

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

FILOZOFICKÁ FAKULTA

LUXUSNÍ CESTOVNÍ RUCH V MORAVSKOSLEZSKÉM KRAJI

Bakalářská práce

Autor: Andrea Ilyková

Vedoucí práce: Ing. et Ing. Lucie S. Závodná, Ph.D.

Olomouc 2016

Univerzita Palackého v Olomouci
Filozofická fakulta
Akademický rok: 2013/2014

Studijní program: Humanitní studia
Forma: Prezenční
Obor/komb.: Ruská filologie - Aplikovaná ekonomická studia
(RF-AE)

Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta

| PŘEDKLÁDÁ: | ADRESA | OSOBNÍ ČÍSLO |
|----------------|---------------------------------|--------------|
| ILYKOVÁ Andrea | Mezi Cestami 1204, Dolní Lutyně | F12840 |

TÉMA ČESKY:

Luxusní cestovní ruch v Moravskoslezském kraji

NÁZEV ANGLICKY:

Luxury tourism in the Moravian-Silesian Region

VEDOUCÍ PRÁCE:

Ing. Lucie Sára Závodná, Ph.D. - KAE

ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

1. Charakterizujte obecný pojem luxusní cestovní ruch.
2. Lokalizujte luxusní cestovní ruch v Moravskoslezském kraji.
3. Srovnajte luxusní cestovní ruch v Moravskoslezském kraji s ostatními kraji ČR.
4. Analyzujte využití služeb luxusního cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji.

SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:

GOELDNER, Ch. R., RITCHIE, J. R. B. Tourism : Principles, Practices, Philosophies. 9th edition. New Jersey: John Wiley and Sons, 2008. 606 p. ISBN 0-471-40061-0.

KOSTKOVÁ, M. a kol. Management služeb cestovního ruchu. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, 2009. 256 s. ISBN 978-80-7248-510-9

ORIEŠKA, J. Služby v cestovním ruchu. Praha: Idea Service, 2010. 405 s. ISBN 978-80-85970-685

TESONE, D. V. Zásady řízení pro obor hotelnictví, gastronomie a turismu. Vyd. 1. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011. 389 s. ISBN 978-80-7357-655-4.

ZELENKA, J.; PÁSKOVÁ, M. Výkladový slovník cestovního ruchu. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

Podpis studenta:

Ilkova

Datum:

19.05.2014

Podpis vedoucího práce:

Zavadna

Datum:

19.5.2014

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Luxusní cestovní ruch v Moravskoslezském kraji“ vypracovala zodpovědně a samostatně podle svých schopností pod dohledem vedoucí práce, výhradně s použitím uvedených zdrojů.

V Olomouci dne

Podpis

Poděkování

Tímto bych chtěla poděkovat vedoucí této práce Ing. et Ing. Lucii S. Závodné, Ph.D. za užitečné rady, skvělou spolupráci a pozitivní přístup. Také bych chtěla poděkovat celé své rodině, příteli a kamarádům, že mě při psaní práce psychicky podporovali a povzbuzovali ve chvílích tvůrčího útlumu.

Obsah

| | |
|--|-----------|
| Úvod | 7 |
| I. Teoretická část | 9 |
| 1. Cestovní ruch | 9 |
| 1.1 Definice pojmu | 9 |
| 2. Oblasti cestovního ruchu | 11 |
| 2.1 Služby | 11 |
| 2.2 Dělení služeb | 11 |
| 2.3 Práce ve službách | 12 |
| 3. Klasifikace cestovního ruchu..... | 14 |
| 3.1 Formy cestovního ruchu..... | 14 |
| 3.2 Druhy cestovního ruchu | 15 |
| 3.3 Typy cestovního ruchu | 16 |
| 4. Účastníci cestovního ruchu | 17 |
| 4.1 Klasifikace cestujících | 17 |
| 4.2 Typologie turistů | 18 |
| 5. Trendy v cestovním ruchu..... | 20 |
| 6. Moderní zákazník a jeho požadavky | 23 |
| 7. Luxusní cestovní ruch..... | 24 |
| II. Analytická část | 26 |
| 8. Charakteristika Moravskoslezského kraje | 26 |
| 9. Luxusní ubytovací zařízení v MS kraji..... | 28 |
| 9.1 Clarion Congress Hotel | 32 |
| 9.2 Hotel Vitality..... | 33 |
| 9.3 Hotel Miura | 35 |
| 9.4 Srovnání s ostatními kraji v ČR..... | 36 |

| | |
|--|----|
| 10. Luxusní restaurační zařízení v MS kraji | 39 |
| 10.1 Srovnání s ostatními kraji v ČR | 40 |
| 11. Golfová turistika v Moravskoslezském kraji | 42 |
| 11.1 Srovnání s ostatními kraji v ČR | 43 |
| 12. Shrnutí..... | 45 |
| Závěr | 47 |
| Summary | 49 |
| Seznam použité literatury..... | 51 |
| Knižní zdroje | 51 |
| Internetové zdroje..... | 52 |
| Seznam obrázků..... | 55 |
| Seznam tabulek..... | 56 |
| Přílohy | 57 |

Úvod

Luxusní cestovní ruch patří k nejrychleji se rozvíjejícím oblastem turismu. Po celém světě dochází k výstavbě nových hotelů a restaurací, které se snaží předčít i ta nejtajnější očekávání zákazníků. K základním atributům luxusního cestovního ruchu je možné zařadit: vysokou úroveň poskytovaných služeb, nadstandardní péči o klienty, profesionalitu veškerého personálu či odpovídající vybavení interiéru.

