy ... 21
4 Situační analýza ... 22
4.1 Vymezení destinace Táborsko ... 22
4.2 Analýza primárního potenciálu destinace ... 23
4.2.1 Povrch ... 23
4.2.2 Podnebí ... 24
4.2.3 Města ... 24
4.3 Analýza nabídky destinace - město Tábor ... 29
Základní údaje o městě ... 29
4.3.1 Přírodní potenciál ... 30
4.3.2 Kulturně – historický potenciál ... 31
4.3.3 Kulturně – společenský potenciál ... 31
4.3.4 Dopravní dostupnost a obslužnost ... 32
4.4 Ubytovací zařízení v Táboře ... 33
4.5 Analýza vnějšího a vnitřního prostředí Hotelu Knížecí rybník ... 36
4.5.1 Analýza vnějšího prostředí ... 36
4.5.2 Analýza vnitřního prostředí Hotelu Knížecí rybník ... 39
4.5.3 Analýza konkurence ... 43
5 Terénní šetření ... 49
5.1 Vyhodnocení dotazníkového šetření ... 49
6 Syntéza výsledků a poznatků ... 56
7 Návrhy a inovace ... 58
8 Závěr ... 65
9 Summary ... 67
10 Seznam použité literatury a zdrojů ... 69
11 Seznam obrázků, tabulek a grafů ... 77
12 Přílohy ... 78

1 Úvod

Cestovní ruch je neodmyslitelnou součástí dnešní doby. Vyskytuje se po celém světě a ve všech destinacích. Česká republika se aktivně zapojuje do marketingové komunikace vlastních destinací a podpory domácího cestovního ruchu. Nachází se v mírném klimatickém pásmu, které nabízí vhodné podmínky pro cestovní ruch. Avšak i zde vzniká nevyváženost mezi letní a zimní sezónou, převažuje nabídka pro cestovní ruch v turistické sezóně. Jižní Čechy jsou, také díky velkému podílu vodních ploch a zachovalé přírodě jednou z nejvíce preferovaných destinací České republiky. Objevuje se zde mnoho kulturně-historických památek a turistických atraktivit. Jižní Čechy zasahují až do pohoří Šumava, které disponuje také nabídkou pro zimní cestovní ruch.

Hotel Knížecí Rybník se nachází v jihočeském městě Tábor. V tomto krásném městě s bohatou historií je mnoho ubytovacích, stravovacích i rekreačních zařízení. Město Tábor je mezi domácími i zahraničními turisty známo především díky historii spojené s husitstvím. Vyznačuje se řadou kulturních památek a přírodních atraktivit. Tato destinace je velmi oblíbená jak u domácích, tak i u zahraničních účastníků cestovního ruchu. Díky této skutečnosti samozřejmě roste konkurence mezi ubytovacími a stravovacími zařízeními v destinaci. Je důležité zaměřit se na vytváření kooperačních struktur v destinaci se zapojením podnikatelských subjektů s cílem přilákat co nejvíce zákazníků, a tím zastavit pokles návštěvnosti celého regionu Táborsko.

Hotel Knížecí Rybník, na který se v bakalářské práci zaměříme, je umístěn na samém okraji Tábora. Prostřednictvím analýz vnějšího i vnitřního prostředí hotelu bude zjištěno, jaká je současná situace na trhu cestovního ruchu v dané oblasti a jaké jsou možnosti rozvoje. Zaměříme se na návštěvníky této destinace a důvody jejich návštěvy. Na základě zjištěných poznatků budou na závěr práce navrhnuta opatření pro zlepšení situace vybraného podniku na trhu cestovního ruchu.

2 Literární rešerše

2.1 Cestovní ruch

Vývoj cestování a cestovního ruchu začíná v počátcích lidské civilizace. Nejprve se cestování uskutečňovalo z důvodu přepravy zboží a výrobků. Lidé se nejprve začínali přemisťovat po souši, po vodě, vzduchem a nakonec se vydali i do vesmíru. Cestování se stalo nedílnou součástí moderní doby, každý rok se do cestovního ruchu zapojuje velké množství lidí. Hlavním motivem pro jeho realizaci je změna prostředí, čímž lidé uspokojují některé ze svých potřeb (jde o oblast spotřeby služeb). Běžný způsob života jim neumožňuje tyto potřeby uspokojit, řadí se sem např. potřeba odpočinku, pohybu a poznání nových kulturních a jiných zážitků. Cestovní ruch je zároveň velmi důležitou oblastí podnikatelských příležitostí. Nabízí mnoho pracovních příležitostí pro poskytovatele služeb v cestovním ruchu. Zahrnuje širokou škálu ekonomických činností (výroba zboží a služeb), které jsou faktorem regionálního rozvoje, ale také faktorem pro rozvoj národních i světových ekonomik. (Kulhánek, 2006:6)

Definice cestovního ruchu není jednoznačná. Názory autorů na tuto problematiku se liší, avšak v některých bodech, vymezujících tento pojem, se shodují.

Nejvýznamnější organizací, která problematiku cestovního ruchu sleduje a vymezuje, je Světová organizace cestovního ruchu (Word Tourism Oranization – UNWTO). Cestovní ruch je podle ní souhrnem aktivit osob cestujících do míst mimo jejich obvyklé prostředí pobývajících v těchto místech po dobu ne delší než jeden rok, za účelem trávení volného času, podnikání, či jiným účelem.

Z pohledu Oriešky (2010:7) účastí na cestovním ruchu dochází k uspokojování různých potřeb souvisejících s cestováním a pobytem mimo místo trvalého bydliště, obvykle ve volném čase, za účelem získání komplexního zážitku podmíněného odpočinkem,

poznáváním, společenskými kontakty, zdravím, rozptýlením a zábavou, kulturním nebo sportovním vyžitím.

Horner a Swarbrooke definují cestovní ruch jako krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností. Jde o propojení tří sektorů, a to cestovního ruchu, využití volného času a ubytovacích a stravovacích služeb. Průmysl cestovního ruchu je zde chápán jako samostatné odvětví, které se v poslední době stává jedním z nejvýznamnějších odvětví světové ekonomiky. (Horner, Swarbrooke, 1996:53)

Dle Indrové se pod cestovním ruchem rozumí pohyb lidí, kteří zpravidla ve svém volném čase opouštějí dočasně místa svého stálého bydliště za účelem rekreace, poznání, styku s lidmi a z celé řady dalších důvodů. Popisuje také, že cestovní ruch se neustále vyvíjí a stal se již neodmyslitelnou součástí dnešní moderní společnosti. V rámci celého světa se každoročně zvyšuje počet účastníků cestovního ruchu, je však ovlivněn veškerými ekonomickými, politickými i osobními okolnostmi, které na lidi působí. (Indrová a kol., 2004:7-8)

Volný čas definoval Collin, a to, jako čas, kdy můžeme dělat, co chceme. Firmy poskytující služby, které uspokojují volný čas lidí, jsou například kina, divadla, zábavní parky či provozovatelé sport center. Collin také vymezil pojem ubytovacích a stravovacích služeb. Přirovnává tento pojem k dobré péči o hosty prostřednictvím ubytovacího a stravovacího průmyslu (hotely, hospody, restaurace a další rekreační nebo zábavné aktivity).
(Collin, 1994 In Horner, Swarbrooke, 1996:54)

2.1.1 Předpoklady cestovního ruchu

Cestovní ruch je neodmyslitelnou součástí dnešní doby. V poslední čtvrtině dvacátého století a na začátku jednadvacátého století se stává jedním z nejvýznamnějších jevů, a to společenským, kulturním a ekonomickým. Drobná (Drobná, 2004:20-22) tyto předpoklady rozděluje následovně:

• Lokalizační předpoklady – jedná se o rozdělení atraktivit cestovního ruchu dle určitých oblastí, lokalit, dělí se na:

- přírodní atraktivity (povrch, podnebí, flóra, fauna atd.)
- kulturní atraktivity (výsledky činnosti člověka, které souvisí s historickým vývojem území, např.: muzea, technické památky či lidová architektura)

• Selektivní předpoklady – znázorňují aktivní i pasivní podíl společnosti na cestovním ruchu a zároveň jsou nejvýznamnějším faktorem v rozvoji cestovního ruchu, dělí se na:

- objektivní předpoklady (politické, demografické, ekonomické či sociální faktory)
- subjektivní předpoklady (psychologické faktory a pohnutky obyvatel určitého území)

• Realizační předpoklady – umožňují realizovat nároky a potřeby účastníků cestovního ruchu, dělí se na:

- dopravní předpoklady (dopravní spojení rozhoduje o přitažlivosti destinace)
- materiálně-technické předpoklady (ubytovací, stravovací, kulturní, sportovní a další zařízení)

2.1.2 Systém cestovního ruchu

Cestovní ruch je otevřený a dynamický systém, který je tvořen subjektem cestovního ruchu a objektem cestovního ruchu.

Dle autorů Hornera a Swarbrooke (1996:124-129) je vymezen vliv makroprostředí na marketingový systém cestovního ruchu, a to na produkt, na trh a na způsob nabídky produktu zákazníkovi. Tyto faktory makroprostředí se dělí dle tří pohledů:

• Národní měřítko – týká se tuzemského trhu a zahraničních společností, které v dané zemi prodávají své produkty. Mezi faktory, ovlivňující produkt, trh a marketing, patří vládní politika a vládní legislativa, rostoucí svoboda pohybu obyvatel, zboží i služeb.

• Evropské měřítko – faktory, vztahující se na Evropskou Unii a její členské státy. Nejdůležitějším orgánem, který ovlivňuje cestovní ruch na této úrovni, je Evropská komise. Upravují legislativu pro služby podporující cestovní ruch a ubytovací a stravovací služby v členských státech EU. Patří sem například směrnice Evropské komise pro organizované zájezdy (EC Package Travel Directive), jejímž cílem je zlepšení ochrany spotřebitele v oblasti organizovaných zájezdů ve všech členských státech EU. Dále sem patří financování projektů cestovního ruchu prostřednictvím Evropského fondu pro regionální rozvoj (European Regional Development Fund) a snaha o zavedení jednotného trhu prostřednictvím sladění daní z obratu, deregulace a liberalizace cen letenek a zavedení jednotné evropské měny.

• Celosvětové měřítko – globálními faktory jsou např.: počítačový systém rezervace. Dále sem řadíme smlouvy GATT a aktivity vedoucí k nárůstu moci národních, vertikálně a horizontálně integrovaných společností.

Cestovní ruch lze podle Galvasové (2008:28-30) dělit na základě zohlednění průběhu cestovního ruchu a způsobu jeho realizace v závislosti na geografických, ekonomických, společenských a jiných podmínkách. Jedná se o členění, dle:

• *místa realizace*
- vnitřní cestovní ruch (probíhá na území daného státu)
- vnější cestovní ruch (mimo území daného státu)

• *původu účastníka*

- domácí cestovní ruch
- zahraniční cestovní ruch

• *vztahu k platební bilanci*

- aktivní cestovní ruch - *příjezdový cestovní ruch* (inbound tourism, incoming tourism) zahrnuje aktivity spojené s příjezdem zahraničních osob do daného státu
  - *tranzitní cestovní ruch* zahrnuje aktivity spojené s průjezdem zahraničních osob přes území daného státu
- pasivní cestovní ruch - *výjezdový cestovní ruch* (outbound tourism, outgoing tourism) zahrnuje aktivity spojené s výjezdem občanů daného státu

• *vztahu k státu* – jedná se o kombinaci místa realizace cestovního ruchu s původem účastníků a jejich vztahem k platební bilanci

- *domácí cestovní ruch* – aktivity občanů spojené s cestovním ruchem v rámci státu
- *vnitrostátní (vnitřní) cestovní ruch* – souhrn aktivit spojených s domácím a příjezdovým cestovním ruchem
- *národní cestovní ruch* – aktivity spojené s domácím a výjezdovým cestovním ruchem
- *zahraniční cestovní ruch* – souhrn aktivit spojených s příjezdovým, výjezdovým a tranzitním cestovním ruchem
- *mezinárodní (světový) cestovní ruch* – souhrn veškerých aktivit v rámci cestovního ruchu spojených s překročením hranic státu

• *počtu účastníků*

- *individuální cestovní ruch* (cestování jednotlivců nebo malých skupin, které se uskutečňují samostatně)
- *kolektivní cestovní ruch* (cesty větších skupin lidí)

- *masový cestovní ruch* (jde o velkou koncentraci účastníků cestovního ruchu na jednom místě)

• *délky trvání*
  - *krátkodobý cestovní ruch* (maximálně 3 přenocování) nezahrnuje tranzitní (pasažérský) cestovní ruch, obchodní cestovní ruch (probíhající během pracovního týdne), výletní cestovní ruch (bez přenocování) ani víkendový cestovní ruch (1-3 přenocování)
  - *dlouhodobý cestovní ruch* (cesty s 4 a více přenocováními)

• *způsobu zabezpečení*
  - *organizovaný cestovní ruch* (zajišťovaný cestovní kanceláří či jiným zprostředkovatelem, patří sem kolektivní a masový cestovní ruch)
  - *neorganizovaný cestovní ruch* (veškerý program a účast si účastník zařizuje sám)

• *způsobu financování*
  - *volní (komerční) cestovní ruch* (účastník si hradí veškeré náklady)
  - *vázaný (nekomerční, sociální) cestovní ruch* (při splnění určitých podmínek dochází k částečné nebo úplné úhradě nákladů účastníka ze strany jiného subjektu, paří sem např. lázeňské pobyty hrazené pojišťovnou nebo různé příspěvky od zaměstnavatele)

• *místa pobytu*
  - *městský cestovní ruch*
  - *venkovský cestovní ruch*

• *věku účastníků* – zde se nejčastěji vyčleňují dvě specifické kategorie:
  - *mládežnický cestovní ruch* (osoby ve věku 15-24 let, které již necestují s rodiči)
  - *seniorský cestovní ruch* (vzhledem k neustálému stárnutí populace se stává velmi významným odvětvím)

2.1.3 Destinace cestovního ruchu

Jednotná definice pro tento pojem neexistuje. Destinace cestovního ruchu je nejčastěji chápána jako určitý geografický prostor, který je předmětem zájmu účastníků cestovního ruchu.

Destinace je chápána mezinárodní organizací UNWTO jako místo s atraktivitami, které nabízí i služby cestovního ruchu. Obě dvě složky jsou důvodem, proč si účastníci cestovního ruchu dané místo vybírají.
Podle Páskové a Zelenky (2002:59-60) je destinace cestovního ruchu chápána jako cílová oblast v daném regionu, kde je významná nabídka atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu. V širším slova smyslu lze destinaci chápat jako zemi, regiony, lidská sídla a další oblasti, která jsou typická svou velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, širokou nabídkou služeb a další infrastruktury. Pro mezinárodní návštěvníky je destinace chápána jako celá navštívená země, nebo pouze některý region či město.

Podle Biegera (1995:1-16) je destinace představována svazkem různých služeb koncentrovaných v určitém místě nebo oblasti. Zohledňuje zde potenciál, tj. atraktivity cestovního ruchu, které představují podstatu destinace a hlavní motivační stimul návštěvnosti dané destinace. Pro určení velikosti a charakteru destinace je třeba znát základní nabídku (atraktivity), ale také odvozenou nabídku (služby). Vymezení poptávky je však stejně důležité, především motivace k cestě do destinace a vzdálenost mezi výchozím místem a danou destinací.

Cílem destinace je dle Horner a Swarbrooke (1996:290-291) zlepšit celkový marketing destinace. Tento problém řeší převážně orgány veřejného sektoru, jako prostředek k dosažení určitých cílů, mezi něž patří:

- zlepšit pověst oblasti a tím přilákat investory, kteří postaví nové budovy a zlepší infrastrukturu
- rozšířit a zlepšit zařízení, která mohou používat místí občané, ale i zahraniční turisté (obchody, divadla či restaurace)

- vzbudit hrdost občanů ke své rodné destinaci, a tím zvýšit jejich ochotu k zlepšování stávající situace
- zlepšit místní životní prostředí, pomocí financování z vnějších zdrojů
- zlepšit politickou přijatelnost destinace pro zahraniční turisty

Obecně jsou cíle marketingu destinace zaměřeny převážně na finanční prostředky, na jejich tvorbu a získávání. Tím by mělo docházet k celkovému zlepšení cestovního ruchu v destinaci.

Důležitou roli v destinaci hraje i destinační management, který je podle Bartla a Schmidta chápán jako strategie a cesta pro silné regiony, které se chtějí společně rozvíjet, utvářet organizaci a aktivně se podílet na prodeji svých klíčových konkurenčních výhod. Tímto spojením vznikají destinace, které nabízejí účastníkům cestovního ruchu perfektně zorganizovaný řetěz služeb odpovídající jejich výběru. Zahrnují sem služby od poskytnutí informací o dané destinaci, přes pohodlnou rezervaci a bezchybný pobyt, až po bezpečný návrat domů. (Bartl, Schmidt In Palatková, 2006:46)

2.2 Služby

Horner a Swarbrooke (1996:475) definují služby jako nehmotné a nikdy nevedoucí ke vzniku vlastnictví čehokoliv. Služby pouze přinášejí zákazníkům prospěch nebo uspokojení.

Obecně služby charakterizuje Malá (1999:20), a to jako ekonomickou činnost lidí, výsledkem jsou nemateriální hodnoty. Tyto hodnoty se projevují jako užitečné efekty pro spotřebitele služeb. Služby jsou živé či zhmotnělé vynaložení práce, při kterém nevzniká hmotný výrobek, ale užitný efekt.

Podle Kotlera (2007:15) jsou služby schopnost jedné strany nabídnout jakoukoliv činnost nebo schopnost straně druhé. Poskytování služeb může, ale nemusí, být spojeno s hmotným produktem.