Tato bakalářská práce se zaměřuje na luxusní cestovní ruch v Moravskoslezském kraji. Ačkoli se může zdát, že je tento kraj na luxusní turismus chudý, nachází se zde několik významných oblastí, které s luxusem souvisí. Práce je rozdělená na teoretickou a analytickou část. Teoretická část se zabývá obecnými pojmy jako cestovní ruch, jeho základní oblasti a klasifikace, ale také typologií účastníků cestovního ruchu a jeho současnými trendy. K současným trendům se řadí právě luxusní turismus, který je rozebírán v samostatné kapitole. Navazuje analytická část začínající charakteristikou Moravskoslezského kraje, jeho polohou, významnými turistickými oblastmi a každoročními událostmi, přičemž některé z nich patří k nejvýznamnějším v rámci regionu střední Evropa. Analytická část je pojatá jako malý průvodce luxusního cestovního ruchu s vytipovanými místy v MS kraji, jenž stojí zato navštívit.

Tato práce se zaměřuje na oblasti hotelnictví, gastronomie a golfovou turistiku. Tyto tři oblasti nebyly vybrány náhodou, v rámci luxusního cestovního ruchu mají na severní Moravě nevýraznější zastoupení. I když v Moravskoslezském kraji není situován jediný pětihvězdičkový hotel, práce uvádí výčet všech čtyřhvězdičkových hotelů podle Českého statistického úřadu a podle agentury Hotelstars. Následuje výběr tří hotelů, které mají jednak podle zmíněné agentury, tak i na portálech booking.com a tripadvisor.com, jedno z nejvyšších hodnocení. Zjišťuje se jejich návštěvnost a využití služeb přímo u vedení hotelů. Následně jsou srovnávány luxusní ubytovací zařízení v ostatních krajích České republiky, přičemž v této oblasti jasně vévodí Praha. U restauračních zařízení se analyzují nejvýznamnější internetové ankety a na základě výsledku se vybírá několik restaurací, ať už samostatných, nebo jako součást hotelu,

které se v Moravskoslezském kraji umístily na předních místech. V kapitole „Srovnání restauračních zařízení s ostatními kraji v ČR“ je uveden odstavec o nejznámějším ocenění zvané Michelinská hvězda. U golfové turistiky vévodí mapa s golfovými hřišti v kraji a následný rozbor nejvýznamnějšího hřiště i ve světovém měřítku, jelikož se zde v minulých letech pořádal PGA European Tour, nejvyšší evropská soutěž v golfu. Tato třetí a zároveň poslední oblast luxusního cestovního ruchu se srovnává s ostatními kraji v ČR.

Na konci práce je uvedeno shrnutí všech poznatků a navrženo zvýšení atraktivnosti Moravskoslezského kraje a rozvoj místního luxusního cestovního ruchu. Tato práce je určena pro širokou veřejnost a klade si za cíl informovat její čtenáře o možnostech luxusního cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji.

I. Teoretická část

1. Cestovní ruch

1.1 Definice pojmu

Počátky cestovního ruchu (CR) sahají až do starověku a jsou spojeny s rozvojem trhu a vynálezem peněz v Mezopotámii před více než šesti tisíci lety. S dnešní podobou má společného jen pramálo, ale základy jsou stejné. Jde především o společnou motivaci turistů a dalších účastníků CR.

Cestovní ruch je komplexní společenský jev představující významné odvětví celosvětového průmyslu. S narůstajícími možnostmi v oblasti cestování, větší dostupností jednotlivých destinací, zvyšující se životní úrovní obyvatel většiny zemí světa a rozvojem informačních a komunikačních technologií dochází k obrovskému "boomu" napříč všemi oblastmi cestovního ruchu. Celkový objem ekonomické aktivity v oblasti CR se za posledních deset let zvedl o více než 20%. Agentura WTTC¹ uvedla,² že v roce 2014 představoval objem aktivit spojených s CR 9,8% celosvětového HDP, což představuje více než 7,6 biliónů amerických dolarů a tento sektor vygeneroval téměř 277 milionů pracovních míst po celém světě. Což činí z CR jedno ze tří celosvětově nejdělečnějších odvětví na světě, vedle ropného a strojírenského průmyslu. Například některé evropské země jako Chorvatsko, Malta a Kypr jsou na CR závislé a poměr jejich příjmu z CR k HDP je oproti České republice čtyřnásobný, jak uvádí Český statistický úřad.³ CR také pomáhá v rozvojových zemích vytvářet nová pracovní místa, dochází zde k rozvoji infrastruktury, celkovému zlepšení životních podmínek, turisté se seznamují s místní kulturou apod. Na druhé straně mohou velké investice pro rozvoj turistických destinací zničit místní krajinu, kulturní dědictví v dané oblasti, dochází k zhoršení životních podmínek místních obyvatel, které může dojít tak daleko, že tito obyvatelé v konečném důsledku nebudou mít přístup k pitné vodě, protože ta bude použita pro luxusní hotely.

¹ World Travel & Tourism Council (Světová rada pro cestovní ruch a turistiku)

² WTTC. *Economic Impact Analysis* [online] Cit. 2015-11-12. Dostupné z: <http://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/>

³ KAMENICKÝ, J. *Cestovní ruch české ekonomice pomáhá* [online] Cit. 2015-11-13. Dostupné z: <http://www.statistikaamy.cz/2015/01/cestovni-ruch-ceske-ekonomice-pomaha/>

Jednotná a všemi přijímaná definice cestovního ruchu zatím neexistuje. Všechny dohromady mají určité společné prvky, ale vyskytují se i určité rozdíly.

CR v sobě zahrnuje studium mnoha vědních disciplín, jako jsou geografie, ekonomie, sociologie, kulturní antropologie, psychologie, historie apod. Výkladový slovník⁴ definuje CR takto: „*Cestovní ruch je komplexní společenský jev, zahrnující aktivity osob cestujících mimo jejich obvyklé prostředí nebo pobývajících v těchto místech ne déle než jeden rok za účelem zábavy, rekreace, vzdělávání, pracovní či jiný účel, i aktivity subjektů poskytujících služby a produkty těmto cestujícím osobám (...)*“ Pojem obvyklé prostředí a časové vymezení jednoho roku se také vyskytuje v definici na webových stránkách Světové turistické organizace OSN (UNWTO),⁵ kde je navíc vymezen hlavní účel pobytu, který nesmí být v oblasti, do které cestujeme, výdělečný. Některé země přímo definují minimální vzdálenost od svého obvyklého místa pobytu (např. Austrálie či USA). Česká republika je v tomto ohledu volnější a vzdálenost není pro definici CR podstatná.⁶

Z těchto základních definic lze určit základní charakteristiku odvětví CR, mezi něž patří:

- omezenost pobytu (max. 12 po sobě jdoucích měsíců),
- účel návštěvy (rekreační, odpočinkový, pracovní..., nesmí být výdělečný)
- oblast pobytu (mimo své obvyklé prostředí)

⁴ ZELENKA, J., PÁSKOVÁ, M. *Cestovní ruch. Výkladový slovník*. Praha: Linde, 2012, str. 83

⁵ UNWTO. *Glossary of tourism terms* [online]. Cit. 2015-10-26. Dostupné z: <https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/staticunwto/Statistics/Glossary+of+terms.pdf>

⁶ GOELDNER, CH. R., RICHIE J. R. B. *Cestovní ruch. Principy, příklady, trendy*. Brno: BizBooks, 2014, str. 8

2. Oblasti cestovního ruchu

2.1 Služby

Hlavní oblastí obchodu v cestovním ruchu je třetí sektor národního hospodářství, konkrétně služby. Tato oblast se vyznačuje určitými specifickými rysy. Každá služba je nehmateľná a nedá se skladovat, proto je z časového hlediska obtížnější vyrovnat strany nabídky a poptávky. Klienti cestovního ruchu si sami vyhledávají a vyžadují potřebné služby. Jako další vlastnost můžeme uvést vázanost k určitému místu a času. M. Kostková a kol. (2009)⁷ navíc uvádí, že výroba a spotřeba služeb se uskutečňuje v jednom okamžiku a za přítomnosti zákazníka. Dále uvádí, že „...služby cestovního ruchu musí odpovídat charakteru místa cestovního ruchu a jeho funkcím, požadavkům jednotlivých typů cestovního ruchu, zajištění vzájemné kapacitní vazby služeb a musí se přizpůsobit časově nerovnoměrně rozložené poptávce.“ Služby CR mají určité zvláštnosti, které jsou typické právě pro tuto oblast. Mezi tyto zvláštnosti můžeme zařadit velký vliv emocí při rozhodování o jejich nákupu, snadná napodobitelnost, velký důraz se klade na patřičnou úroveň a image, distribuční cesty jsou spleťtější a podstatnou roli hrají ve službách komplementární firmy.⁸

2.2 Dělení služeb

Služby se podle Francové (2003)⁹ dělí do dvou kategorií a to do kategorie základní a ostatní. „Do kategorie základní patří služby: ubytovací, stravovací a dopravní. V kategorii ostatní najdeme služby obchodní, sportovně-rekreační, společensko-kulturní, lázeňsko-léčebné, směnářenské, zprostředkovatelské, komunální a horské služby.“ V tomto dělení je postavení cestovních kanceláří a agentur, které hrají v CR důležitou roli, zařazeno v kategorii ostatní, naproti tomu v knize doc. Orišky (2010)¹⁰ zauímají cestovní kanceláře a agentury hlavní oblast zájmu. Oriška dělí služby na jiné dvě základní kategorie a to:

⁷ KOSTKOVÁ, M., NĚMČANSKÝ, M., TORČÍKOVÁ, E. Management služeb cestovního ruchu. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, 2009, str. 17

⁸ KOSTKOVÁ, M., NĚMČANSKÝ, M., TORČÍKOVÁ, E. Management služeb cestovního ruchu. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, 2009, str. 17

⁹ FRANCOVÁ, E. *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2003, str. 29-30

¹⁰ ORIEŠKA, J. *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis, 2010, str. 15

- služby cestovního ruchu
 - dodavatelské služby (ubytovací, stravovací, animační, sportovně-rekreační, informační...)
 - zprostředkovatelské služby (cestovních kanceláří, cestovních agentur...)
- ostatní služby
 - specializované služby pro cestovní ruch (pojistné, pasových orgánů, směnárenské...)
 - služby místní infrastruktury v cílovém místě (komunální, zdravotnické, obchodní, policejní...)