Autor rozděluje tržní nabídku služeb do 5 kategorií:

• čistě hmotné zboží (potraviny, kosmetika)
• hmotný produkt spolu se službou (servis automobilů)
• hybridní nabídka (restaurace – jídlo i obsluha)
• hlavní služba s malým podílem zboží (letecké služby – let i občerstvení)
• čistá služba (kadeřnictví)

Služby jsou charakteristické následujícími vlastnostmi (Kiráľová 2006: 15)

• *nehmotnost* – díky nehmotnému charakteru služby nelze před koupí vnímat žádnými smysly, výsledek lze pouze předvídat. Lze předem posuzovat podle místa výkonu služby, personálu, vybavení, propagačních materiálů a cen.
• *neoddělitelnost* – jsou vytvářeny a spotřebovávány současně. Poskytovatel služby se stává její součástí. Kvalita i cena služeb jsou různé.
• *různorodost* – služby nelze provést vždy naprosto totožně, vše se odvíjí od místa konání, osoby, která službu provádí a času uskutečnění služby.
• *dočasnost* – služby jsou pomíjivé v čase, nelze je skladovat ani vytvářet do zásoby
• *neexistence vlastnictví* – když si zákazník koupí službu, získá pouze přístup k nějaké činnosti nebo zařízení, ale na konci celé transakce nic nového nevlastní.

Foret a Foretová (2001:20) tvrdí, že služby cestovního ruchu jsou prezentovány jako speciální oblast služeb a integrovaných produktů. Služby jsou zde odlišeny od motných výrobků tzv. „čtyři I = 4I“, které znázorňují čtyři vlastnosti přejaté z anglického jazyka:

• *Intangibility (nehmotnost)* – služby sami o sobě nemají tvar, chuť ani barvu či obal, jsou pouze spojovány s hmotnými prvky

• *Inconsistency (nestálost)* – hodnocení kvality a celkového průběhu služeb je subjektivní a pro každého zákazníka individuální

• *Inseparability (neoddělitelnost)* – služby jsou závislé na místě, čase a osobě, která službu poskytuje

• *Inventory (neskladovatelnost)* – služby se nedají odložit (zákazník ji vyžaduje v danou chvíli) ani se nemohou skladovat

2.2.1 Služby v cestovním ruchu

Služby jsou ekonomickým statkem, podstatou tohoto statku je činnost a jeho hodnota je určena užitkem, který statek přináší. Poskytování služeb je nemateriální činností a při jejich poskytování jsou začleněny i vnější faktory (zákazník a zboží). Služby jsou charakteristické díky souladu výroby služby s její spotřebou a pomíjivostí služeb (nelze vytvářet zásoby). V cestovním ruchu se setkáváme s celým sortimentem služeb, které jsou poskytovány účastníkům cestovního ruchu. (Hesková, 2006:97)

Služby v cestovním ruchu podrobně rozebírá ve své publikaci Orieška (2010:12). Základní dělení je zde na služby cestovního ruchu (dodavatelské služby a zprostředkovatelské služby) a ostatní služby, které neslouží pouze turistům, ale také místním rezidentům dané destinace. Dále se služby člení dle druhu, podle fází realizace cestovního ruchu, z časového hlediska, z hlediska uspokojovaných potřeb, podle charakteru spotřeby, ale také z ekonomického hlediska. Nejvíce řešená je zde problematika dodavatelských služeb cestovního ruchu, kam spadají informační, dopravní, ubytovací, stravovací, sportovně-rekreační, kulturně-společenské, lázeňské, kongresové, průvodcovské, asistenční a animační služby a služby venkovského cestovního ruchu.

Ubytovací služby jsou závislé na dobré materiálně-technické základně, kterou má daná ubytovací jednotka k dispozici. Vzniká zde právní vztah mezi ubytovatelem

a ubytovaným hostem, který upravuje občanský zákoník. Ubytovací zařízení jsou rozdělena do kategorií, a to podle způsobu výstavby, doby provozu, druhu ubytovacího zařízení, druhu cestovního ruchu, ale také dle doporučení UNWTO. (Orieška, 2010:116)

Stravovací služby se také kategorizují, převážně dle místa výskytu a dle nabízených služeb (základní stravování, doplňkové stravování a občerstvení, společensko-zábavní stravování, společné či individuální stravování). (Orieška, 2010:137)

Služby cestovního ruchu mají podle Kiráľové (2006:23) doplňkové charakteristiky, které se k jejich koupi a poskytování vážou:

- zvýšená míra emocionálních a iracionálních faktorů při koupi
  - např. módnost, prestiž, vliv idolů
- důraz na ústní reklamu
  - tzv. word-of-mouth advertising
- zvyšující se nároky na jedinečnost služeb
  - např. potřeba luxusu a prestiže
- důraz na image při koupi
  - např. při volbě restaurace, ubytovacího zařízení apod.
- důležitost zprostředkovatelů prodeje služeb
  - např. zákazníci si pobyty kupují v místě svého trvalého pobytu, ne v místě cílové destinace
- zvýšení kvality podpůrných materiálů
- zlepšení informačních technologií
  - např. virtuální prohlídky destinace či hotelu
- důraz na komunikační dovednosti poskytovatelů služeb
  - např. jazykové dovednosti

Bakalářská práce je zaměřena na problematiku ubytovacích a stravovacích služeb, proto se další část literární rešerše zabývá právě problematikou poskytování těchto služeb.

2.2.2 Ubytovací služby

Názory Hladké (1997:15) a Oriešky (2010:116) se v této problematice shodují. Poskytování ubytovacích služeb je podle nich významným předpokladem rozvoje zejména pobytového cestovního ruchu. Úkolem těchto služeb je umožnit účastníkům cestovního ruchu přenocování, nebo přechodné ubytování, mimo místo jejich trvalého bydliště. Zároveň musí uspokojovat další potřeby, které s přenocováním nebo přechodným ubytováním souvisejí.

Rozvoj ubytovacích služeb je nerozlučně spjat s politickými, hospodářskými a sociálními změnami ve společnosti. Tyto změny zprostředkovaně ovlivňují pohyb obyvatelstva mimo trvalé bydliště a působí na vznik nových ubytovacích zařízení všech druhů. (Indrová a kol., 2004:15)

Ubytovací služby jsou dle Beránka velmi důležité pro ubytovací zařízení, kde by měli mít možnost řídící pracovníci úroveň těchto služeb ovlivňovat. Nejvíce lze ubytovací služby ovlivnit vhodnou volbou personálu, jeho rekvalifikací a dalším vzděláváním. Při posuzování kvality služeb je třeba brát v úvahu očekávání a přání všech stran, a to zákazníka, poskytovatele služeb (pracovníka) i firmy (hotelu). (Beránek, 1996:35)

K předpokladům úspěšné podnikatelské činnosti v oblasti cestovního ruchu, se podle Mináře a kol. (1996:18), řadí kvalita managementu, kvalita služeb a produktů, možnost inovovat a zhodnocovat dlouhodobé investice, používání různorodých produktů, atraktivita, finanční odpovědnost k obchodním partnerům, ale také odpovědnost ke společnosti a životnímu prostředí. Dále sem patří stabilita a disponibilita kapitálu. Důležitým předpokladem pro úspěšné podnikání je také adekvátní reklama a propagace podniku.

2.2.3 Ubytovací zařízení

Vznik a provoz ubytovacích zařízení jsou stanoveny ze zákonů a vyhlášek platných pro jednotlivé země. V České republice tato problematika řešena Novelou živnostenského zákona č. 356/1999 Sb., která zavedla povinné zařazení a zatřídění ubytovacích zařízení pro přechodné ubytování na základě požadavku trvalého a viditelného označení provozoven. Kategorie ubytovacích zařízení jsou vymezeny v „Oficiální jednotné klasifikaci ubytovacích zařízení“, kterou sestavila Asociace hotelů a restaurací České republiky a UNIHOST Sdružení podnikatelů v pohostinství, stravovacích a ubytovacích službách za podpory Ministerstva pro místní rozvoj České republiky a Agentury CzechTourism. Dle této klasifikace jsou ubytovací zařízení rozdělena následovně:

• Hotel – ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji, poskytuje doplňkové služby (převážně stravovací), hotely se člení do pěti tříd.

• Motel – nabízí ubytování především pro motoristy, proto se nachází v blízkosti pozemních komunikací, má nejméně 10 pokojů a člení se do čtyř tříd

• Penzion – ubytování s omezenými doplňkovými službami (absence restaurace), musí mít nejméně 5 a maximálně 20 pokojů a člení se do čtyř tříd

• Botel – ubytování je v trvale zakotvené osobní lodi a kvalita musí odpovídat kvalitě hotelu dané kategorie, botely jsou rozděleny do čtyř kategorií

• Specifická hotelová zařízení

- Lázeňský / Spa Hotel - nachází se v místě se statutem lázeňské místo dle Zákona č. 164/2001 Sb.
- Wellness Hotel – ubytování musí splňovat požadavky na provoz wellness center dle MMR, kvalita odpovídá hotelu mezi 3*-5*

- Golf Resort – uzavřený soubor objektů se společensko-kulturním a sportovním vyžitím, který musí splňovat náležitosti kladené na hotel 3*-5*
-

• Dependance – je vedlejší budova ubytovacího zařízení bez vlastní recepce, organizačně související s hlavním ubytovacím zařízením (nesmí být vzdáleno více než 500m)

• Ostatní ubytovací zařízení

- kemp (tábořiště)
- chatová osada
- turistická ubytovna

Klasifikace ubytovacích zařízení:

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

(Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky 2010-2012)

Typy ubytovacích jednotek:

Ubytovací jednotky se řídí dle vyhlášky č. 268/2009 Sb., o technických požadavcích na stavby. Dle této vyhlášky je definována ubytovací jednotka jako jednotlivý pokoj nebo soubor místností, které svým technickým uspořádáním a vybavením splňují požadavky na přechodné ubytování a jsou k tomuto účelu určeny. Patří sem:

- jednolůžkový pokoj – pokoj pouze s jedním lůžkem pro jednu osobu
- dvoulůžkový pokoj – pokoj se dvěma lůžky vedle sebe či dvoulůžkem
- dvoulůžkový pokoj – twin – pokoj se dvěma oddělenými lůžky
- vícelůžkový pokoj – pokoj se třemi a více lůžky
- rodinný pokoj – pokoj s minimálně dvěma lůžky určenými dospělým a dalšími lůžky

• společná ložnice – vícelůžkový pokoj, vhodný pro určité skupiny
• junior suite – ubytování se zvláštním místem pro sezení v jednom pokoji
• suite – propojení oddělených ložnic a obývacím pokojem
• apartmá/appartment – stejné řešení jako suite s kuchyňským koutem
• studio – ubytování v jednom pokoji s kuchyňským koutem
• spojené pokoje – samostatné ložnice propojené spojovacími dveřmi (pro rodiny)
• duplex – ubytování na více podlažích, která jsou vzájemně propojena

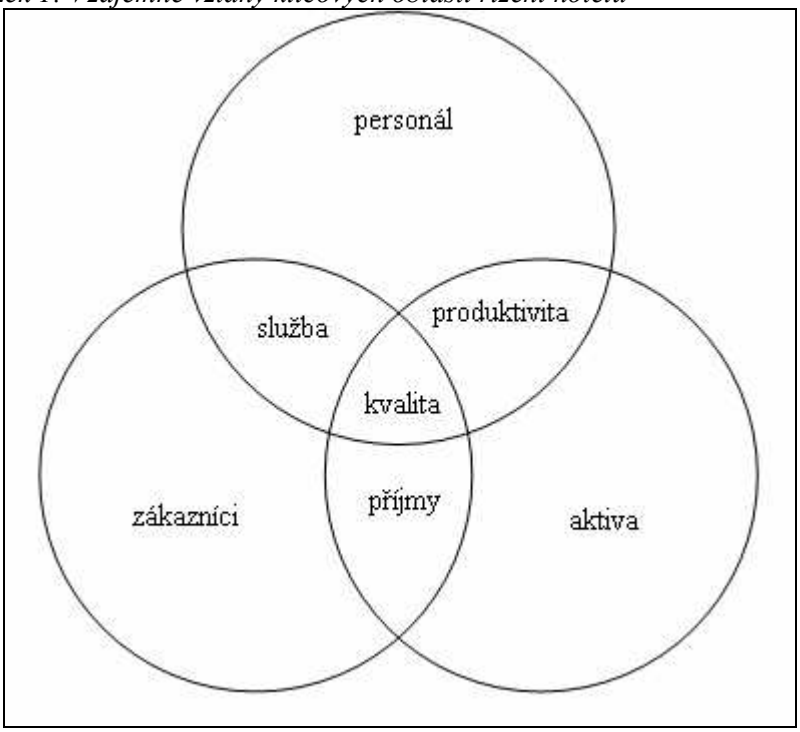
2.3 Hotel

2.3.1 Hotelový management

Podle Beránka (1996:18) je hotelový management orientován na tři klíčové oblasti, a to zákazníky, personál a aktiva.

• *Zákazníci* – jsou nejdůležitější klíčovou oblastí, dělí se na hosty bydlící v hotelu, hosty stravovacích a jiných zařízení hotelu a spolupracující firmy. Podstatou této oblasti je zajištění spokojenosti zákazníků prostřednictvím vhodně zvolených služeb.
• *Personál* – stará se o potřeby zákazníků, neustále se musí udržovat a zvyšovat výkonnost pracovníků a to tak, aby výsledky jejich práce byly co nejefektivnější. Platí zde pravidlo efektivnosti: „Správná osoba konající správnou práci s odpovídajícím úsilím ve správné atmosféře na správném místě a v pravý čas.“
• *Aktiva* – je samotná budova hotelu, jeho vybavení, zařízení a zásoby. Patří sem i investovaný kapitál a následné příjmy z provozu. Mezi aktiva lze řadit i samotného hosta hotelu a jeho majetek, o který se hoteliéři dočasně starají.

Obrázek 1: Vzájemné vztahy klíčových oblastí řízení hotelu



Zdroj:Beránek, J., Kotek, P.: Řízení hotelového provozu, Praha: Grada Publishing, 1996

Při vzájemném působení oblasti personálu a zákazníků vzniká oblast služeb, propojením oblasti personálu a aktiv vzniká oblast produktivity a její maximalizace, vztah aktiv a zákazníků má vliv na vytváření oblasti příjmů a zisku. Propojením všech tří složek (zákazníků, personálu a aktiv) vzniká oblast kvality.

2.3.2 Hotelový marketing

Podle mnohých autorů je marketing jedním z nejdůležitějších nástrojů v každém podniku. Podle Heskové a kol. (2006:189) existují souvislosti mezi marketingem a obchodní činností, obchod se s marketingem v mnohých funkcích překrývají. Společnou funkcí je výměna zboží a služeb. Avšak zatímco marketing má základ v oblasti výzkumu a strategie, obchod je orientovaný na prodej a techniku prodeje. Marketing i obchod mají plnit společenskou funkci, zajistit co nejefektivnější interakci podniku s trhem. Tyto dva pojmy se liší převážně z historického hlediska.

Horáková (2003:50) uvádí, že marketing je spojen také s trhem a jeho rozvojem. Pojem marketing je zde chápán jako soubor metod, přístupů a činností umožňujících efektivně řešit problémy spojené s podnikatelskými aktivitami na trhu. Je zde velký vliv vývoje společnosti a myšlení lidí. V praxi je pojem marketing spojen s různými subjekty a objekty, s určitými funkcemi, ale i s časovými horizonty, podle kterých má marketing různé postavení i význam.

V publikaci Hornera a Swarbrooke (1996:282-287) jsou vysvětleny faktory, které ovlivňují marketingové cíle hotelu. Patří sem umístění (centrum města, vesnice, hory, pobřeží moře atd.), podíl nabízených služeb (prvek služeb), cena, distribuční kanály (hlavním distribučním kanálem jsou cestovní agentury), propagace, trh ubytovacích služeb (různé tržní segmenty) a také konkurence (její nabídka, marketingové cíle a strategie).

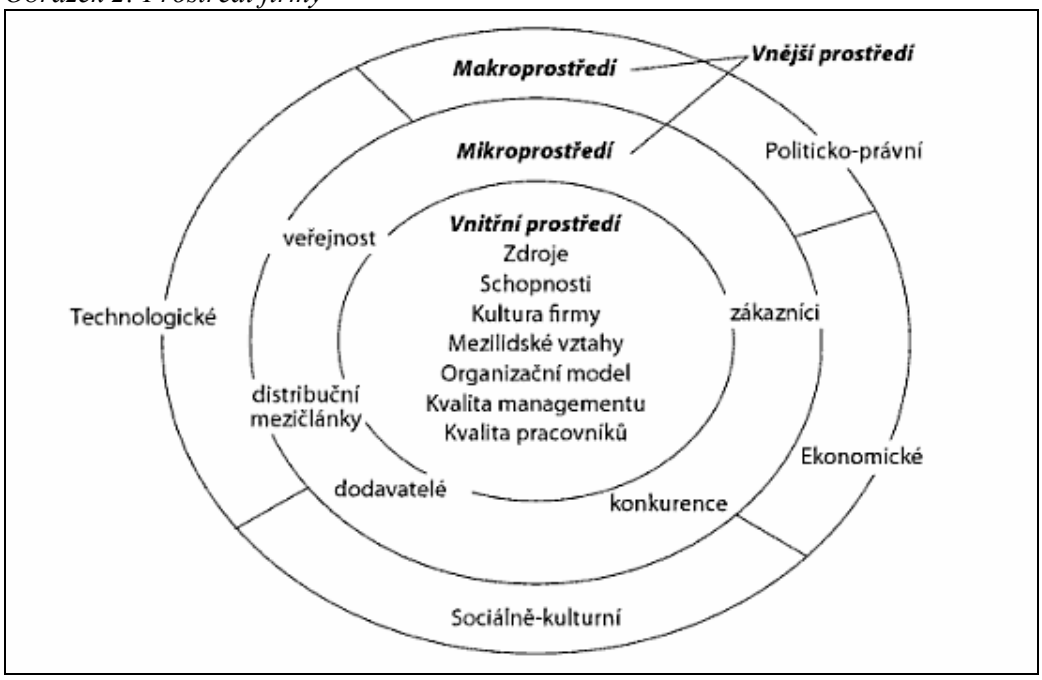
Marketingové prostředí firmy - hotelu převážná většina autorů člení na vnitřní a vnější.
Vnější prostředí, ve kterém může hotel působit, jsou tato:

- prostředí lokální – představuje bezprostřední okolí, ze kterého může hotel čerpat vstupy nebo do něj umisťovat své výstupy
- prostředí národní – státní
- prostředí integračního seskupení – regiony přesahující území státu
- prostředí světové

Vnější prostředí se dělí na makroprostředí a mikroprostředí.
Makroprostředí zahrnuje faktory působící na makroúrovni. Nejznámějšími metodami analýzy makroprostředí jsou tzv. PEST analýza a metoda 4C (customers – country – competition – cost). Makroprostředí je tvořeno faktory ekonomickými, sociálně-kulturními, politicko-právními a technologickými.
Mikroprostředí se zabývá čtyřmi důležitými oblastmi: základní charakteristikou odvětví, strukturou odvětví, hybnými změnotvornými silami odvětví a klíčovými faktory úspěchu. Tyto oblasti zjišťuje analýza odvětví. Analýza konkurenčního prostředí nám ukáže konkurenční prostředí uvnitř každého jednotlivého odvětví a pomůže při tvorbě konkurenčních výhod firmy.