Jiné dělení služeb uvádí také Goeldner (2014).¹¹ Ten dělí operační sektory CR na: „*sektor ubytování, služby pro turisty, sektor přepravy, sektor zábavy, sektor stravovacích služeb, dobrodružná a outdoorová rekreace, atrakce, veřejné akce a turistické kanceláře.*“ Jednotlivým kategoriím nepřidává zvláštního postavení či výjimečnosti mezi ostatními sektory a všechny služby CR řadí na stejnou úroveň. Hlavním obsahem této práce jsou luxusní služby z oblasti hotelnictví, gastronomie a golfové turistiky. Každá z těchto oblastí může být součástí luxusního CR. Ať už se jedná o nejlepší hotely na světě, špičkové restaurace, které navštěvuje britská královská rodina, či nejlepší světová golfová hřiště.

2.3 Práce ve službách

Služby se vyznačují zvláštním vztahem zaměstnanců k zákazníkům. Jeden z předpokladů práce ve službách je založen na pozitivním chování a přístupu k lidem. Jak uvádí Tesone (2011)¹², vedoucí pracovníci hledají do týmu lidi, kteří svou práci nedělají proto, že musí, ale z radosti a potěšení vytvářet pro turisty zajímavé, nezapomenutelné zážitky. Mezi zákazníky a zaměstnanci se vytváří dlouhodobý intimní vztah a zaměstnanec musí bavit tento vztah udržovat a zlepšovat. Pro dlouhodobou spokojenost pracovníků ve službách je třeba umět rozlišit mezi osobním a pracovním životem a své osobní problémy nechat při práci stranou. Pracovníci nesmějí mít pocit,

¹¹ GOELDNER, CH. R., RICHIE J. R. B. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies. 12th edition.* New Jersey: John Wiley and sons, 2012, p. 10

¹² TESONE, D. *Zásady řízení pro obor hotelnictví, gastronomie a turismu.* Praha: Wolters Kluwer ČR., 2011, str. 6

že jsou pouhými sluhy, ale měli by si uvědomit rozdíl mezi posluhováním a poskytováním služby. Některé korporace v oblasti turismu se vyznačují výborným vztahem k zákazníkům, ale trochu zaostávají ve vztahu ke svým zaměstnancům. Ale v první řadě musí být spokojeni hlavně zaměstnanci, aby svou pozitivní náladu a energii mohli předávat dál.

3. Klasifikace cestovního ruchu

Téměř v každé literatuře se setkáváme s různou klasifikací CR a jednotlivé složky se mnohdy překrývají, doplňují a často dochází k záměnám pojmů. I přesto existuje základní klasifikace P. Berneckera, kterou ve své knize uvádí Marian Gúčík.¹³ Bernecker již v roce 1962 rozdělil dvě základní kategorie a totiž **formy** a **druhy** cestovního ruchu.

3.1 Formy cestovního ruchu

Formy CR definoval na základě vnějších faktorů a vlivů a rozdělil je následovně: „z hlediska původů návštěvníků, vlivu na platební bilanci, způsobu financování, délky pobytu, ročního období, počtu návštěvníků, druhu dopravního prostředku, způsobu přípravy cesty a její uskutečnění a stupně vlivu úřadů.“¹⁴ Jak jsme již zmínili, často dochází k záměnám dvou Berneckových kategorií nebo jejich sdružování do jedné oblasti. Pro porovnání uvádíme formy CR, jak jsou uvedeny v knize Francové.¹⁵ Ta hovoří v rámci forem CR o uspokojování určité potřeby klientů a rozděljuje formy na:

- základní (rekreační, kulturně-poznávací, sportovně-turistické, lázeňsko-léčebné)
- specifické, jichž existuje daleko větší množství přizpůsobující se novým moderním trendům.¹⁶

Francová některé z forem CR, které můžeme vidět u Berneckera, zařadila do druhů CR stejně jako třeba Čertík¹⁷ a tady opět vidíme vzájemnou propojenost těchto dvou kategorií.

¹³ GÚČIK, M. *Cestovní ruch. Úvod do štúdia*. Banská Bystrica: DALI-BB., 2010, str. 59

¹⁴ GÚČIK, M. *Cestovní ruch. Úvod do štúdia*. Banská Bystrica: DALI-BB., 2010, str. 59

¹⁵ FRANCOVÁ, E. *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2003, str 32-33

¹⁶ Např.: veletržní CR, erotický CR, nákupní turistika, turistika za divokou zvěří, geocatching atd.

¹⁷ ČERTÍK, M. a kol. *Cestovní ruch. Vývoj, organizace a řízení*. Praha: OFF, 2001, str. 16-18

Jedná se o kategorie délky pobytu, vztahu k platební bilanci a formou úhrady nákladů, tedy způsobu financování.

3.2 Druhy cestovního ruchu

Druhy CR jsou definovány podle celkové „klasifikace typů cest v tomto oboru,¹⁸ „motivace účastníků, tj. účel, pro který cestují a pobývají přechodně na cizím místě.“¹⁹ Druhy CR se dělí podle několika základních kritérií, ke kterým patří:

- místo realizace CR – zde se CR dělí na dvě základní oblasti: domácí CR, jehož účastníci při realizaci nepřekračují hranice daného státu a zahraniční CR, který zahrnuje oblast pohybu osob přes hranice daného státu.²⁰
- délka trvání – podle délky trvání rozlišujeme dlouhodobý a krátkodobý CR, přičemž jsou tyto dva druhy podmíněny délkou přenocování. U dlouhodobého CR jde o více než 3-5 přenocování, záleží podle země. V ČR se za kritérium považují 4 noci. Krátkodobý CR zahrnuje 3 a méně přenocování.²¹
- doba uskutečnění – doba uskutečnění se odvíjí od sezóny v roce, rozlišují se dva druhy CR: sezónní a celoroční. Sezónní se odvíjí hlavně od klimatických podmínek vhodných k organizování určitého CR a koná se v určitém období v roce. Mezi celoroční druhy CR se zpravidla řadí městská forma CR, kongresová turistika apod.
- způsob a organizace zabezpečení průběhu CR – v tomto druhu CR existují 2 základní oblasti: organizovaný a neorganizovaný CR. Záleží na tom, jestli si účastník cestovního ruchu vybere pomoc cestovní kanceláře, agentury či jiného zprostředkovatele, pak se jedná o organizovaný CR, nebo si vše obstará sám, pak se jedná o neorganizovaný CR.²²
- vztah k platební bilanci – u toho druhu CR záleží, jestli sám o sobě přináší přínos z pohledu platební bilance, potom je možné hovořit o příjezdovém CR, nebo naopak na bilanci působí záporně, tudíž jde o výjezdový cestovní ruch.

¹⁸ FRANCOVÁ, E. *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2003, str. 31

¹⁹ GÚČIK, M. *Cestovní ruch. Úvod do štúdia*. Banská Bystrica: DALI-BB., 2010, str. 59

²⁰ FRANCOVÁ, E. *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2003, str. 31

²¹ ZELENKA, J., PÁSKOVÁ, M. *Cestovní ruch. Výkladový slovník*. Praha: Linde, 2012, str. 113

²² ČERTÍK, M. a kol. *Cestovní ruch. Vývoj, organizace a řízení*. Praha: OFF, 2001, str. 16

- způsob hrazení nákladů – tento druh CR se dělí na volný a vázaný. Jestliže si účastník hradí cestu sám, jde o volný CR (jindy nazývaný též komerční), pokud za účastníka hradí cestu někdo jiný, jde o vázaný CR (neboli sociální).²³

3.3 Typy cestovního ruchu

Klasifikace typů CR vznikla jako reakce na nejednotnost a neustálý problém vymezování forem a druhů. Toto dělení pomáhá blíže charakterizovat účastníka CR z hlediska jeho motivace, zahrnuje i způsob realizace CR a v neposlední řadě také účinky, které CR společnosti i jednotlivci přináší. V podstatě shrnuje druhy a formy CR do jedné oblasti. Jeho jednotlivé složky se navzájem doplňují. Indrová²⁴ dělí CR na základě tohoto vymezení takto:

- převažující motivace účasti na CR (rekreační, kulturně-poznávací, s náboženskou orientací, se vzdělávacími motivy, se společenskými motivy, zdravotní, sportovně orientovaný, CR orientovaný na poznávání přírodního prostředí, CR s profesními motivy, CR s dobrodružnými motivy, specificky orientovaný CR)
- místo realizace (domácí a zahraniční)
- vztah k platební bilanci státu (aktivní a pasivní)
- délka pobytu (krátkodobý a dlouhodobý)
- způsob zabezpečení cesty a pobytu (organizovaný a neorganizovaný)
- počet účastníků (individuální a skupinový)
- způsob financování (komerční a sociální)
- věk účastníků (dětský, mládežnický, pro seniory, rodiny s dětmi, věková skupina 40-50 let)
- převažující prostředí pobytu (městský, venkovský, lázeňský, různá střediska CR)
- ostatní kritéria (dle ročního období, způsobu ubytování, použití dopravního prostředku).

²³ FRANCOVÁ, E. *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2003, str. 32

²⁴ INDROVÁ, J a kol. *Cestovní ruch*. Praha: VŠE, Oeconomica, 2009. str. 17-18

4. Účastníci cestovního ruchu

Hlavním úkolem dělení účastníků CR je zabezpečit správné určení znaků jednotlivých segmentů, zvolit správnou komunikační strategii, přizpůsobit své produkty dané oblasti účastníků a zařídit rozvoj a zvětšování dané skupiny.

Pro lepší orientaci je potřeba nejprve určit základní rozdíly mezi turistou, návštěvníkem a výletníkem. Toto dělení je velmi důležité z hlediska evidencí, analýz a vyhodnocování nejrůznějších statistik. Ve výkladovém slovníku Páskové a Zelenky²⁵ je **výletník** (jednodenní návštěvník, excursionist) účastník CR, který se v navštíveném místě nezdrží přes noc. Podle UNWTO²⁶ je **turista** (overnight visitor)²⁷ ten, jehož výlet zahrnuje přespání v místě mimo své obvyklé bydliště. **Návštěvník** je nadřazený pojem turisty a výletníka. Tudíž se mezi návštěvníky řadí obě dvě výše zmíněné kategorie.