Vnitřní prostředí se soustřeďuje na posouzení vnitřních zdrojů. Obecně lze tyto zdroje rozdělit do čtyř základních skupin: fyzické zdroje (strojní vybavení, výrobní plochy či skladovací prostory), lidské zdroje (struktura pracovních sil, organizace práce), finanční zdroje (disponibilní kapitál, závazky a pohledávky, možnosti úvěru), zdroje nehmotné povahy (image hotelu, znalost trhu). (Jakubíková, 2009:117-132)

Obrázek 2: Prostředí firmy



Zdroj: Jakubíková, D.: Marketing v cestovním ruchu, Praha: Grada Publishing, 2009

3 Cíle a metodika práce

3.1 Cíl práce

Začlenění hotelu Knížecí rybník do infrastrukturní vybavenosti destinace Táborsko na základě analýzy vnějšího a vnitřního prostředí. Návrh opatření, která zlepší pozici ubytovacího zařízení na trhu cestovního ruchu.

3.2 Metodika práce

Nejprve proběhlo studium teoretických východisek za pomoci odborné literatury a elektronických publikací a zdrojů. Na základě zjištěných informací a teoretických poznatků byly stanoveny hypotézy a sestaven plán výzkumu.

Následovala analýza primární a sekundární nabídky destinace Táborsko a hodnocení podmínek pro rozvoj cestovního ruchu v této destinaci. Analýza vnitřního prostředí zařízení proběhla jednak na základě sekundárních dat, jednak na základě primárních dat, a to ze strukturovaného rozhovoru a z interních dat hotelu. Terénní šetření proběhlo osobním dotazováním turistů v okolí hotelu a také rezidentů Tábora metodou face-to-face rozhovorů.

Po analytické části následovalo celkové zhodnocení zjištěných poznatků a nejdůležitější závěry a souvislosti byly shrnuty v syntetické části. Zjištěné poznatky byly podkladem pro navržení možných opatření a inovací, které přispějí ke zlepšení pozice hotelu na trhu.

3.3 Hypotézy

H1. Nejčastějšími důvody návštěvy Tábora jsou dovolená a výlet.

H2. Služby Hotelu Knížecí rybník jsou z pohledu návštěvníků hodnoceny pozitivně.

H3. Marketingová komunikace Hotelu Knížecí rybník je z pohledu návštěvníků dostatečná.

4 Situační analýza

4.1 Vymezení destinace Táborsko

Obrázek 3: Destinace Táborsko

Zdroj: http://www.trasovnik.cz/

Destinaci Táborsko lze vymezit pomocí okresu Tábor, který se nachází v severním okraji jižních Čech. Sousedícími jihočeskými okresy jsou České Budějovice a Jindřichův Hradec, středočeskými sousedícími okresy jsou Benešov a Příbram a okresem Pelhřimov sousedí Táborsko s krajem Vysočina. Rozloha destinace Táborsko je 1 326 km² a jeho součástí je 110 obcí (8 měst, 1 městys a 101 vesnic). Mezi města se řadí Bechyně, Chýnov, Mladá Vožice, Planá nad Lužnicí, Sezimovo Ústí, Soběslav, Tábor a Veselí nad Lužnicí. Počet obyvatel okresu Tábor je 102 100 obyvatel, tj. 77 obyvatel na km².

Nejprve bude analyzován primární potenciál vymezené destinace Táborsko, podrobnější analýza bude zaměřena na město Tábor, které se nachází 83 km jižně od hlavního města České republiky – Prahy, 60 km severně od Českých Budějovic. Tábor lze chápat jako centrum sledované oblasti, a to především díky atraktivitám, které se v dané destinaci nacházejí. K Táboru náleží rovněž příměstské části - Hlinice, Čelkovice, Čekanice, Měšice, Zárybničná Lhota, Zahrádka, Všechov, Smyslov, Horky, Klokoty, Náchod, Větrovy, Stoklasná Lhota a Záluží.

(Zdroj: Trasovník – oficiální stránky, http://www.trasovnik.cz/k_jihoc/tabor/tabor.asp)

4.2 Analýza primárního potenciálu destinace

Obecně se jedná o atraktivity cestovního ruchu, které se v dané lokalitě nacházejí. Dělí se na přírodní a kulturně-historické atraktivity.

4.2.1 Povrch

Destinace Táborsko leží na pomezí jižních a středních Čech v severovýchodní části Jihočeského kraje. Rozkládá se na České vysočině, která se dělí na tři části – Středočeskou pahorkatinu, Jihočeskou pánev a Českomoravskou vrchovinu.

Oblast Středočeské pahorkatiny je tvořena dvěma celky – Vlašimskou a Táborskou pahorkatinou. Vlašimská pahorkatina se rozkládá na ploše 1 232 km² s průměrnou nadmořskou výškou 450 – 700 m. n. m. a je složena z Mladovožické pahorkatiny a Votické vrchoviny. Táborská pahorkatina se rozkládá na ploše 1 599 km² s průměrnou nadmořskou výškou 400 – 490 m. n. m. a je tvořena Píseckou pahorkatinou a Soběslavskou pahorkatinou.

Jihočeská pánev je tvořena Třeboňskou pánví, která se rozprostírá na jihu destinace. Oblast obsahuje velké množství rybníků, zmokřených luk a vodních toků s nadmořskými výškami 400 – 450 m.

Oblast Českomoravská vrchovina do destinace Táborsko zasahuje pouze Křemešnickou vrchovinou – kopcovitá krajina s lesy, poli a sídly s výškami 450 - 750 m.

Celá tato destinace spadá do povodí řeky Vltavy. Druhým velmi významným povodím je řeka Lužnice, která protéká městem Tábor a láká milovníky rybaření či vodáctví. Významnou vodní plochu Tábora představuje nádrž Jordán. Byla vybudována v roce 1492 a řadí se mezi nejstarší vodní nádrže v Evropě. Jordán nabízí návštěvníkům možnost sportovního rybaření, rekreačních aktivit a sportovních akcí. Velmi důležitým rybníkem v Táboře je Knížecí rybník, nacházející se na území Zárybničné Lhoty. Dalšími rybníky na území Táborska jsou rybník Malý Jordán, rybník Pochytil, Smyslovský rybník či Velký Hlinický.
(Zdroj: Trasovník – oficiální stránky, http://www.trasovnik.cz/k_jihoc/tabor/tabor.asp)

4.2.2 Podnebí

Táborsko má podnebí přechodného středoevropského typu, které je ovlivněno oceánem na západní straně a kontinentálním podnebím z východu. Počasí zde má proměnlivou podobu, oblast spadá do mírně teplé a mírně vlhké oblasti.
(Zdroj: Trasovník – oficiální stránky, http://www.taborcz.eu/podnebi/d-1096/p1=1193)

4.2.3 Města

Bechyně

Město se nachází na soutoku řeky Lužnice a říčky Smutné přibližně 20 km od Tábora. Bechyně byla založena již roku 1323 Janem Lucemburským. Město láká návštěvníky na unikátní přírodní krajinu, která je tvořena skalním masivem obklopujícím řeku.

Vytváří vhodné podmínky pro turistické a cykloturistické trasy. Bechyně je také velmi dobře známá díky lázeňství a výrobě keramiky. Nyní zde žije přibližně 6 000 obyvatel. Nachází se zde mnoho pamětihodností. Nejznámější je Bechyňský zámek, který se dočkal své finální podoby za éry Petra Voka z Rožmberka. Mezi další památky patří Klášter s kostelem Nanebevzetí panny Marie, Kostel sv. Matěje, Kostel sv. Michala či Bechyňský most zvaný Bechyňská duha (nejvyšší železobetonový oblouk tehdejší ČSR, vysoký 50 m s rozpětím oblouku 90 m a délkou 203,38 m). Do tohoto města vede historická železnice, trasa Tábor – Bechyně, s historickou vlakovou soupravou tzv. Bechyňkou (železnice byla postavena jako první elektrifikovaná dráha na území Rakouska Uherska, byla dokončena roku 1903). Časté turistické cíle v okolí Bechyně tvoří obec Dobronice, obec Stádlec, vesnice Vlastiboř a Borkovice či Černická obora (založena Petrem Vokem v roce 1586).

(Zdroj: Bechyně – oficiální stránky města, http://www.mestobechyne.cz/)

Chýnov

Město se nachází 10 km od okresního města Tábor. Chýnov je jedním z nejdéle trvale osídlených míst v Čechách. První písemná zmínka o městě byla již v Kosmově Kronice české, která se váže k roku 981. V dnešní době má město pět místních částí, a to Chánov, Záhostice, Kloužovice, Velmovice a Dobronice u Chýnova. Počet obyvatel byl k 31. 3. 2011 - 2 357 osob. Dominantou města Chýnova je především římskokatolický kostel Nejsvětější Trojice (kdysi tvořil pozemní hradisko kmene Slavníkovců z Libice). Další velmi významná památka města je Bílkův dům (postavený roku 1898, byl první architektonickou realizací slavného rodáka z Chýnova - Františka Bílka, který byl významným sochařem, architektem, kreslířem, grafikem, náboženským myslitelem a mystikem s literárními schopnostmi), dále hřbitov se sochami Františka Bílka a Karla Gabriela a v neposlední řadě Chýnovské jeskyně.

(Zdroj: Chýnov – oficiální stránky města, http://www.chynov.cz/)

Mladá Vožice

První zmínky o městě jsou již v kronice Bohuslava Balbína z let 711 – 796. Mezi památky města Mladá Vožice se řadí Vožický zámek (vznikl v letech 1570 – 1603), který je napojen na Faru. V nedaleké obci Běleč se nachází zřícenina hradu Šelemberk (zbyla pouze kamenná kulatá asi 26 m vysoká věž). Mezi další památky patří Kaple Nanebevzetí Panny Marie (nachází se na místě, kde stával královský hrad, který byl zničen za husitských válek v roce 1425), kostel sv. Martina (nejstarší vožický kostel), kostel sv. Mikuláše (nachází se u obce Miličín, je 12,5 m dlouhý a 7 m široký). Uprostřed vožického náměstí se nachází Zvonice – solná věž, jedna z nejstarších staveb v obci. Celé náměstí je tvořeno historickými domy.
(Zdroj: Mladá Vožice – oficiální stránky města, http://www.vozice.cz/)

Planá nad Lužnicí

Město se nachází jižně od Tábora, na hranici Třeboňské pánve a Vlašimské vrchoviny, přímo na silniční trase Praha – České Budějovice. Protéká zde řeka Lužnice, která formuje tvar města. Mezi historické památky řadíme Kostel sv. Václava (z roku 1357) s plánskou věží. Architektonicky cenná je jednopatrová fara z roku 1784 s bosovanými nárožími a krytou mansardovou střechou, dnes se zde nachází městská výstavní galerie. Další památkou je Kaple Panny Marie Klokotské, která byla postavena roku 1736 na památku velkého požáru města z roku 1715. Kaple svaté Barbory se nachází za železničním přejezdem ve směru z Plané nad Lužnicí na Strkov (nově vznikající satelitní městečko). Socha svatého Jana Nepomuckého stojí na břehu řeky Lužnice, v místech bývalého dřevěného mostu. Na konci města u lesa Holeček je postaven Pomník mistra Jana Husa (vybudován v roce 1919). Památník voroplavby dokládá, že řeka Lužnice byla již za vlády Karla IV. důležitou dopravní tepnou. Nedaleko města se nachází zřícenina rožmberského hradu – Choustník (11 km od Plané nad Lužnicí). Další památkou je 3,5 km vzdálená zřícenina gotického hradu – Kozí hrádek.
(Zdroj: Planá nad Lužnicí – oficiální stránky města, http://www.plananl.cz/turistika-a-volny-cas/turistika/pamatky/)

Sezimovo Ústí

První zmínka o tomto městě je z roku 1250, jednalo se o zasvěcení tamního klášterního kostela sv. Dominikovi. Roku 1272 bylo Ústí jmenováno v královské listině v souvislosti s nalezišti stříbra. Město se stalo významným středověkým centrem s domem Pánů z Ústí, klášterem, kostelem, farou, špitálem a třemi předměstími. Část svého života zde prožil i Jan Hus pod ochranou paní Anny z Vochova. Město bylo roku 1420 vypáleno samotnými husity. Dnešní Sezimovo Ústí se začalo stavět od roku 1828. Na místě pozemků městského dvora (Velký Dvůr) vzniklo Sezimovo Ústí II., a to zásluhou podnikatelských aktivit Tomáše Bati. V Sezimově Ústí I. měl své letní sídlo druhý československý prezident Edvard Beneš, je zde, také se svou chotí Hanou, pochován. V nedaleké blízkosti města se nachází velmi známá zřícenina Kozího hrádku, kde kázal mistr Jan Hus. Momentálně má město Sezimovo Ústí (složené ze dvou městských částí) zhruba 7 300 obyvatel a rozkládá se na ploše 845 ha v okrese Tábor.
(Zdroj: Sezimovo Ústí – oficiální stránky města, http://www.sezimovo-usti.cz/_mesto/sezimovo-usti.php)

Soběslav

Město se nachází na soutoku Lužnice a Černovického potoka 20 km jižně od Tábora. V současnosti zde žije necelých 7 300 obyvatel. Soběslav byla původně osadou na křižovatce dvou zemských cest – cesty Vitorazské vedoucí z Rakouska a cesty Solné (Zlaté) stezky. První písemná zmínka o městě je z roku 1293, tehdy bylo majetkem pánů z Rožmberka, kteří pečovali o město více než 300 let a ozdobili ho spoustou staveb. Můžeme zde vidět raně gotický kostel sv. Petra a Pavla (pocházející z let 1493 – 1518) s 68 m vysokou věží. Kostel sv. Víta je další městskou památkou, nachází se u městského špitálu a obsahuje originální obraz sv. Michaela Archanděla. Na hřbitovním kostele sv. Marka (založen roku 1650) se také objevuje zvláštnost, a to v podobě fresky představující svatou trojici. Rožmberský hrad, založený Jindřichem z Rožmberka v druhé polovině 14. století, je dnes kulturním domem. Na náměstí Republiky upoutá návštěvníky zvláštní výstavně renesanční dům se dvěma štíty

a arkýřem. Jedná se o dům primátora Řehoře Smrčka, kde se tajně scházeli čeští bratři, dnes je zde umístěno národopisné oddělení husitského muzea. Další významnou budovou je Rožmberský dům z 15. století, kdysi přechodné sídlo Rožmberků. Celé náměstí Soběslavi je krásně zdobené. Dominantou je stará radnice (dnešní městská knihovna s čítárnou) a střed náměstí zdobí starodávná kamenná kašna se sochou sv. Floriana, patrona města. Poblíž kašny stojí Mariánský sloup s korintskou hlavicí a pozlacenou kamennou sochou Panny Marie z roku 1713.

(Zdroj: Soběslav – oficiální stránky města, http://www.musobeslav.cz/)

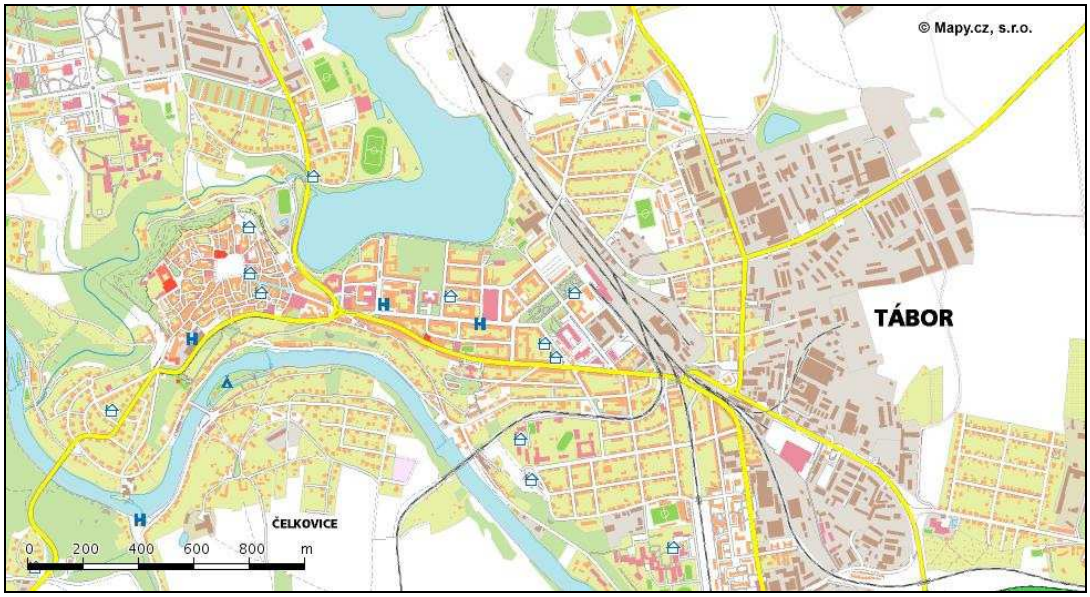
Veselí nad Lužnicí

Město leží v třeboňské pánvi na soutoku řek Lužnice a Nežárky a v současné době má 6 600 tisíc obyvatel. Poprvé bylo Veselí doloženo k roku 1259, vzniklo spojením dvou měst – Veselí a Mezimostí. Mezi místní významné architektonické památky patří renesanční domy na náměstí. Radnice z roku 1579 a muzeum „Weisův dům“ s psaníčkovými sgrafity tvoří dominantu severní strany náměstí T. G. Masaryka. Veselský kostel má gotický původ a nazývá se Povýšení sv. Kříže (vybudovaný je na kopečku o nadmořské výšce 429 m. n. m.). Další významnou památkou je secesní sokolovna z roku 1905, která je nyní v rekonstrukci. Město má vlastní sportovní areál TJ Lokomotiva a v nedaleké blízkosti se nacházejí Veselské pískovny (sedmikilometrový okruh s faunou a flórou pískových jezer). Zlatá stoka (byla vybudována počátkem 16. století Štěpánkem Netolickým) představuje 47 km dlouhý umělý kanál. O několik málo stovek metrů dál začíná soustava dalších vodních ploch – Horusický rybník (třetí největší český rybník), Bošelický rybník, rybník Švarcenberk nebo Vlkovský rybník. Veselí nad Lužnicí je ideálním místem pro cykloturistiku. Velmi oblíbený je výlet na Blatskou stezku s prohlídkou architektury selského baroka v okolních vesnicích nebo na nedaleký vodní zámek - Červenou Lhotu.

(Zdroj: Veselí nad Lužnicí – oficiální stránky města, http://www.veseli.cz/index.asp)

4.3 Analýza nabídky destinace - město Tábor

Obrázek 4: Město Tábor



Zdroj: http://netmap2.planstudio.cz/tabor/

Základní údaje o městě

Město Tábor je druhým největším jihočeským městem a zároveň významným dopravním, hospodářským a kulturním centrem regionu. V posledních letech došlo k modernizaci města prostřednictvím rekonstrukce historického jádra, městských parků i sportovních zařízení.

- Rozloha města: 6 221 ha
- Nejvyšší nadmořská výška: Žižkovo náměstí (historické centrum – 450 m n. m.)
- Nejnižší nadmořská výška: řeka Lužnice
  (čistička vody Na Papírně – 384 m n. m.)
- Počet obyvatel: 35 334 obyvatel (stav k 31. 12. 2010 – www.czso.cz)
  z toho 17 095 mužů a 18 239 žen

(Zdroj: Oficiální web města Tábor, http://www.taborcz.eu/)

Tabulka 1: Vývoj počtu obyvatel v Táboře

		2005	2006	2007	2008	2009	2010
Stav obyvatel k 1.7.		**35 957**	**35 849**	**35 768**	**35 625**	**35 545**	**35 435**
v tom:	muži	17 372	17 354	17 316	17 216	17 189	17 130
	ženy	18 585	18 495	18 452	18 409	18 356	18 305
Stav obyvatel k 31.12.		**35 898**	**35 859**	**35 769**	**35 593**	**35 484**	**35 334**
v tom ve věku:	0 - 14	5 074	4 972	4 863	4 778	4 746	4 763
	15 - 64	25 850	25 866	25 765	25 583	25 370	25 055
	65 +	4 974	5 021	5 141	5 232	5 368	5 516
Průměrný věk		39,9	40,2	40,5	40,8	41,1	41,4
Index stáří (65+ / 0 -14 v %)		98,0	101,0	105,7	109,5	113,1	115,8
muži		17 359	17 329	17 292	17 203	17 164	**17 095**
v tom ve věku:	0 - 14	2 570	2 541	2 490	2 470	2 455	2 466
	15 - 64	12 856	12 819	12 783	12 657	12 564	12 407
	65 +	1 933	1 969	2 019	2 076	2 145	2 222
ženy		18 539	18 530	18 477	18 390	18 320	**18 239**
v tom ve věku:	0 - 14	2 504	2 431	2 373	2 308	2 291	2 297
	15 - 64	12 994	13 047	12 982	12 926	12 806	12 648
	65 +	3 041	3 052	3 122	3 156	3 223	3 294

Zdroj: www.czso.cz

4.3.1 Přírodní potenciál

Destinace Táborsko se nachází v povodí řeky Lužnice, která vytváří svérázný krajinný ráz. Krajina je bohatá na lesy, louky a rybníky.

Mezi nejvýznamnější přírodní atraktivity patří Granátová skála, vyvřelý ortorulový skalní masiv prostoupený tmavými českými granáty. Geologická expozice Pod Klokoty je zaměřena na jednotlivé druhy hornin, které se zde nacházejí.

V centru Tábora se také nachází Botanická zahrada Tábor, která vznikla v roce 1866 a je druhou největší v České republice. Mezi další přírodní zajímavosti se řadí ZOO Tábor – Větrovy, byla otevřena teprve v roce 2011. Zoologická zahrada je rozlohou největší zoologickou zahradou jižních Čech a je zaměřena převážně na faunu amerického kontinentu.

(Zdroj: Oficiální web města Tábor, http://www.taborcz.eu/)

4.3.2 Kulturně – historický potenciál

Celá oblast jižních Čech nabízí široké spektrum turistických cílů. Jádro města Tábor je prohlášeno za městskou památkovou rezervaci. Veškeré zajímavosti jsou odkazem husitské historie. Nejzajímavější jsou městské hradby s vyhlídkovou věží Kotnov a Žižkovo náměstí s pomníkem Jana Žižky z Trocnova a renesanční kašnou ze 16. století. Pod náměstím se nacházejí podzemní chodby, pozůstatek z doby husitské.

V Táboře se nacházejí i technické památky. Nejznámější je renesanční vodárenská věž, která sloužila jako zásobárna pitné vody. Dnes se zde nachází galerie. Další technickou památkou je první elektrická vlaková dráha, vedoucí z Tábora do Bechyně, s původní historickou vlakovou soupravou, tzv. Bechyňkou.

Sakrální atraktivity jsou tvořeny Poutním kostelem Klokoty, Klášterním kostelem Narození Panny Marie, Hřbitovní kaplí sv. Filipa a Jakuba, Děkanským kostelem Proměnění Páně na hoře Tábor či Špitální kaplí Svatého kříže – Pravoslavný chrám Povýšení sv. Kříže.
(Zdroj: Oficiální web města Tábor, http://www.taborcz.eu/)

4.3.3 Kulturně – společenský potenciál

V centru Tábora se nachází novorenesanční divadlo Oskara Nedbala, pojmenované podle významného rodáka, skladatele, dirigenta a virtuóza Oskara Nedbala. V blízkosti divadla se nachází budova Střelnice, která byla prohlášena ministerstvem kultura za kulturní památku. Rekonstrukce této budovy byla dokončena v roce 2006 a nyní opět slouží ke konání společenských a kulturních akcí.

Město Tábor má vlastní kino Svět a početné galerie (např. Gotický sál Husitského muzea, Galerie Vodárenská věž či Galerie U radnice).

V historickém centru města se nachází zajímavá expozice Táborský poklad, která odhaluje předměty denní potřeby a život měšťanů na konci středověku a začátku novověku.

Tábor každoročně pořádá Táborská setkání, která ukazují život za období husitství. Tento festival láká mnoho českých a zahraničních návštěvníků. Je významnou součástí podpory cestovního ruchu v destinaci.

Další významné pravidelně konané kulturní akce:

- Reprezentační slavnosti piva a minerálních vod – leden/únor
- Husitské dny – květen/červen
- Táborské kulturní léto – červenec/srpen
- Táborská setkání – září (vždy pátek – neděle)
- Táborské Vánoce – prosinec
- Pravidelné výstavy (Galerie U Radnice)
- EHD – výtvarná soutěž

(Zdroj: Oficiální web města Tábor, http://www.taborcz.eu/)

4.3.4 Dopravní dostupnost a obslužnost

Doprava a služby s ní spojené jsou klíčovým faktorem pro rozvoj cestovního ruchu. Zajišťují přesun účastníků cestovního ruchu z místa jejich trvalého bydliště do cílové destinace. Území Táborska je protnuto významnými silničními a železničními trasami, které mají i celostátní význam. V silniční dopravě je nejdůležitější Mezinárodní silnice I/3 E55 ve směru Praha – Tábor – České Budějovice – Linz, která se v Táboře kříží se silnicí I/19 ve směru Pelhřimov – Milevsko – Plzeň. V okolí Tábora se od roku 1991 buduje dálnice D3, která by měla spojit Prahu a České Budějovice. Tato dálnice tvoří obchvat kolem města Tábor.

Táborsko tvoří také významný železniční uzel. Destinace je protnuta IV. železničním koridorem, který začíná již ve Stockholmu. Na území České republiky je nejdůležitější

část Praha – Tábor – Veselí nad Lužnicí - České Budějovice. Trať vede až na území Rakouska (Linz). Z Tábora vedou i další tři železniční tratě směr Ražice, Bechyně a Horní Cerkev.

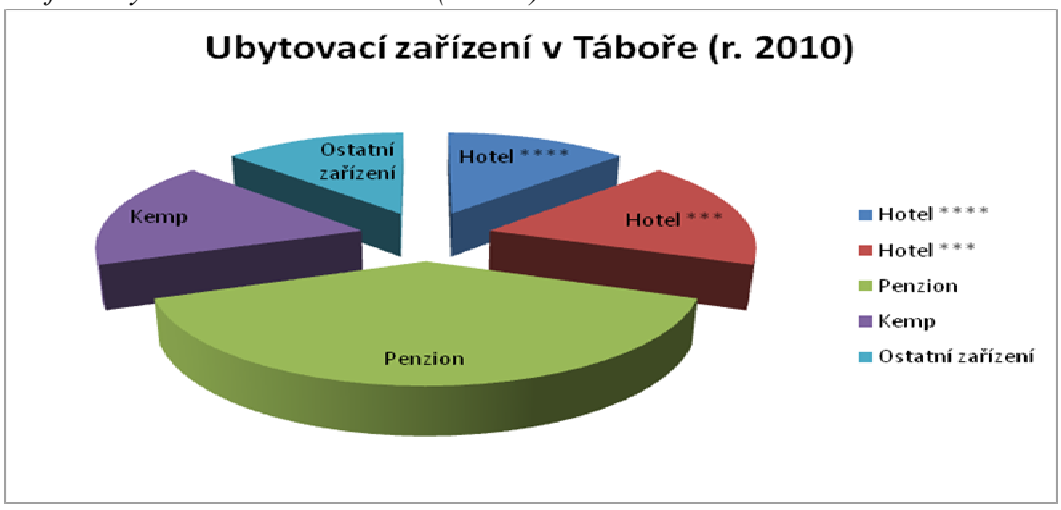
Mezinárodní letecké služby jsou zprostředkovány letištěm Praha – Ruzyně. Vzdálenost Tábora od tohoto letiště je přibližně 100 km.

Autobusová doprava (linková i místní městská hromadná) je zajišťována dopravcem COMETT PLUS, spol. s r. o. Městská hromadná doprava je uskutečňována prostřednictvím 15 linek, která obsluhují trojměstí Tábor – Sezimovo Ústí – Planá nad Lužnicí a okolní vsi do vzdálenosti 10 km od města Tábor.
(Zdroj: Oficiální web města Tábor, http://www.taborcz.eu/)

4.4 Ubytovací zařízení v Táboře

Ubytovací zařízení jsou předpokladem pro realizaci pobytového cestovního ruchu. Zabezpečují přechodné ubytování pro účastníky cestovního ruchu a nabízejí jim doplňkové služby, které mají uspokojit i další potřeby těchto účastníků.

Graf 1: Ubytovací zařízení v Táboře (r. 2010)



Zdroj: vlastní zpracování dle ČSÚ

Podle statistik byl v Táboře v roce 2010 stav hromadných ubytovacích zařízení následovný: celkem 23 hromadných ubytovacích zařízení, celkový počet pokojů a chatek sloužících pro cestovní ruch byl 484, počet stálých lůžek v ubytovacích zařízení byl 1 181 a počet míst pro stany a karavany tvořil 235 míst.
(Zdroj: Český statistický úřad, http://www.czso.cz)

Tabulka 2: Hromadná ubytovací zařízení v Táboře

Stav k 31.12.	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Hromadná ubytovací zařízení celkem	24	24	26	23	24	23
Hotel *****	-	-	-	-	-	-
Hotel, motel, botel ****	2	3	3	3	3	3
Hotel, motel, botel ***	4	4	4	4	4	4
Hotel, motel, botel **	-	-	-	-	-	-
Hotel, motel, botel *	-	-	-	-	-	-
Hotel garni ****, ***, **, *	-	-	-	-	-	-
Penzion	9	9	10	8	8	8
Kemp	4	4	4	4	4	4
Chatová osada	-	-	-	-	-	-
Turistická ubytovna	1	1	1	1	1	-
Ostatní hromadná ubytovací zařízení jindy neuvedená	4	3	4	3	4	4

Zdroj: vlastní zpracování dle ČSÚ

Z tabulky, vytvořené podle údajů uveřejněných na stránkách Českého statistického úřadu, je patrné, že se v Táboře nenachází žádný hotel *****, ani ubytovací zařízení v kategorii hotel, motel, botel **, *. Návštěvníci zde nenaleznou žádný hotel garni ani chatovou osadu. Celkový počet hromadných ubytovacích zařízení neustále kolísá a v roce 2010 dokonce klesl na počet 23.

V kategorii Hotel, motel, botel **** se nachází: HOTEL DVOŘÁK, HOTEL NAUTILUS a HOTEL LÁZNĚ. Mezi Hotel, motel, botel *** patří: HOTEL RELAX, HOTEL PALCÁT, HOTEL KAPITAL a HOTEL ELZET. Do kategorie Penzion se na území města Tábor řadí např.: PENSION MODRÁ RŮŽE, PENSION ALFA či PENSION SYLVA. Mezi zařízení pod názvem kemp se řadí: TÁBOŘIŠTĚ SUCHOMELŮV OSTROV, ATC KNÍŽECÍ RYBNÍK, ATC MALÝ JORDÁN a HARRACHOVKA.

Tabulka 3: Hromadná ubytovací zařízení v Jihočeském kraji (r. 2010)

	Počet zařízení	Pokoje	Lůžka	Místa pro stany a karavany
Hromadná ubytovací zařízení celkem	963	17 465	49 912	13 688
Hotel *****	2	i.d.[1]	i.d.[1]	i.d.[1]
Hotel, motel, botel ****	28	1 689	3 410	-
Hotel, motel, botel ***	96	2 463	5 613	-
Hotel, motel, botel **	23	491	1 297	-
Hotel, motel, botel *	12	i.d.[1]	i.d.[1]	i.d.[1]
Hotel garni ****, ***, **, *	10	i.d.[1]	i.d.[1]	i.d.[1]
Penzion	343	3 157	8 663	65
Kemp	127	1 434	5 372	13 281
Chatová osada	60	1 246	4 875	80
Turistická ubytovna	52	853	3 191	60
Ostatní HUZ	210	5 655	16 376	182

Poznámka: [1] Důvěrný údaj
Zdroj: vlastní zpracování dle ČSÚ

Podle statistik Českého statistického úřadu se množství hromadných ubytovacích zařízení v Jihočeském kraji neustále mění V roce 2005 bylo celkové množství 995 zařízení. V následujících dvou letech se počet zvýšil na 1 022 zařízení. Od roku 2008 tento počet stále klesal, až na 963 hromadných ubytovacích zařízení zjištěných v roce 2010.

Tento vývoj se projevil i v počtu hromadných ubytovacích zařízení na území města Tábor. Od roku 2005 do roku 2007 jejich počet rostl, avšak od roku 2008 celkový počet těchto zařízení klesá.

Tabulka 4: Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení Tábor

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Počet příjezdů hostů	31 088	34 199	35 248	33 211	27 643	26 655
z toho rezidenti	19 883	22 752	22 832	22 428	20 024	18 804
Počet přenocování	65 913	66 217	72 957	68 002	50 129	46 680
z toho rezidenti	42 368	43 790	48 159	46 613	37 126	33 044
Průměrný počet přenocování	2,1	1,9	2,1	2,0	1,8	1,8
Průměrná doba pobytu	3,1	2,9	3,1	3,0	2,8	2,8
Čisté využití lůžek (v %)	22,1	21,1	24,1	24,3	18,6	17,9
Využití pokojů (v %)	27,2	27,3	29,8	31,1	24,9	22,3

Zdroj: vlastní zpracování dle ČSÚ

Ze statistiky je patrné, že počet návštěvníků hromadných ubytovacích zařízení stále klesá. Avšak průměrný počet přenocování se neustále pohybuje okolo hodnoty 2 dny. Klesá i čisté využití lůžek a celková vytíženost pokojů.

4.5 Analýza vnějšího a vnitřního prostředí Hotelu Knížecí rybník

4.5.1 Analýza vnějšího prostředí

Makroprostředí

Makroprostředí hotelu je tvořeno třemi základními faktory, a to faktory ekonomickými, politicko-právními, technologickými a socio-kulturními. V rámci celého cestovního ruchu v současnosti působí na makroprostředí převážně následující skutečnosti.

Ze statistických údajů vyplývá, že dochází k demografické změně ve složení obyvatelstva. Nastává stárnutí populace, které se projevuje v Evropě, Severní Americe, Austrálii, ale také v Japonsku. V současnosti je na světě okolo 600 milionů lidí starších než 60 let a 30 % této populace tvoří obyvatelstvo vyspělých států. V roce 2020 by mělo

být v Evropské unii o něco více než 50 % občanů starších 50 let (Drobná-Morávková, 2004: 137). Tento fakt způsobuje změnu struktury účastníků cestovního ruchu, je třeba tomuto jevu přizpůsobit nabídku produktů. Segment seniorského cestovního ruchu je charakteristický převážně dostatkem volného času a dostatečným kupním fondem (zejména v ekonomicky vyspělých státech). Tito účastníci mají své potřeby, zájmy a cíle, avšak jsou méně pohybliví, takže vyžadují zvláštní nabídku obvykle ve formě balíčku služeb s vyšším standardem ubytování a speciální nabídkou stravování. (Orieška, 2010: 347).