4.1 Klasifikace cestujících

Následný přehled klasifikace cestujících je uveden v knize Zelenky a Páskové.²⁸ Cestující jsou rozděleni do dvou kategorií: ti, kteří jsou ve statistice CR zahrnuti a ti, kteří ve statistice zahrnuti nejsou.

| Cestující | |
|---|--|
| Zahrnuti ve statistice CR = návštěvníci <ul style="list-style-type: none">•Turisté<ul style="list-style-type: none">•Zahraniční turisté•Domácí turisté•Jednodenní návštěvníci<ul style="list-style-type: none">•Zahraniční jednodenní návštěvníci•Domácí jednodenní návštěvníci | Nezahrnuti ve statistice CR <ul style="list-style-type: none">•Migranti•Studenti•Diplomaté•Místní cestující•Dojíždějící•Kočovníci•Příslušníci ozbrojených sil |

²⁵ ZELENKA, J., PÁSKOVÁ, M. *Cestovní ruch. Výkladový slovník*. Praha: Linde, 2012, str. 623

²⁶ UNWTO. *Glossary of tourism terms* [online]. Cit. 2016-02-01. Dostupné z: <https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/staticunwto/Statistics/Glossary+of+terms.pdf>

²⁷ Angl. překlad: návštěvník, který v daném místě přenocuje

²⁸ ZELENKA, J., PÁSKOVÁ, M. *Cestovní ruch. Výkladový slovník*. Praha: Linde, 2012, str. 373

4.2 Typologie turistů

Rozdělení turistů do několika lehce identifikovatelných skupin je poměrně složité. Nejenže všichni účastníci CR mají různé potřeby, ale mají i jiné požadavky, očekávání, přání, pochází z různých kulturních oblastí, odlišují se náboženstvím. Právě individualita jednotlivých turistů, jejich pocity, emoce a postavení jsou klíčové při určování kategorií. Jedním ze znaků postmodernismu je právě fragmentace trhu a roztržičnost spotřebitelovy osobnosti. Tyto základní prvky napovídají, že nejen turisty v cestovním ruchu je složité rozdělit. S těmito znaky postmodernismu souvisí pojem post-turista²⁹, který je produktem dnešní doby. Hlavní roli hrají v jeho životě komunikační technologie, díky nimž má při výběru své dovolené přístup k velkému množství informací. Jednoduše přestupuje od jednoho segmentu k druhému, rychle mění své názory, nedá se tak snadno nalákat na „výhodné“ akce a chce být víc nezávislý. Přesto se vědci a autoři nejrůznějších publikací souvisejících s cestovním ruchem snaží o rozdělení turistů. Jedno z neznámějších dělení nabízí sociolog Cohen,³⁰ dělí turisty do čtyř kategorií.

- **Organizovaný masový turista** je turista, který si kupuje dovolenou u cestovní kanceláře či agentury jako balíček, kde je vše naplánováno. Nejvíce času tráví v okolí hotelu a využívá především jeho služeb, či v nejbližším okolí hotelu. Nepotřebuje se seznamovat s místní kulturou, lidmi, zvyky apod.
- **Individuální masový turista** si kupuje volnější balíček, který mu umožňuje větší svobodu pohybu. Sám si plánuje některé výlety, půjčí si automobil a s danou oblastí se seznamuje. Většinou se drží nějakého plánu, málo kdy se odváží prozkoumat něco nového.
- **Turista – průzkumník (objevitel)** se většinou straní ostatních turistů, sám si vše plánuje a je zcela nezávislý. Chce si nicméně udržet určitý komfort a taky se stará o svou bezpečnost. Seznamování s místními obyvateli mu nedělá problém, rád takové situace vyhledává.

²⁹ S pojmem post-turisty se setkáváme u Feifera a Urryho v knize Hornera a Swarbrooke.

³⁰ HORNER, S., SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, 2003. str. 65-66

- **Turista – tulák** se stává součástí místní komunity. Snaží se žít stejným životem jako místní lidé, vzdaluje se od jakékoli formy cestovního ruchu. Je zcela nezávislý, nedělá mu problém kdekoli přenocovat.

Dá se říct, že první dva typy turistů jsou cílovým trhem pro cestovní kanceláře a zejména na ty by měly soustřeďovat svou pozornost a neustále se seznamovat s jejich chováním, požadavky a vlastnostmi. Služby cestovních kanceláří jsou pro tyto typy turistů zcela klíčové, mnohdy jediné a kancelářím z jejich poskytování plyne zisk. Další dva typy turistů souvisí s rozvojem udržitelného cestovního ruchu, a proto by se destinace, které do této kategorie spadají, měly zajímat o tyto dvě kategorie. Cohen označuje první dva typy jako institucionalizované a další dva typy jako neinstitucionalizované cestovatelé.