Dalším faktorem, který ovlivňuje v dnešní době makroprostředí cestovního ruchu, je zkracování doby pobytu účastníků cestovního ruchu na dovolené. Tento fakt je způsoben rychlým životním tempem současnosti. Lidé tráví mnohem více času v zaměstnání, budují si své kariéry a na dlouhodobou dovolenou jim nezbývá čas. Stále více oblíbené jsou tzv. „prodloužené víkendy“. Díky této poptávce se neustále zvyšuje nabídka produktových balíčků v podobě nejrůznějších wellness pobytů, euro-víkendů a mnoha dalších.

Makroprostředí cestovního ruchu se musí řídit legislativou upravující podmínky pro jeho poskytování. V každém státě jsou zákony a nařízení přizpůsobena tamním podmínkám a celkové politice státu. Když se zaměříme na ubytovací služby a legislativu upravující jejich provozování na území České Republiky, právní vztah mezi ubytovatelem a ubytovaným hostem upravuje občanský zákoník (§ 754 - 759 a další)

Socio-kulturní rozdíly jsou dalším faktorem ovlivňujícím makroprostředí cestovního ruchu. Největší vliv na tuto oblast má v dnešní době globalizace, která mění podstatu nejen mezinárodního, ale také domácího cestovního ruchu. Změny se týkají jak strany nabídky, tak strany poptávky. Turistické destinace se vlivem globalizačních tendencí mění a začínají se svou infrastrukturou navzájem podobat. Mnoho restaurací, rychlých občerstvení či obchodů je zapojeno do mezinárodních řetězců, takže turista mnohdy

nepozná, v jaké destinaci se nachází. Globalizace stírá rozdílnost národních zvyků a symbolů. Proto je důležité zachovat identitu a originalitu každé destinace.
(Zdroj: Globalizace a cestovní ruch, http://cestovni-ruch.cz/skolstvi/globalizace.php)

Mikroprostředí

Do této sféry lze zahrnout konkurenci v destinace, která bude podrobněji rozebrána v kapitole 4.5.3. Zde dojde k analýze jednotlivých ubytovacích zařízení, k vymezení jimi poskytovaných služeb, ubytovacích kapacit a cen za jejich zprostředkování.
Dále se do mikroprostředí řadí partnerské firmy, které nejsou pro podnik konkurenty, ale podílí se na jeho aktivitách. Nejvíce mohou ovlivnit chod vybraného hotelu dodavatelé, kteří zásobují restauraci a místní kiosek. Na včasnosti a úplnosti jejich dodávek zboží a materiálu závisí kvalita poskytovaných služeb v hotelu. Mezi nejvýznamnější dodavatele Hotelu Knížecí rybník patří NOWACO (maso, mražené výrobky), Plzeňský Prazdroj, a. s., Coca Cola, s. r. o., Boby Velkoobchod nápoji, Domita, a. s. (táborské pekárny), GIRA (ovoce a zelenina) a další.

Značný vliv na fungování hotelu mohou mít i zákazníci. Všeobecně je hotel formou ubytovacího zařízení, které poskytuje služby účastníkům cestovního ruchu. Na základě výzkumu lze konstatovat, že segment zákazníků je tvořen domácími návštěvníky, zahraničními turisty, ale i rezidenty využívajícími služeb hotelu.

Poslední skupinou ovlivňující vnější mikroprostředí hotelu je veřejnost. Řadíme sem širokou veřejnost, místní komunity (rezidenty, zájmové skupiny), zaměstnance podniku, ale také sdělovací prostředky upozorňující na existenci daného hotelu. Tyto faktory mohou ovlivnit podnik jak kladně, tak záporně.

4.5.2 Analýza vnitřního prostředí Hotelu Knížecí rybník

Hotel se nachází 5 km východně od města Tábor v těsné blízkosti silnice č. 19 směrem na Brno. Celý areál je situován v klidné lokalitě mezi lesem a rybníkem. Díky tomu je zde velmi příjemné prostředí pro rodiny s dětmi, ale také pro nadšené rybáře, kteří zde mohou, po zakoupení povolenky, volně rybařit.

Vnitřní prostředí hotelu lze obecně rozdělit do čtyř základních skupin vnitřních zdrojů, a to na:

a) Fyzické zdroje

Areál zahrnuje hlavní budovu hotelu s restaurací a terasou a také chatovou oblast. Celková kapacita hotelu je 82 lůžek a v prostorách kempu je 250 lůžek.

Budova hotelu obsahuje dvou, tří a čtyřlůžkové pokoje. Z toho 10 hotelových pokojů má vlastní sociální zařízení, televizi a ledničku o celkové kapacitě 21 lůžek. Pod označením ubytovna je zde 23 pokojů pouze s umyvadlem, sociální zařízení je pro pokoje společné, kapacita těchto pokojů je 61 lůžek.

Chatová oblast je rozprostřena na břehu rybníku. Skládá se ze 3, 4 a 6-ti lůžkových chatek se základním vybavením (válendy, palandy, stůl, židle, skříně, přikrývky s lůžkovinami, lednička a zásuvka na 220 V).

V prostorách kempu je možno využít vlastní ubytovací zařízení, jako jsou stany, karavany či mikrobusy s možností připojení na elektrický proud.

Areál je vhodný pro pořádání školních výletů. Je zde možnost sportovního vyžití i koupání. Pro tyto příležitosti jsou zde zvýhodněné ceny, kde se platí pouze za skutečně ubytované osoby a ne za celou chatku.

Uprostřed areálu se nachází nově vybudované sprchové automaty s umývárnami a sociálním zařízením. Je zde také prádelna a kuchyňka. Během hlavní letní sezóny (červenec – srpen) je pro návštěvníky otevřen stánek se základními potravinami a stánek s občerstvením. Po celém areálu jsou vybudovány stojánky s pitnou vodou.

V období od 1. dubna do 20. prosince je zákazníkům k dispozici stravování v restauraci se zastřešenou terasou nacházející se v hlavní budově. Celková kapacita restaurace je 50 míst a 100 míst se nachází v prostorách terasy.

Areál nabízí také sportovní vyžití. Najdeme zde asfaltová hřiště na volejbal, nohejbal, tenis a basketbal a zároveň je možnost využití venkovních pingpongových stolů. Rybník nabízí možnost plavání s pozvolným vstupem do vody, vhodným i pro malé děti. Návštěvníci si mohou půjčit loďku či šlapadlo. Sportovní rybolov je možno provozovat po zakoupení místní povolenky na recepci v kempu.

Přímo v areálu kempu je také nabízeno zapůjčení horských kol zn. Author s odpruženou vidlicí. Kola se půjčují pouze ubytovaným hostům za poplatek 150,- Kč/den nebo 100,- Kč/půl dne. Jak již bylo uvedeno je zde také půjčovna lodiček a šlapadel (během letní sezóny – červenec a srpen). Cena lodiček je 50,- Kč/hod a šlapadel 100,- Kč/hod.

Hotel Knížecí rybník nabízí možnost pořádání nejrůznějších školení, firemních schůzí, setkání zájmových organizací, soustředění sportovních oddílů, nejrůznějších oslav či svateb, a to po celý rok. K dispozici je oddělený sál s barem pro 80 osob nebo menší salónek pro 30 osob. Další nabídkou je grilování prasete, je zde k dispozici mobilní gril na úpravu prasete o velikosti 40 – 100 kg.

Pro návštěvníky hotelu jsou přichystány hudební večery, které se konají v sezónních měsících, vždy ve čtvrtek a v neděli od 19:00 do 23:00 hodin.
(Zdroj: Hotel Knížecí rybník – oficiální stránky hotelu, http://www.knizecirybnik.cz/)

Obrázek 5: Mapa areálu

(Zdroj:http://www.knizecirybnik.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=3&Itemid=51)

b) Lidské zdroje

Hotel Knížecí rybník provozuje společnost MARELAX, s. r. o., která má dva společníky a zároveň jednatele - Martina Vovse a Marina Tůmu, kteří řídí chod celého areálu.

Počet zaměstnanců se mění. Hotel je sezónním zařízením, proto v zimním období stačí na řízení hotelu pouze práce dvou majitelů. Během letní sezóny je zde 13 stálých zaměstnanců (2 recepční hotelu, správce areálu, 2 kuchaři s pomocnou sílou, 2 servírky, 2 pokojské a 2 majitelé - ředitelé) a v případě potřeby jsou najímání brigádníci na pomoc s obsluhou.

Cílem majitelů je zvyšovat kvality lidských zdrojů vzdělávacími kurzy. Zlepšit by se měla jazyková úroveň, zejména recepční a servírek.

c) Finanční zdroje

Hotel provozuje společnost MARELAX, s. r. o. pod vedením Martina Vovse a Martina Tůmy. Veškeré závazky ve formě úvěru, byly splaceny. Na základě strukturovaného rozhovoru s majitelem bylo zjištěno, že výsledky hospodaření hotelu stagnují. Díky dlouhodobému působení na trhu, dobré pověsti a levnější formě ubytování, fungování hotelu neohrozila ani současná ekonomická krize. Způsobila pouze změny ve struktuře návštěvníků.

Závazky vůči dodavatelům zboží a materiálu hotel nemá. Hotel nemá ani žádné pohledávky. Návštěvníci hradí cenu svého pobytu ihned po příjezdu do areálu. Nevyužívají se zde platby předem, ani platby převodem na účet. Před zahájením každé sezóny je nutné mít disponibilní kapitál přibližně 200 000,- Kč.

d) Zdroje nehmotné povahy

Hotel Knížecí rybník vznikl již v roce 1956. Má tedy dlouholetou tradici a historii. Jezdí sem návštěvníci z Jihočeského kraje, ale také návštěvníci dalších regionů České republiky i zahraničí. Celková klientela hotelu je tvořena z 80 % - 90 % účastníky domácího cestovního ruchu, zbylá část je tvořena zahraničními návštěvníky. Jedná se cizince převážně z Evropy (Holandsko, Dánsko, Německo či Velká Británie).
(Zdroj: Strukturovaný rozhovor s majitelem hotelu)

Marketingová strategie hotelu

Hotel Knížecí rybník je spíše znám jako levnější forma ubytování v kempu. Majitelé by se chtěli zaměřit na zlepšení kvality služeb hotelu. Proběhla rekonstrukce části hotelových pokojů, v této rekonstrukci se bude i nadále pokračovat. Chystá se také rekonstrukce stravovacího úseku hotelu, tzn. nové vybavení restaurace i kuchyně.

Na začátku roku 2012 proběhla rekonstrukce webových stránek hotelu. Návštěvníci si zde mohou podrobně prohlédnout celý areál, dozvědí se aktuální ceny za ubytování a možnosti stravování. Jsou tu uvedeny i doprovodné služby a také atraktivity nacházející se v okolí hotelu. Novinkou webových stránek je interaktivní mapa areálu, kde si zákazníci mohou najít konkrétní chatku či hotelový pokoj a zobrazí se jim aktuální obsazenost vybraného ubytovacího zařízení. Je připraven i poptávkový formulář, na jehož základě bude vytvořena rezervace. Celou rezervaci lze uskutečnit i telefonicky. Webové stránky jsou v provozu velmi krátkou dobu, proto jsou zatím pouze v českém jazyce. Majitelé chtějí v co nejbližší době vytvořit německou a anglickou variantu těchto webových stránek a také připojit video prezentaci hotelu.

Další část marketingové komunikace hotelu je zajištěna reklamou v místě - plakátovací plochou, umístěnou na viditelném místě před hotelem. Dále je v oblasti Tábora vytvořen navigační systém v podobě dopravního a informačního značení, které navede návštěvníky přímo k hotelu. V táborském turistickém informačním centru jsou návštěvníkům k dispozici letáky obsahující informace o areálu. Hotel Knížecí rybník je také zahrnut do aktuální nabídky táborské cestovní kanceláře D – TOUR, s. r. o., která se zabývá prodejem zájezdů do tuzemska a na Slovensko.
(Zdroj: Strukturovaný rozhovor s majitelem hotelu)

4.5.3 Analýza konkurence

Město Tábor nabízí ubytování v různých typech ubytovacích zařízení. Nabídka je tvořena prostřednictvím hotelů, penzionů, kempů a ostatních zařízení. Hotel Knížecí rybník je klasifikován jako hotel a kemp zároveň. Proto jsou v další části bakalářské práce analyzována všechna ubytovací zařízení této kategorie nacházející se v destinaci Tábor. V tabulce č. 5 je pak uveden výčet ubytovacích zařízení v Táboře, která jsou registrována v databázi ČSÚ.

Tabulka 5: Seznam ubytovacích zařízení Tábor

Název	Kategorie	Sezónní provoz	Počet pokojů	Počet míst pro stany a karavany
HOTEL DVOŘÁK	Hotel ****	celoroční provoz	51 až 100	žádné
HOTEL LÁZNĚ	Hotel ****	celoroční provoz	11 až 50	žádné
HOTEL NAUTILUS	Hotel ****	celoroční provoz	11 až 50	žádné
HOTEL ELZET	Hotel ***	celoroční provoz	11 až 50	žádné
AMBER HOTEL PALCÁT	Hotel ***	celoroční provoz	51 až 100	žádné
HOTEL KAPITAL	Hotel ***	celoroční provoz	11 až 50	žádné
HOTEL RELAX	Hotel ***	celoroční provoz	11 až 50	žádné
PENSION KAVÁRNA SYLVA	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
PENSION DÁŠA	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
PENSION ALFA	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
PENSION 189 KAREL BICAN	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
PENZION SPORT	Penzion	celoroční provoz	11 až 50	žádné
PENSION RESTAURACE MODRÁ RŮŽE	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
PENSION KALINA	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
PENSION 7	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
PENSION 325	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné
KEMP KNÍŽECÍ RYBNÍK	Kemp	letní provoz	11 až 50	51 až 100
AUTOCAMPING MALÝ JORDÁN	Kemp	letní provoz	11 až 50	11 až 50
VODÁCKÝ TÁBOR SUCHOMELŮV OSTROV	Kemp	letní provoz	10 a méně	51 až 100
TÁBOŘIŠTĚ HARRACHOVKA	Kemp	letní provoz	10 a méně	11 až 50
SPŠ STROJNÍ A STAVEBNÍ	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	letní provoz	51 až 100	žádné

DOMOV MLÁDEŽE	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	letní provoz	11 až 50	žádné
HOSTEL ZŠ BERNARDA BOLZANA	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	10 a méně	žádné

Zdroj: www.czso.cz (aktualizováno 26.01.2012)

Hotely:

HOTEL DVOŘÁK TÁBOR ****

Nachází se v historickém centru města Tábor na místě původního pivovaru v těsné blízkosti táborského hradu. Hotelový komplex disponuje 72 luxusními pokoji s celkovou kapacitou 139 míst. Všechny pokoje jsou vybaveny vlastní koupelnou s vanou, minibarem, televizí, telefonem a přípojkou na internet. Hostům je k dispozici restaurace (170 míst), lobby bar a letní terasa. Součástí hotelu je kongresový sál s kapacitou až 500 osob a salonky. Parkování hostů je možné v podzemních garážích nebo přímo před hotelem.

(Zdroj:Hotel Dvořák – oficiální stránky hotelu, http://www.dvoraktabor.cz/)

HOTEL LÁZNĚ ****

Hotel je umístěn v původní budově nově zrekonstruovaných městských lázní, na břehu řeky Lužnice, přímo pod historickými hradbami. Vzdálenost od historického centra města je cca 10 min chůze. Hotel disponuje 13 luxusně vybavenými pokoji a restaurací s kapacitou 80 míst.

(Zdroj: Hotel Lázně – oficiální stránky hotelu, http://www.hotellazne.cz/)

HOTEL NAUTILUS ****

Tento 4 hvězdičkový boutigue hotel s vysokou úrovní komfortu i kuchyně se nachází přímo na hlavním Žižkově náměstí v historickém centru města Tábor. Stavba hotelu byla dokončena v březnu roku 2006. Hotel Nautilus disponuje 22 pokoji od standardních a de luxe, přes apartmá až po prezidentské apartmá. Celkově je zde k dispozici 44 lůžek. Prostory hotelu i restaurace jsou zdobeny uměleckými předměty

a sochami se současným designem. Nacházejí se zde vhodné prostory pro konání jednání, konferencí, seminářů a pracovních setkání.

(Zdroj: Hotel Nautilus – oficiální stránky hotelu, http://www.hotelnautilus.cz/)

HOTEL ELZET ***

Hotel je umístěn na okraji města Tábor ve směru na Pelhřimov. Nabízí ubytování ve 14 dvoulůžkových pokojích a v 1 třílůžkovém pokoji o celkové kapacitě 48 míst. Návštěvníkům je zde k dispozici občerstvení v restauraci se dvěma zahrádkami o celkové kapacitě 162 míst. Hotel má vlastní prostory pro konání školení s kapacitou 30 míst.

(Zdroj: Hotel Elzet – oficiální stránky hotelu, http://www.hotelelzet.cz/)

AMBER HOTEL PALCÁT ***

Tento hotel má ve městě dlouholetou tradici. Nachází se na hlavní obchodní třídě města Tábor, v těsné blízkosti historického jádra města u rekreační zóny rybníku Jordán. Sedmipodlažní hotelová budova poskytuje ubytování pro 137 osob v 67 pokojích. Zákazníkům je k dispozici hotelová restaurace a v letních měsících terasa s možností grilování. V hotelu se také nachází čínská restaurace China. Tento kongresový hotel nabízí svým klientům velmi široké možnosti pro pořádání konferencí, firemních setkání, veletrhů, team building a jiných akcí.

(Zdroj: Hotel Palcát – oficiální stránky hotelu, http://www.hotelpalcat.cz/)

HOTEL KAPITAL ***

Hotel byl přejmenován na BEST WESTERN Hotel Tábor ***. Nachází se v nákupní zóně města, cca 15 minut pěšky od historického centra. Nabízí ubytování ve 24 jednolůžkových a dvoulůžkových pokojích. Celková kapacita je 53 míst. Hotel se vyznačuje přátelskou atmosférou a osobním přístupem k hostům. Hotelová restaurace Venezia nabízí to nejlepší z italské, české i mezinárodní kuchyně.

(Zdroj: Hotel BW – oficiální stránky hotelu, http://www.bwhoteltabor.cz/)

HOTEL RELAX U Drsů ***

Leží na okraji města Tábor ve směru na České Budějovice. Ubytování nabízí ve 23 hotelových pokojích s kapacitou 53 lůžek. V restauračním komplexu se nachází stylová podzemní restaurace pro 70 osob, vinárna s 25 místy a dvěma uzavíratelnými privátními salonky. Hotel má vlastní relaxační komplex, kde hosté mohou využít whirpoolovou vanu, saunu, moderní posilovnu, spinning, dva ricochetové kurty, solárium či masážní, kosmetické a kadeřnické služby. Doménou hotelových služeb je vlastní solná jeskyně.

(Zdroj: Hotel Relax – oficiální stránky hotelu, http://www.hotel-relax.cz/)

Tabulka 6: Srovnání cen a kapacit hotelů

Název hotelu	Cena (za noc, včetně snídaně)		Kapacita
	Jednolůžkový pokoj	Dvoulůžkový pokoj	
Hotel Dvořák Tábor ****	2 500,- Kč	2 850,- Kč	139 míst
Hotel Lázně ****	1 300,- Kč	2 100,- Kč	40 míst
Hotel Nautilus ****	2 250,- Kč	2 700,- Kč	44 míst
Hotel Elzet ***	1 250,- Kč	1 650,- Kč	42 míst
Amber Hotel Palcát ***	1 200,- Kč	1 600,- Kč	137 míst
Hotel Kapital ***	1 290,- Kč	1 790,- Kč	53 míst
Hotel Relax U Drsů ***	890,- Kč	1 140,- Kč	53 míst
Hotel Knížecí rybník	600,- Kč	1 000,- Kč	21 míst

Zdroj: vlastní zpracování dle aktuální nabídky hotelů

Kempy:

ATC Malý Jordán

Autocamping Malý Jordán se nachází mezi vodní nádrží Jordán a rybníkem Malý Jordán na předměstí města Tábor. Ubytování je možné ve 4 dvoulůžkových chatkách a 14 čtyřlůžkových chatkách. Je zde 20 míst pro stany a 18 míst pro karavany. V areálu

jsou veřejné sprchy, WC, kuchyňka, společenská místnost a tábořiště. Návštěvníkům je k dispozici restaurace.
(Zdroj: ATC Malý Jordán – oficiální stránky kempu, http://www.malyjordan.cz/)

Tábořiště Suchomelův ostrov

Nachází se přímo pod historickým centrem Tábora u řeky Lužnice, v lokalitě Tábor – Čelkovice. Kemp umožňuje pouze ubytování ve stanu, celková kapacita kempu je 150 stanů. Sociální zařízení a sprchy jsou umístěny v Restauraci U Lípy, vzdálené cca 50 m. Tato restaurace nabízí návštěvníkům možnost stravování či pořádání grilování.
(Zdroj: Restaurace U Lípy – stravovací zařízení kempu, http://restauraceulipycelkovice.webnode.cz/suchomeluv-ostrov/)

Tábořiště Harrachovka

Toto vodácké tábořiště, nabízející pouze ubytování ve stanu, se nachází přibližně 3 km od Tábora po proudu řeky Lužnice. Kapacita kempu je 50 stanů. Jsou zde sprchy i sociální zařízení. Možnost občerstvení nabízí místní restaurace.
(Zdroj:Harrachovka – Oficiální web kempu, http://www.taborcz.eu/taboriste-a-restaurace-harrachovka/os-1696/p1=1054)

5 Terénní šetření

V rámci bakalářské práce na téma Hotel jako součást infrastruktury destinace cestovního ruchu, se zaměřením na Hotel Knížecí rybník, proběhl sběr primárních dat.

Sběr primárních dat byl realizován prostřednictvím dotazníkového šetření, které se soustředilo na zjištění povědomí náhodných respondentů o daném hotelu, a také o současné marketingové komunikaci hotelu a spokojenosti návštěvníků se službami a personálem.

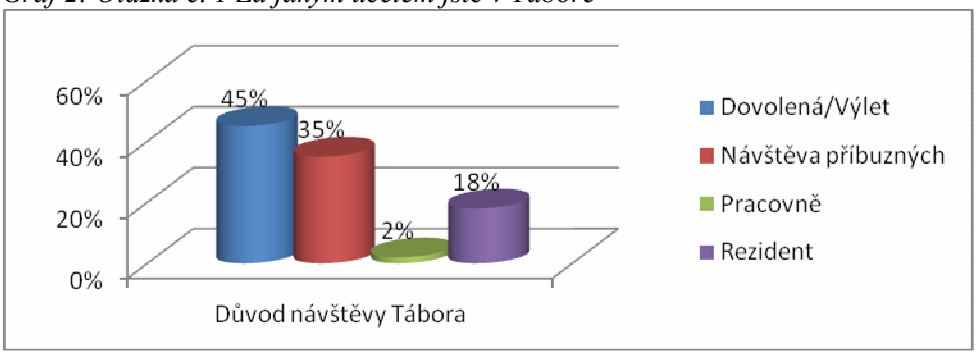
Dotazník byl sestaven tak, aby byly otázky a následné odpovědi jednoznačné. Před začátkem dotazování proběhla pilotáž, díky které byly odhaleny a odstraněny nedostatky dotazníku. Následně byl dotazník osobně předán a vyplněn 220 respondenty, kteří se skládali i ze zahraničních turistů. Dotazování proběhlo face-to-face metodou, následně byla data zpracována a analyzována pomocí tabulkového procesoru a interpretována v jednotlivých grafech a tabulkách s příslušnými komentáři.

5.1 Vyhodnocení dotazníkového šetření

1) Za jakým účelem jste v Táboře?

Nejčastější odpovědí byla „dovolená a výlet“ (45 %), následovala „návštěva příbuzných“ (35 %), podstatnou část tvořili „rezidenti“ (18 %) a pouhá 2 % připadla na „pracovní návštěvu“.

Graf 2: Otázka č. 1 Za jakým účelem jste v Táboře

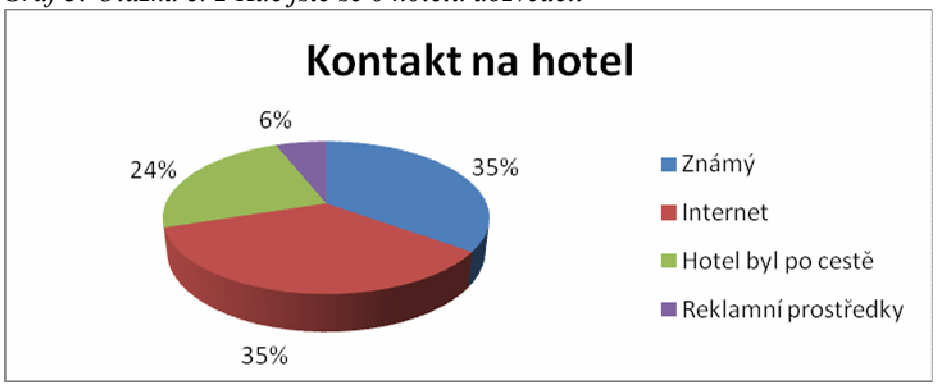


Zdroj: Vlastní šetření

2) Kde jste se o hotelu dozvěděli?

Dvě nejčastěji vybrané odpovědi se po sečtení rovnaly. Odpověď „od známých“ celkem označilo 35 % respondentů, tento údaj zahrnuje 7 % odpovědí rezidentů a 28 % odpovědí návštěvníků Tábora. „Z internetu“ se o hotelu dozvědělo 35 % návštěvníků, žádný rezident. Možnost „hotel byl po cestě“, označilo 24 % respondentů skládajících se z 11 % rezidentů a 13 % návštěvníků Tábora. Pouhých 6 % připadlo na odpověď „z reklamních prostředků“, tuto odpověď zakroužkovali pouze návštěvníci Tábora, rezidenti nikoliv.

Graf 3: Otázka č. 2 Kde jste se o hotelu dozvěděli

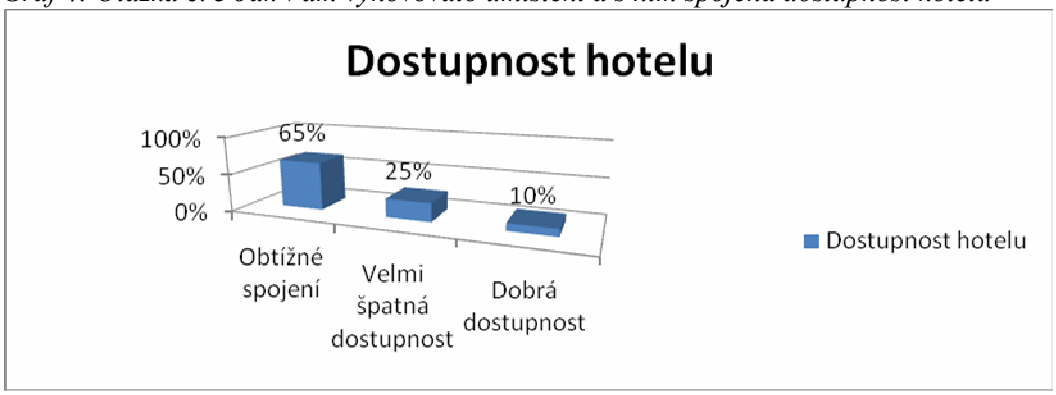


Zdroj: Vlastní šetření

3) Jak Vám vyhovovalo umístění a s ním spojená dostupnost hotelu?

Většina respondentů odpověděla, že dostupnost je „obtížná“ (65 %), tuto odpověď zvolili převážně rezidenti (16 %) a zbylých 49 % je tvořeno návštěvníky hotelu. Na „velmi špatné dostupnosti“ se shodlo 25 % respondentů, skládajících se ze 1 % rezidentů a 24 % návštěvníků hotelu. Zbývajícím 10 % návštěvníků se dostupnost nezdála problematická, avšak převážnou část této poslední skupiny tvořili návštěvníci s vlastním autem (9 %) a rezidenti (1 %).

Graf 4: Otázka č. 3 Jak Vám vyhovovalo umístění a s ním spojená dostupnost hotelu



Zdroj: Vlastní šetření

4) Byli jste spokojeni se službami v hotelu?

Žádný z respondentů neodpověděl poslední možnost: „ne vůbec“. Nejčastěji se zde objevilo „spíše ano“ (56 %), dále 24 % odpovědělo „ano, naprosto“ a 20 % respondentů zakroužkovalo odpověď „spíše ne“. Nejčastější výhrady byly k terase, která patří k místní restauraci, ale je samoobslužná.

Rezidenti nejčastěji odpovídali „spíše ano“ (63 %) a odpověď „spíše ne“ zakroužkovalo 37 % dotazovaných rezidentů.

Graf 5: Otázka č. 4 Byli jste spokojeni se službami v hotelu

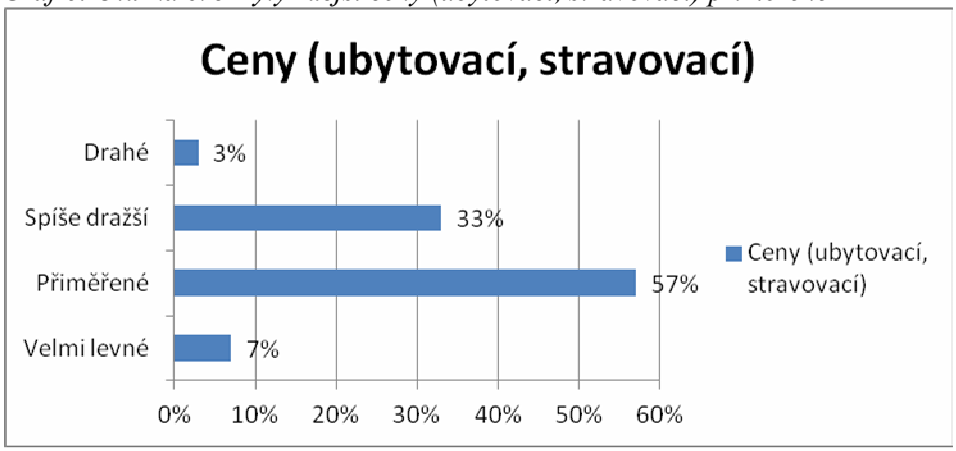
Zdroj: Vlastní šetření

5) Byly zdejší ceny (ubytovací, stravovací) přiměřené?

„Velmi levné“ byla odpověď 7 % respondentů. Nejčastěji byly ceny hodnoceny jako „přiměřené“ (57 %) a „spíše dražší“ (33 %). Nejméně uvedená odpověď byla „drahé“ (3 %).

Rezidenti převážně hodnotili ceny za stravování. 37 % odpovědělo, že se jim tyto ceny zdály „přiměřené“. 35 % rezidentů označilo ceny jako „spíše dražší“ a 28 % rezidentů zakroužkovala odpověď „velmi levné“.

Graf 6: Otázka č. 5 Byly zdejší ceny (ubytovací, stravovací) přiměřené



Zdroj: Vlastní šetření

6) Co by se podle Vás mohlo v areálu hotelu zlepšit, či rozšířit?

Tato otázka byla otevřená. Odpovědi byly různorodé, avšak některé se shodovaly. Nejčastějším návrhem na zlepšení areálu bylo:

1. Zlepšení kvality vody v rybníce (tuto připomínku měly nejčastěji rodiny s dětmi, ale také rybáři).

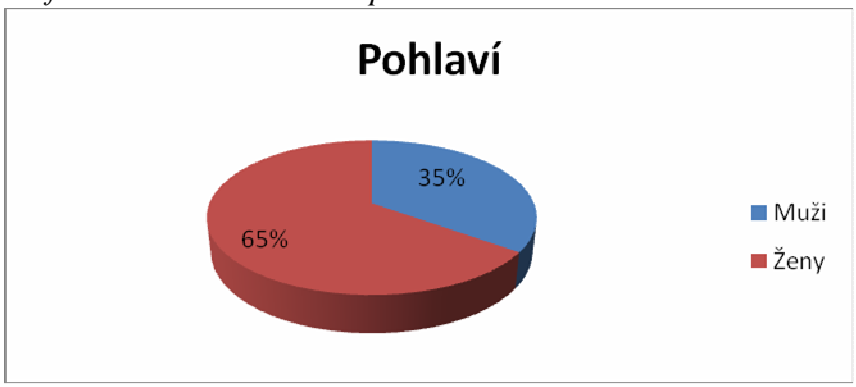
2. Lepší dostupnost areálu (zvýšení vytíženosti MHD - což je v kompetenci městského zastupitelstva – řešení této problematiky by nejvíce uvítali rezidenti) a zlepšení cyklistických stezek, kterých je v této lokalitě zbytečně málo.

3. Rozšíření večerního programu pro zákazníky areálu (momentálně jsou zde ojediněle večery s živou hudbou a o tento program byl největší zájem).

7) Pohlaví respondentů.

Ve výzkumu převažovaly odpovědi žen, a to 65 %. Mužů odpovědělo 35 %.

Graf 7: Otázka č. 7 Pohlaví respondentů

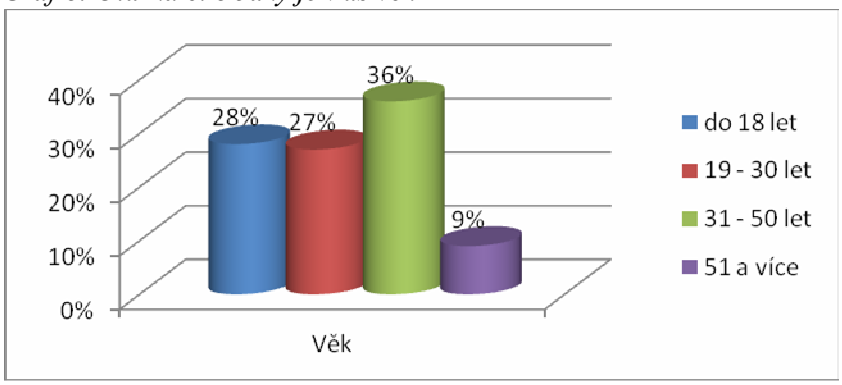


Zdroj: Vlastní šetření

8) Jaký je Váš věk?

Z grafu je patrné, že nejpočetnější skupinu respondentů tvořili muži a ženy mezi 31 – 50 rokem (36 %). Druhou nejpočetnější skupinou respondentů tvoří lidé do 18 let (28 %). 27 % respondentů tvořili muži a ženy od 19 do 30 let. Kemp je navštěvován mnoha mladými účastníky cestovního ruchu. Nejméně početnou skupinu respondentů tvořili lidé ve věku 51 a více let (9 %). Tito návštěvníci jsou převážně stálí klienti, kteří navštěvují areál Knížecí Rybník pravidelně již několik let.

Graf 8: Otázka č. 8 Jaký je Váš věk

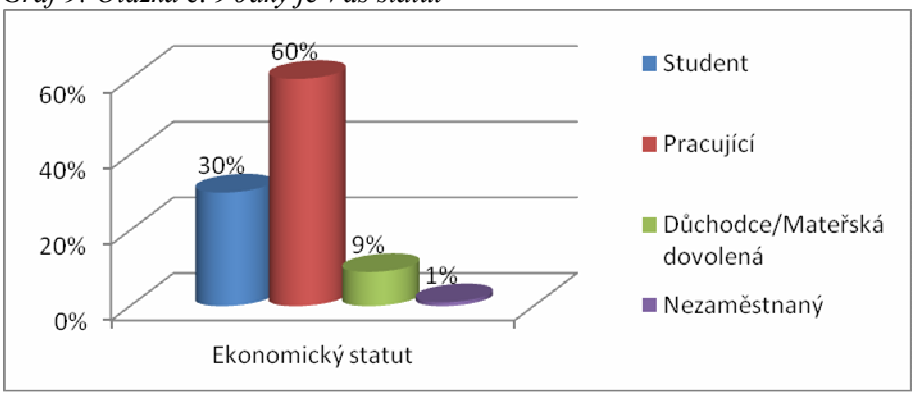


Zdroj: Vlastní šetření

9) Jaký je Váš statut?