Další dělení turistů od Cohena souvisí s typem zážitků, jaký turisté hledají: **rekreační** (nejde mu o kulturní náplň volného času), **diverziální** (hledá rozmanitost, pomocí které se snaží zapomenout na všední starosti), **zážitkový** (jde mu o autentické zážitky), **experimentální** (snaží se o blízký kontakt s místní kulturou) a **existenciální** turista (zcela se ponoří do cizí kultury, tradic a života).

Samozřejmě existuje velké množství dělení turistů. Některé například z pohledu psychologie, které se snaží diverzifikovat turisty podle jejich osobnosti. Další dělení souvisí s demografickou situací, která nemusí být vždy zárukou správného rozdělení. Ta předpokládá, že mladší, vzdělaní lidé nebudou vyžadovat přehnané nároky na svou dovolenou a budou se snažit si svoji dovolenou zorganizovat sami, zatímco starší lidé dají přednost již připraveným balíčkům a pohodlí. Teorie Cohena je poněkud zastaralá, proto je následující část této práce věnována modernímu turistovi, zákazníkovi a jejich požadavkům.

5. Trendy v cestovním ruchu

Při srovnání cestovního ruchu dnešní doby s cestovním ruchem 70. let minulého století dochází k závěru, že oblast cestovního ruchu je jednou z nejrychleji se rozvíjejících oblastí hospodářství. Samozřejmě bez rozvoje komplementárních oblastí jakou v tomto případě představují infrastruktura, doprava, informační technologie, vzdělanost a mnoho jiných oborů, by cestovní ruch nerostl takovým tempem. Tyto oblasti mají na cestovní ruch obrovský vliv, takže jejich vývoj, negativní či pozitivní, určuje směr, jakým se turismus vydává. K jedné ze změn patří klimatické podmínky silně ovlivňující ráz krajiny a možnosti rozvoje turismu. Cestování je pro většinu lidí neodmyslitelným společníkem života. Někteří si prostřednictvím výletů a dovolených realizují své sny, jiní cítí potřebu poznat nové kultury. Lidé mají větší disponibilní příjem, snazší přístup k informacím, více zkušeností s různými formami turismu, cestování se stalo pohodlnějším a také volný čas turistů neustále narůstá. Důležitou oblastí dostávající se do popředí zájmu, je bezpečnost jednotlivých destinací. Terorismus všude ve světě (ohroženy jsou jak velká města, tak přeplněná nákupní centra...), válka na Blízkém východě, to vše má neblahý vliv na CR. I přes nepříliš příznivý vývoj v ekonomice, po krizi v roce 2008, se cestovní ruch celkem rychle vzpamatoval a v současné době roste rychlým tempem. Vzrostl jak celkový počet zahraničních cest (v roce 2012 byla poprvé v historii CR pokořena hranice 1 mld. příjezdů turistů), tak cestovní výdaje (za rok 2013 to bylo celosvětově 989 mld. eur) i počet přenocování se zvýšil.³¹

Současný trend CR charakterizuje rozvoj různých forem turismu. Některé z těchto forem se považují za zcela nové, k jejich velkému rozvoji došlo až v tomto tisíciletí, a proto dostaly i svůj vlastní název. Jako příklad je možné uvést:³²

- *Dark Tourism*³³ – forma turismu, při které návštěvník zavítá do oblastí postižených nějakou katastrofou. Ať už se jedná o oblast přírodního neštěstí,

³¹ CZECH TOURISM. *Trendy globálního cestovního ruchu (2013-2014)* [online] Cit 2016-02-02. Dostupné z <http://www.czechtourism.cz/institut-turismu/aktuality/trendy-globalniho-cestovniho-ruchu-2013-a-2014/>

³² CESTOVATELÉ SOBĚ. *Seriál: Světové trendy v cestovním ruchu* [online] Cit. 2016-02-01. Dostupné z <http://www.cestovatel.cz/serialy/svetove-trendy-v-cestovnim-ruchu/>

nebo válečné zóny, jsou to místa spojená s utrpením a bolestí. Turisty tato místa vzrušují.

- *Diaspora Tourism* – souvisí s cestováním do své vlasti. S pádem železné opony a otevřením hranic, je stěhování obyvatelstva do nové domoviny běžný. Právě cestování do své vlasti je označován jako diaspora tourism. Lidé tak vzpomínají na své prožité mládí, účastní se místních tradic, cestují za svými blízkými.
- *CouchSurfing* – je poměrně nová forma nabízení ubytování. Zejména ve velkých městech a drahých oblastech, jde o poměrně levnou záležitost, kdy je za menší úplatu, případně zadarmo, účastníkovi CR nabídnuta postel v obývaném bytě či domě. Tato forma je populární zejména mezi mladými turisty (tuláky, objeviteli), ve většině případů se nejedná o luxusní ubytování, zato autenticita zážitků je téměř 100%. Tohoto druhu ubytování se obávají hoteliéři po celém světě, protože tak přicházejí o své potenciální klienty.
- *Léčebný turismus* – znamená putování za léčivými prameny nebo léčiteli. Spočívá v podstoupení zákroku či ozdravné kúry v zemi, v níž není účastník rezidentem. To je hlavní účel této cesty. V zemi rezidenta tato vyhledávaná služba není dostupná nebo je někde v zahraničí levnější než doma, případně účastník cestuje za špičkovými odborníky.
- *Responsible travel* – neboli zodpovědné cestování. Hlavním smyslem této formy turismu je eliminovat dopad CR na životní prostředí. Tato forma má charakter environmentální, sociologický i ekonomický. Účastníci takové formy turismu dobře chápou, jaké problémy jejich pobyt způsobuje. Jejich označení je známé jako tzv. environmentally friendly.³⁴
- *Volunturismus* – forma CR tvořena dobrovolnickou službou. Jde o spojení klasické dovolené s aktivní pomocí v oblasti. Jde o nezištnou formu pomoci v zahraničí v jakékoli oblasti, kde je pomoc vyžadována. Může se jednat o pomoc na farmách (tedy manuální práce), výuku angličtiny, lékařskou pomoc apod. Účastník se stává členem místní komunity. Tato forma turismu je zpravidla delší než 1 měsíc.