Nejpočetnější skupinu respondentů tvořili pracující (60 %). Tato skutečnost odpovídá věkovým kategoriím navštěvujícím kemp. Druhou nejpočetnější skupinou respondentů se stali studenti (30 %), zahrnující děti základních a středních škol, ale také vysokoškolských studentů. 9 % odpovídajících respondentů bylo tvořeno lidmi v důchodu a matkami na mateřské dovolené. Nejméně početnou skupinu tvořili nezaměstnaní, pouhé 1 % z celkového počtu respondentů.

Graf 9: Otázka č. 9 Jaký je Váš statut



Zdroj: Vlastní šetření

6 Syntéza výsledků a poznatků

Celá oblast jižních Čech nabízí široké spektrum turistických cílů. Jádro města Tábor je prohlášeno za městskou památkovou rezervaci, která se váže k bohaté husitské minulosti. Účastníci cestovního ruchu zde najdou řadu historických památek, přírodních atraktivit, kulturního vyžití, ale také sportovního vyžití, prostřednictvím cyklotras a pěších tras. Oblast má mnoho ubytovacích a stravovacích zařízení, která jsou návštěvníkům k dispozici.

Hotel Knížecí Rybník, na který je tato bakalářská práce zaměřena, se nachází na samém okraji Tábora. Bylo využito analýz vnějšího i vnitřního prostředí hotelu ke zjištění momentální situace hotelu na trhu cestovního ruchu v dané oblasti.

Prostřednictvím dotazníkového šetření, byl zjištěn segment návštěvníků daného hotelu a jejich důvody k návštěvě. Dotazníky vyplnilo celkem 220 respondentů, skládajících se z návštěvníků hotelu (73 %), rezidentů (18 %) a zahraničních turistů (9 %). Více odpovědí bylo od žen (ženy 65 %, muži 35 %), nejpočetnější skupinu respondentů tvořili pracující (43 %). Z hlediska věku, největší skupinu respondentů tvořili muži a ženy ve věku 31 – 50 let. Dle průzkumu do Hotelu Knížecí rybník přijíždějí návštěvníci převážně na dovolenou a výlet nebo na návštěvu příbuzných. Na základě vlastního pozorování bylo zjištěno, že je kemp preferován rodinami s dětmi, které zde ocení ekonomicky dostupné ubytování v příjemném prostředí, s možností využití vodních ploch, které nadchnou převážně děti.

Dotazovaní návštěvníci hotelu i rezidenti byli s ubytováním, stravováním a jejich cenou spokojeni. Uvítali by však některé změny. V první řadě, návštěvníkům nevyhovovala dostupnost hotelu. Problém by bylo možno řešit zvýšenou vytížeností místní MHD, tuto problematiku má ve správě městský úřad. Dále by návštěvníci uvítali zlepšení kvality vody v rybníce (rybník spadá pod správu Rybářství Třeboň, a. s.) a rozšíření nabídky večerních a doprovodných akcí.

Zahraniční turisté, tvořeni převážně klientelou z Holandska, byli s kvalitou ubytovacích i stravovacích služeb spokojeni. Uvítali by zlepšení značení hotelového komplexu a také by rádi více doprovodných akcí v areálu. Celkový pobyt ve městě Tábor jim vyhovoval. Podle těchto dotazovaných zahraničních turistů je zde dostatek stravovacích i ubytovacích zařízení.

Hotel má výhodu v dlouholeté tradici a stálých klientech, tyto dva faktory mu zajišťují bezproblémový chod. Knížecí rybník je také specifický díky kempu, který je součástí areálu. Ve městě Tábor se však nachází mnoho ubytovacích zařízení, různé kvality a cenové relace, které jsou pro náš hotel konkurencí. Z tohoto důvodu budou v další části navržena opatření vedoucí ke zlepšení pozice hotelu ve zkoumané destinaci cestovního ruchu. Veškeré návrhy a inovace budou vycházet z dotazníkového šetření a z řízeného rozhovoru s majitelem Hotelu Knížecí rybník.

7 Návrhy a inovace

Na základě zjištěných poznatků ze situační analýzy, dotazníkového šetření a z rozhovoru s jedním z majitelů hotelu, byly vybrány návrhy možných inovací, které rozšíří doplňkové služby hotelu a zlepší současnou pozici podniku na trhu cestovního ruchu.

1. návrh - Wellness centrum

Majitel hotelu již o tomto návrhu sám uvažoval, prozatím však nejsou finanční prostředky na realizaci projektu.

Jednalo by se o vybudování relaxačního prostoru pro návštěvníky. Areál nabízí dostatek prostoru pro tento záměr, byly by použity stávající prostory, které jsou součástí hotelu. Je zde vybudováno vodovodní potrubí a připojení na elektrický proud. Bylo by tedy nutné pouze koupit vybavení a provést stavební práce uvnitř prostorů.

Wellness centrum by obsahovalo suchou finskou saunu, včetně saunového topidla a regulátoru tepla, saunu by zajistila společnost Sauna Project. Dále by zde byla umístěna vířivka pro 5 osob od společnosti Spa Studio a solárium Ergoline od společnosti Svět solárií. V oddělené místnosti by byl prostor pro masérské služby. Nabídka masáží by se rozšiřovala podle zájmu návštěvníků. Pracoval by zde, pro začátek, jeden kvalifikovaný masér. Celý wellness komplex by měl nově vybudované šatny se sprchami a sociálním zařízením.

Kalkulace projektu:

Finská sauna (IDEAL)	120 000,- Kč[1]
Vířivka pro 5 osob (DELPHINA)	170 000,- Kč[2]
Solárium (ERGOLINE)	215 000,- Kč[3]
Masérské studio	65 000,- Kč
Stavební práce	150 000,- Kč
Vybavení šaten	70 000,- Kč
Celková cena	**800 000,- Kč**

(Zdroj: 1. ceník Sauna Project dostupný z: http://www.sauny-sauna.cz/cenik/
2. ceník Spa Studio dostupný z: http://www.spa-studio.cz/katalog/virivky-pro-5/
3. ceník Svět solárií dostupný z: http://www.solaria-prodej.cz/solaria-ergoline)

2. návrh - Fitness centrum

V areálu hotelu se již nacházejí venkovní asfaltová hřiště, která jsou vhodná pro hraní nohejbalu, volejbalu, tenisu či basketbalu. Dále jsou zde pingpongové stoly. Avšak v případě špatného počasí chybí prostory pro sportovní vyžití návštěvníků hotelu. Výstavba menší posilovny by mohla tento problém odstranit.

Vybudování tohoto návrhu by bylo možné namísto výstavby wellness centra (ve stejných prostorách). Musela by opět proběhnout rekonstrukce těchto stávajících prostorů a jejich vybavení. Jak již bylo zmíněno, prostory mají vybudované vodovodní potrubí a připojení na elektrický proud. Bylo by třeba vybudovat sprchy, sociální zařízení a šatny. Také by bylo třeba přijmout správce fitness centra, který by mohl zároveň působit jako trenér. Na vybavení posilovny by bylo třeba nakoupit posilovací stroje: rotopedy, crossové trenažéry, běžecké pásy, posilovací stroje a činky, vše od společnosti InSPORTline. Posilovnu by bylo možné postupem času dovybavit. Prozatím by zde byly pouze některé výše uvedené základní posilovací stroje. Veškerá nabídka by se odvíjela od zájmu návštěvníků.

Kalkulace projektu:

Posilovací stroje	550 000,- Kč[1]
Stavební práce	150 000,- Kč
Vybavení šaten	70 000,- Kč
Celková cena	**770 000,- Kč**

(Zdroj: 1. ceník InSPORTline dostupný z: http://www.insportline.cz/).

3. návrh – Dětské hřiště

Hotel Knížecí rybník je, jak již bylo řečeno, převážně navštěvován rodinami s dětmi. Proto je třeba zabezpečit pohodlí a zábavu také pro děti. V prostorách celého rozlehlého areálu se momentálně nachází pouze jedno pískoviště a houpačka se skluzavkou.

Pro zlepšení služeb hotelu a uspokojení potřeb této cílové skupiny by bylo dobré vytvořit komplexní dětské hřiště. Nacházelo by se na druhém konci areálu a obsahovalo by pískoviště a herní sestavu UNIVERSAL 300 - 3x věž, 1x skluzavka, 1x stříška ve tvaru jehlanu, 5x kovová bariéra, kovový žebřík, šikmá lezecká stěna, lanový most, prolézací tunel a řetězová houpačka.

Obrázek 6: Herní sestava UNIVERSAL 300

Zdroj: http://www.hriste-bonita.cz/universal-300-306/p259

Kalkulace projektu:

Herní sestava UNIVERSAL 300	114 800,- Kč
Pískoviště (2x2, se sedáky)	8 500,- Kč
Montáž	1 000,- Kč
Celková cena	**123 500,- Kč**

(Zdroj: 1. ceník Hřiště Bonita dostupné z: http://www.hriste-bonita.cz/universal-300-306/p259)

4. návrh – Minigolf

Další možností rozšíření doplňkových služeb v areálu hotelu je vybudovat vlastní minigolfové hřiště. Nacházelo by se na venkovním prostranství areálu hotelu, v kempové části. Tato investice je nejméně finančně náročná. Jednalo by se o pořízení minigolfové dráhy se sadou překážek. Nejvýhodnější nabídka prodeje tohoto zařízení byla z internetového obchodu STOA – Zahradní minigolf, s. r. o. Jedna minigolfová dráha by byla 5 m dlouhá a 0,6 m široká. V ceně dráhy je jedna golfová hůl a 2 míčky, ostatní doplňky se musí dokoupit samostatně. V budoucnu by bylo možno dokoupit další minigolfové dráhy. Byly by zde umístěny 2 lavičky pro odpočinek hráčů. Golfové vybavení by si návštěvníci mohli vypůjčit na recepci hotelu.

Obrázek 7: Minigolfová dráha

Zdroj: http://venkovnihry.webnode.cz/products/zahradni-minigolf-minigolfova-draha/

Kalkulace projektu:

Minigolfová dráha	19 700,- Kč[1]
Rozšiřující sada překážek (5 ks)	5 300,- Kč
Lavičky (2 ks)	2 000,- Kč
Doplňky (golfové hole, míčky)	2 000,- Kč
Celková cena	**29 000,- Kč**

(Zdroj: 1. ceník STOA dostupný z: http://venkovnihry.webnode.cz/products/zahradni-minigolf-minigolfova-draha/)

5. návrh – Kulturní akce pro děti

Na základě dotazníkového šetření byl zjištěn zájem o rozšíření doprovodných kulturních akcí v areálu hotelu. Momentálně jsou zde pouze pravidelně konané hudební večery (vždy v sezónních měsících 2x týdně). Dalším návrhem je proto zavedení kulturních akcí pro děti. Tyto akce se budou konat pravidelně během celého roku a budou určeny jak pro návštěvníky hotelu, tak pro rodiny rezidentů s dětmi.

Harmonogram akcí:

Březen	Maškarní ples pro děti
Duben	Velikonoční nadílka na Knížecím rybníku
Červen	Den dětí, nejen pro děti
Srpen	Letní olympiáda pro děti
Prosinec	Čertovská jízda na Knížecím rybníku

Prostřednictvím Maškarního plesu pro děti by byla zahájena sezóna a Čertovskou jízdou na Knížecím rybníku by se ukončila turistická sezóna daného roku. Na veškeré akce by musela proběhnout předběžná rezervace a platilo by se zápisné, za které by byly

následně pro děti nakoupeny různé odměny za vítězství při soutěžích či nadílka od Mikuláše a velikonoční pomlázka.

6. návrh – Začlenění hotelu do kooperačních struktur v destinaci

Hotel Knížecí rybník doposud není členem Asociace hotelů a restaurací ČR. Tato významná asociace přitom podporuje a zastupuje členské podnikatele v oboru hotelnictví a gastronomie vůči státní správě a samosprávě, zároveň zastupuje zájmy svých členů na evropské úrovni. Členské podniky získávají pravidelné informace, je jim poskytována poradenská činnost a také jsou jim nabízeny zvýhodněné podmínky pro odborná školení a kurzy. Na území Tábora je v této asociaci prozatím zapsáno pouze jedno hotelové zařízení - Hotel Nautilus.

Členský příspěvek se liší podle druhu ubytovacího a stravovacího zařízení. Hotel Knížecí rybník spadá do kategorie „Ubytovací zařízení do 10 pokojů, kempy, chatové osady“, kde výše členského příspěvku činní 2 070 Kč za rok. Členství v této asociaci přinese hotelu mnohé výhody. Např.:

- asociace zastupuje zájmy členských podniků v jednání se státní správou a samosprávou
- nabízí různé formy propagace členských zařízení
- poskytuje standardy kvality služeb a oficiální jednotnou klasifikaci
- členové mají možnost vyjadřovat se k připravované legislativě s vazbou na obor hotelnictví, gastronomie a cestovní ruch
- asociace nabízí školení a kurzy za výhodné podmínky
- členských podnikům poskytuje pravidelné informace z oboru a poradenskou činnost, a další

(Zdroj: Oficiální web AHRCR dostupný z: http://www.ahrcr.cz/cz/)

Cílem všech návrhů a inovací je rozšíření sportovního vyžití návštěvníků hotelu a zároveň jsou formou rozšíření doplňkových služeb v rámci celého komplexu. Jedná se převážně o nákladné investice, avšak těmito změnami by si hotel zajistil větší zájem svých klientů o trávení volného času v prostorách areálu. Dětské hřiště a minigolf jsou menší investice, které by uvítali hlavně rodiny s dětmi, zavedením pravidelných akcí pro děti by se ještě více rozšířilo kulturní vyžití pro tento segment návštěvníků. Výstavbou wellness centra nebo fitness centra by vznikla možnost sportovního vyžití a relaxace pro návštěvníky během špatného počasí. Připojením se ke členům Asociace hotelů a restaurací České republiky by vznikly mnohé výhody pro samotný hotel, zároveň tento fakt pozitivně ovlivní vnímání hotelu zákazníky.

8 Závěr

Bakalářská práce byla zaměřena na téma „Hotel Knížecí rybník jako součást infrastruktury destinace Táborsko. “. Proběhly analýzy vnějšího a vnitřního prostředí hotelu, díky kterým byla analyzována pozice hotelu na trhu cestovního ruchu (Hotel Knížecí rybník má dlouhou historii a svou stálou klientelu).

Na základě výzkumu byla potvrzena první hypotéza, že nejčastějšími důvody návštěvy Tábora jsou dovolená a výlet. Převážnou část klientely hotelu tvoří rodiny s dětmi, které přijely do destinace za odpočinkem a relaxací právě v podobě dovolené či výletu.

Druhá hypotéza „Služby Hotelu Knížecí rybník jsou z pohledu návštěvníků hodnoceny pozitivně“, byla také potvrzena. Z dotazníkového šetření vyplývá, že návštěvníci hotelu, ale i rezidenti, jsou s ubytovacími i stravovacími službami spokojeni.

Třetí hypotézu „Marketingová komunikace Hotelu Knížecí rybník je z pohledu návštěvníků dostatečná“, nelze na základě výzkumu jednoznačně potvrdit nebo vyvrátit. Nejvíce dotazovaných respondentů se o hotelu dozvědělo z webových stránek. Hotel je dobře situován u silnice vedoucí na Pelhřimov, tento fakt zajišťuje ubytování hostů, kteří destinací pouze projíždějí. Dále je vytvořen navigační systém v podobě dopravního a informačního značení. Distribuci informací o hotelu zajišťuje turistické informační centrum města Tábor, zároveň je nabízen prostřednictvím cestovní kanceláře D - TOUR, s. r. o. Hotel má své stálé hosty, kteří tento areál dobře znají a stále se sem vrací. Majitelé hotelu se tedy snaží vhodnými nástroji marketingové komunikace udržet především stávající zákazníky.

V návrhové části bakalářské práce byla navržena možná opatření vedoucí ke zvýšení atraktivity hotelu. Konkrétními návrhy jsou investice do vybavení areálu, např. výstavba wellness centra či fitness centra. Tyto dvě poměrně velké investice by rozšířily nabídku služeb pro návštěvníky hotelu a vytvořily by podmínky pro provozování sportovních

aktivit i během špatného počasí. Z důvodu větší finanční náročnosti uvedených návrhů se předpokládá, že by byla realizována pouze jedna z těchto variant.

Další dvě opatření, dětské hřiště a minigolf, rozšiřují celkovou nabídku vyžití při pobytu v destinaci, a to jak pro klientelu hotelu, tak i pro návštěvníky z okolí, kteří se v kempu zastaví na občerstvení při svých cyklistických nebo turistických výletech. Z hlediska prostorové i finanční dostupnosti projektů je možné uvažovat o realizaci obou návrhů. Zavedením pravidelně se konajících kulturních akcí pro děti by si hotel zajistil návštěvnost během celého roku a zároveň by získal další stálé klienty (především ze segmentu rodin s dětmi, a to jak návštěvníků destinace, tak i rezidentů).

Pro začlenění Hotelu Knížecí rybník do kooperačních struktur v destinaci bylo navrženo zařazení zařízení do Asociace hotelů a restaurací České republiky. Tento krok by přinesl výhody pro samotné zařízení, které tato asociace nabízí pro své členy.

9 Summary

Topic “Hotel as a part of the infrastructure of tourism destination”. The main intention of this thesis was to make a complete analysis of external and internal environment of the hotel. It was found out that the hotel has a strong market position. The hotel has a log history and permanent clients.

The theoretic part defines terms such as tourism, services and services in tourism, accommodation services, hotel marketing and hotel management. Those terms have been used in the practical part.

The marketing research proved that Hotel Knížecí rybník is favored by families with children. They come to vacation and relax, which confirms our first hypothesis ‘Most common reasons to visit Tábor are vacations and trips’. Visitors were satisfied with services and prices in the hotel. On this knowledge, the hypothesis ’Services of Hotel Knížecí rybník were evaluated positively by visitors’ has been approved. The last hypothesis ‘Marketing communication of Hotel Knížecí rybník is from the view of visitors sufficient’ hasn´t been answered. Visitors got to know about the hotel by the internet. The hotel is vell-situated on the road leading to Pelhřimov. Hotel has its own navigation system consisting of road and information signs. The hotel promotion is done by brochures in the Tourist Information Centre of Tábor and travel agency D – TOUR. But the hotel has its own particular clients who go there every year, so hotels proprietors use marketing communication of the hotel mainly to keep this group of clients.

The visitors wanted a better accompanying program. So were suggested innovations to increase the attractiveness of the hotel. The proposals include building wellness centre and fitness centre. It will be more expensive, but it ensures a better offer of sports activities for visitors. Other offers, mini golf, playground and regular cultural events will be especially for families with children. But these new offers will be appreciated by

residents on their cycling trip or walking too. The integration of the Hotel Knížecí rybník to the Association of hotels and restaurants ČR brings so much advantage to your hotel. Hotel Knížecí rybník could have a better position on the tourism market in this destination.

10 Seznam použité literatury a zdrojů

BERÁNEK, J., KOTEK, P.: *Řízení hotelového provozu*, Praha: Grada Publishing, 1996, 144s. ISBN 80-7169-400-2

DROBNÁ, D., MORÁVKOVÁ, E.: *Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost*, Praha: Fortuna, 2004, ISBN 80-7168-901-7

FORET, M. FORETOVÁ, V.: *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*, Praha: Grada Publishing, 2001, ISBN 80-247-0207-X

GALVASOVÁ, I., BINEK, J., HOLEČEK, J., CHABIČOVSKÁ, K., SZCZYRBA, Z. a kol.: *Průmysl cestovního ruch*, Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008, 268s. ISBN 978-80-87147-06-1

HESKOVÁ, Marie a kol.*: Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*, 1. vyd. Praha: Fortuna, 2006. 223s. ISBN 80-7168-948-3

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

HORÁKOVÁ, H.: *Strategický marketing*, 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003, 200s. ISBN 80-247-0447-1

INDROVÁ, J. a kol.: *Cestovní ruch* I., 1. vyd. Praha: VŠE, 2004, ISBN 80-245-0799-4

JAKUBÍKOVÁ, D.: *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing, 2009, 288s., ISBN 978-80-247-3247-3

KOTLER, P. a kol.: *Marketing management*, 12. vyd. Praha: Grada Publishing, 2004, 788s. ISBN 978-80247-1359-5

KIRÁĽOVÁ, A.: *Marketing hotelových služeb*, Praha: Ekopres, 2006, 148s. ISBN 80-86929-05-1

KULHÁNEK, M., IVIČIČ, M., JAMBOROVÁ, L.: *Legislativa pro cestovní ruch*, Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2006, 97s.

MALÁ, V.: *Cestovní ruch* (Vybrané kapitoly). 1. vyd. Praha: Fakulta mezinárodních vztahů VŠE, 1999, 83s. ISBN 80-7079-443-7

MINÁŘ, P. a kol.: *Technika, management a marketing v cestovním ruchu*, Hradec Králové: Gaudeamus, 1996. ISBN 80-7041-577-0

PALATKOVÁ, M.: *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu*, Praha: Grada Publishing, 2006. ISBN 80-247-1012-5

PÁSKOVÁ, M, ZELENKA, J.: *Cestovní ruch: výkladový slovník*. 1. vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR 2002.

Internetové zdroje:

Český statistický úřad [on-line]. 2012 [cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: http://www.czso.cz

Trasovník. *Oficiální stránky* [on-line]. [cit. 2011-02-20]. Dostupné z WWW: http://www.trasovnik.cz/k_jihoc/tabor/tabor.asp

Trasovník. *Oficiální stránky* [on-line]. [cit. 2011-02-20]. Dostupné z WWW: http://www.taborcz.eu/podnebi/d-1096/p1=1193)

Trasovník. *Obrázek č. 3 Destinace Táborsko* [on-line]. [cit. 2011-02-20]. Dostupné z WWW: http://www.trasovnik.cz/k_jihoc/tabor/tabor.asp

Z historie města Bechyně. *Oficiální web města Bechyně* [on-line]. [cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: http://www.mestobechyne.cz/cz/turistika/

Historie města. *Oficiální web města Chýnov* [on-line]. [cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: http://www.chynov.cz/historie-mesta/d-60293/p1=2050

Kostel. *Oficiální web města Chýnov* [on-line]. [cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: http://www.chynov.cz/kostel/d-60302/p1=2094

Bílkův dům. *Oficiální web města Chýnov* [on-line]. [cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: http://www.chynov.cz/vismo/dokumenty2.asp?id_org=5547&id=60303

Bílkův dům. *Oficiální web města Chýnov* [on-line]. [cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: http://www.chynov.cz/vismo/dokumenty2.asp?id_org=5547&id=60303

Nejstarší historie města Mladá Vožice. *Oficiální web města Mladá Vožice* [on-line]. ©2004[cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: http://www.mu-vozice.cz/view.php?cisloclanku=2005020301

Památky města Mladá Vožice. *Oficiální web města Mladá Vožice* [on-line]. ©2004[cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: http://www.mu-vozice.cz/showpage.php?name=pamatky

Památky města Planá nad Lužnicí. *Oficiální web města Planá nad Lužnicí* [on-line]. [cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: http://www.plananl.cz/turistika-a-volny-cas/turistika/pamatky/

Oficiální web města Sezimovo Ústí, *Sezimovo Ústí* [on-line]. 2012 [cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: http://www.sezimovo-usti.cz/_mesto/sezimovo-usti.php

Základní informace o městě Soběslav. *Oficiální web města Soběslav*[on-line]. ©2005 [cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: http://www.musobeslav.cz/zakladni-informace/2008-02-27.html

Památky města Soběslav. *Oficiální web města Soběslav*[on-line]. ©2005 [cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: http://www.musobeslav.cz/zakladni-informace/pamatky/2008-02-27.html

Památky města Veselí nad Lužnicí. *Oficiální web města Veselí nad Lužnicí* [on-line]. 2009[cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: http://www.veseli.cz/pamatky/os-27559/p1=35423

Turistické zajímavosti. *Oficiální web města Veselí nad Lužnicí* [on-line]. 2009 [cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: http://www.veseli.cz/turisticke-zajimavosti/d-202175/p1=35422

NETMAP – Tábor – Sezimovo Ústí – Planá n. Lužnicí. *Obrázek 4: Město Tábor* [on-line]. [cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: http://netmap2.planstudio.cz/tabor/

Oficiální web města Tábor. *Základní údaje o městě* [on-line]. [cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: http://www.taborcz.eu/obecne-informace/d-1093/p1=1190

Oficiální web města Tábor. *Přírodní zajímavosti* [on-line]. [cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: http://www.taborcz.eu/architektonicke%2Dpamatky/os-1548/p1=1060

Oficiální web města Tábor. *Architektonické památky* [on-line]. [cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: http://www.taborcz.eu/muzea%2Da%2Dexpozice/os-1549/p1=1140

Oficiální web města Tábor. *Pravidelné kulturní akce* [on-line]. [cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: http://www.taborcz.eu/pravidelne-kulturni-akce/ds-1089/p1=1087

Oficiální web města Tábor. *Doprava* [on-line]. [cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: http://www.taborcz.eu/parkovani-a-doprava/ds-1049/p1=1064

Český statistický úřad. *Graf 1: Ubytovací zařízení v Táboře (r. 2010)*[on-line]. 2012 [cit. 2012-02-20]. Dostupné z WWW: http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabdetail.jsp?kapitola_id=653&potvrd=Zobrazit+tabulku&go_zobraz=1&childsel0=8&childsel0=8&cislotab=CRU9030CU&pro_6_37=552046&voa=tabulka&str=tabdetail.jsp

Český statistický úřad. *Tabulka 1: Vývoj počtu obyvatel v Táboře* [on-line]. 2012 [cit. 2012-02-20]. Dostupné z WWW: http://www.czso.cz/csu/2011edicniplan.nsf/p/4018-11

Český statistický úřad. *Tabulka 2: Hromadná ubytovací zařízení v Táboře* [on-line]. 2012 [cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabdetail.jsp?kapitola_id=653&potvrd=Zobrazit+tabulku&go_zobraz=1&childsel0=8&childsel0=8&cislotab=CRU9030CU&pro_6_37=552046&voa=tabulka&str=tabdetail.jsp

Český statistický úřad. *Tabulka 3: Hromadná ubytovací zařízení v Jihočeském kraji (r. 2010)*[on-line]. 2012 [cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?voa=tabulka&cislotab=CRU0010UU_KR&&kapitola_id=653

Český statistický úřad. *Tabulka 4: Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení Tábor* [on-line]. 2012 [cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?childsel0=8&cislotab=CRU9010CU&kapitola_id=654&voa=tabulka&go_zobraz=1&aktualizuj=Aktualizovat&childsel0=8&druh_1_18=51&pro_7_31=552046

Český statistický úřad. *Tabulka 5: Seznam ubytovacích zařízení Tábor* [on-line]. 2008 - 2012 [cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: http://www.czso.cz/lexikon/uz.nsf/uz?openform&:552046

Oficiální web Hotel Dvořák. *Hotel Dvořák* [on-line]. 2012 [cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: http://www.dvoraktabor.cz

Oficiální web Hotel Lázně. *Hotel Lázně* [on-line]. 2012 [cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: http://www.hotellazne.cz/

Oficiální web Hotel Nautilus. *Hotel Nautilus* [on-line]. 2012 [cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: http://www.hotelnautilus.cz/

Oficiální web Hotel Elzet. *Hotel Elzet* [on-line]. 2012 [cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: http://www.hotelelzet.cz/

Oficiální web Amber Hotel Palcát. *Amber Hotel Palcát* [on-line]. 2012 [cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: http://www.hotelpalcat.cz/

Oficiální web BEST WESTERN Hotel Tábor. *BEST WESTERN Hotel Tábor* [on-line]. 2012 [cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: http://www.bwhoteltabor.cz/

Oficiální web Hotel Relax U Drsů. *Hotel Relax U Drsů* [on-line]. 2012 [cit. 2012-03-23]. Dostupné z WWW: http://www.hotel-relax.cz/

Oficiální web cestovního ruchu. *Globalizace a cestovní ruch* [on-line]. ©1999 2011 [cit. 2012-04-18]. Dostupné z WWW: http://cestovni-ruch.cz/skolstvi/globalizace.php

Oficiální web Hotel Knížecí rybník. *Hotel Knížecí rybník* [on-line]. 2012 [cit. 2011-10-10]. Dostupné z WWW: http://www.knizecirybnik.cz/

Oficiální web Hotel Knížecí rybník. *Fotografie kempu* [on-line]. 2012 [cit. 2011-10-10]. Dostupné z http://www.knizecirybnik.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=3&Iemid=51

Oficiální web ATC Malý Jordán. *Základní informace o kempu* [on-line]. © 2012 [cit. 2012-03-31]. Dostupné z WWW: http://www.malyjordan.cz/index.php?menulogo=1&menup=0

Oficiální web ATC Malý Jordán. *Vybavení kempu* [on-line]. © 2012 [cit. 2012-03-31]. Dostupné z WWW: http://www.malyjordan.cz/index.php?menulogo=1&menup=2

Oficiální web Restaurace U Lípy. *Tábořiště Suchomelův ostrov* [on-line]. © 2009 [cit. 2012-03-31]. Dostupné z WWW*:* http://restauraceulipycelkovice.webnode.cz/suchomeluv-ostrov/)

Oficiální web města Tábor. *Tábořiště a restaurace Harrachovka* [on-line]. [cit. 2012-03-31]. Dostupné z WWW: http://www.taborcz.eu/taboriste-a-restaurace-harrachovka/os-1696/p1=1054)

Sauna project – Oficiální stránky frimy. *Ceník saun* [on-line]. © 2011 [cit. 2012-04-01]. Dostupné z WWW: http://www.sauny-sauna.cz/cenik/

Spa Studio – Oficiální stránky firmy. *Ceník vířivek* [on-line]. © 2010 [cit. 2012-04-01]. Dostupné z WWW: http://www.spa-studio.cz/katalog/virivky-pro-5

Svět solárií – Oficiální stránky firmy. *Ceník solárií* [on-line]. © 2007 - 2010 [cit. 2012-04-01]. Dostupné z WWW: http://www.solaria-prodej.cz/solaria-ergoline

InSPORTline – Oficiální stránky firmy. *Fitness shop* [on-line]. © 2011 [cit. 2012-04-01]. Dostupné z WWW: http://www.insportline.cz

Dětská hřiště Bonita – Oficiální stránky firmy. *Herní sestavy* [on-line]. © 2010 - 2012 [cit. 2012-04-01]. Dostupné z WWW: http://www.hriste-bonita.cz/universal-300-306/p259

Internetový obchod STOA – Zahradní minigolf, s. r. o. *Minigolfová dráha* [on-line]. © 2006 - 2012 [cit. 2012-04-01]. Dostupné z WWW: http://venkovnihry.webnode.cz/products/zahradni-minigolf-minigolfova-draha/

Oficiální web AHRCR*, Aktuální ceník AHRCR* [on-line]. © 2010 - 2012 [cit. 2012-04-10]. Dostupné z WWW: http://www.ahrcr.cz/cz/clenske-prispevky/

Oficiální web AHRCR*, Aktuální ceník AHRCR* [on-line]. © 2010 - 2012 [cit. 2012-04-10]. Dostupné z WWW: http://www.ahrcr.cz/cz/vyhody-clenstvi

11 Seznam obrázků, tabulek a grafů

Obrázky

Obrázek 1: Vzájemné vztahy klíčových oblastí řízení hotelu 17
Obrázek 2: Prostředí firmy 19
Obrázek 3: Destinace Táborsko 22
Obrázek 4: Město Tábor 29
Obrázek 5: Mapa areálu 41
Obrázek 6: Herní sestava UNIVERSAL 300 60
Obrázek 7: Minigolfová dráha 61
Obrázek 8: Satelitní snímek kempu 78
Obrázek 9: Celkový pohled na kemp 79
Obrázek 10: Terasa restaurace hotelu 79

Grafy

Graf 1: Ubytovací zařízení v Táboře (r. 2010) 33
Graf 2: Otázka č. 1 Za jakým účelem jste v Táboře 50
Graf 3: Otázka č. 2 Kde jste se o hotelu dozvěděli 50
Graf 4: Otázka č. 3 Jak Vám vyhovovalo umístění a s ním spojená dostupnost hotelu . 51
Graf 5: Otázka č. 4 Byli jste spokojeni se službami v hotelu 52
Graf 6: Otázka č. 5 Byly zdejší ceny (ubytovací, stravovací) přiměřené 52
Graf 7: Otázka č. 7 Pohlaví respondentů 53
Graf 8: Otázka č. 8 Jaký je Váš věk 54
Graf 9: Otázka č. 9 Jaký je Váš statut 55

Tabulky

Tabulka 1: Vývoj počtu obyvatel v Táboře 30
Tabulka 2: Hromadná ubytovací zařízení v Táboře 34
Tabulka 3: Hromadná ubytovací zařízení v Jihočeském kraji (r. 2010) 35
Tabulka 4: Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení Tábor 36
Tabulka 5: Seznam ubytovacích zařízení Tábor 44
Tabulka 6: Srovnání cen a kapacit hotelů 47

12 Přílohy

Příloha č. 1: Fotografie Hotelu Knížecí rybník

Obrázek 8: Satelitní snímek kempu

Zdroj:http://www.knizecirybnik.cz/

Obrázek 9: Celkový pohled na kemp

Zdroj:http://www.knizecirybnik.cz/

Obrázek 10: Terasa restaurace hotelu

Zdroj:http://www.knizecirybnik.cz/

Příloha č. 2: Dotazníkové šetření

Tento dotazník byl vytvořen pro dotazníkové šetření, potřebné pro bakalářskou práci. Práce je zaměřena na problematiku: Hotel, jako součást infrastruktury destinace cestovního ruchu, se zaměřením na hotel Knížecí rybník. Získané informace budou využity pro zjištění momentálního povědomí zákazníků o vybraném hotelu a následně budou navrženy možnosti zlepšení. Informace nebudou nijak zneužity, vyplnění dotazníku zabere maximálně 5 minut. Předem děkuji za vyplnění.

Lucie Nováková (Lusi.n@seznam.cz)
vedoucí průzkumu

---

1) Z jakého důvodu jste v Táboře?
a) výlet či dovolená
b) návštěva známých, příbuzných
c) pracovně
d) rezident

2) Kde jste se o hotelu dozvěděli?
a) od známých
b) z reklamních předmětů
c) byl po cestě
d) z internetu

3) Jak Vám vyhovovalo umístění a s ním spojená dostupnost hotelu?
a) dobrá dostupnost
b) obtížné spojení
c) velmi špatná dostupnost

4) Byli jste spokojeni se službami v hotelu?
a) ano, naprosto
b) spíše ano
c) spíše ne
d) ne, vůbec

5) Byly zdejší ceny (ubytovací, stravovací) přiměřené?
a) velmi levné
b) přiměřené
c) spíše dražší
d) drahé

6) Co by se podle Vás mohlo v areálu hotelu zlepšit, či rozšířit?

……
……
……

7) Jaké je Vaše pohlaví?

a) muž
b) žena

8) Jaký je Váš věk?

a) do 18 let
b) 19 – 30 let
c) 31 – 50 let
d) 51 a více

9) Jaký je Váš statut?

a) student
b) pracující
c) důchodce či na mateřské
d) nezaměstnaný