³³ Některé formy moderního CR nepřekládáme, vhodný český ekvivalent se zde nehodí.

³⁴ Přátelský k životnímu prostředí

- *Filmový turismus* – znamená cestování do míst spjatých s filmem či jinou televizní show. Jedná se o propojení filmového průmyslu s cestovním ruchem. Účastníci se vydávají po stopách filmařů, navštěvují pro ně známá místa.³⁵ Takto například přilákal Nový Zéland spoustu fanoušků filmu Pán prstenů.
- *Luxury tourism* – luxusní cestovní ruch se vyznačuje nadstandardním poskytováním služeb. Účastníci luxusního CR se chtějí cítit jako v ráji. Vyžadují určitou kvalitu služeb a očekávají také kvalitní přístup personálu. Neváhají za své dovolené utrácet 50 000 dolarů i víc. Tato bakalářská práce se bude v dalším textu zabývat tímto současným trendem CR.

³⁵ ARTS LEXIKON. *Turismus filmový (film tourism, film-induced tourism)*. [online] Cit. 2016-02-01. Dostupné z: http://artslexikon.cz/index.php/Turismus_filmov%C3%BD

6. Moderní zákazník a jeho požadavky

Současný zákazník, účastník CR, se zcela odlišuje od svých předchůdců. Jak je již tolikrát zmiňováno v této práci, především rozvoj dalších oblastí národního hospodářství velmi ovlivňuje cestování, pohyb osob do zahraničí a celkově usnadňuje některé dříve omezené možnosti. Základní požadavky moderního návštěvníka vyžadují neustálou pozornost poskytovatelů služeb CR. Tyto požadavky a současné trendy pomáhají lépe utvářet nabídku na trhu CR.

Mezi základní potřeby návštěvníka patří autenticita zájezdu, úplné splynutí s místní kulturou a životním prostředím. Moderní turista se chce ponořit a zažít něco nového, neočekávaného a zážitky budou hlavní náplní jeho výletů. Turista musí být neustále překvapován něčím novým, aby byl neustále v úžasu a ohromení. Často se nespokojí pouze s nabídkou cestovních kanceláří, ale díky snadnému přístupu k informacím si hledá nové příležitosti sám. Tito cestující mohou vyžadovat i nadstandardní služby a jsou ochotni si za svou dovolenou připlatit. Samozřejmě tento trend není platný pro všechny účastníky CR. Se stárnutím populace stoupá počet cestujících v důchodovém věku a ti vyžadují od svého cestování především komfort, klid, vstřícnost personálu a bezproblémovost po celou dobu dovolené. Předpokládá se, že s rozvojem Číny a Indie a rozrůstáním střední třídy v těchto zemích, stoupne počet výjezdových turistů několikanásobně. Často je v dnešní době vyžadováno bezplatné připojení k síti Wi-Fi, protože lidé mají potřebu být neustále v „kontaktu“ se svým okolím, např. prostřednictvím sociálních sítí. Naproti tomu druhá skupina jede na dovolenou bez jakékoli moderní techniky a rezolutně ji odmítá. Tito lidé si většinou chtějí od své, moderními technologiemi přesycené práce, odpočinout.

7. Luxusní cestovní ruch

S pojmem luxusní cestovní ruch je svázaný jeden základní atribut, kterým jsou hodnoty. Každý člověk má jiné předpoklady a očekávání, co si pod tímto pojmem představit. Tyto představy souvisí především s osobními zkušenostmi, průměrným platem, náročností jednotlivých klientů. Podle Zelenky (2012)³⁶ je luxusní CR definován takto: „*Luxusní CR je forma CR, jejíž účastníci jsou motivováni vysokým standardem poskytovaných služeb (...) a vybranou společností (...)*“. Již při tak krátké definici dochází k určitým nesrovnalostem, protože co znamená vysoký standard pro dělníka, jehož průměrná mzda činí 20 000 Kč a pro vrcholového manažera, jehož průměrná mzda činí 150 000 Kč?

Pro většinu poskytovatelů luxusních služeb je typická otevřenost a úplné poznání zákazníka a jeho potřeb. Musí přesně zjistit, co zákazníci chtějí a jak plně využít jejich čas, který jim svěřili do rukou. Prodejci nabízejí svým klientům takové služby, o kterých se jim ani nesnilo. Sami provozovatelé posouvají hranice svých služeb na čím dál vyšší úroveň. Důležitým prvkem se jeví autenticita zážitků a možnost dostat se do úplného centra jiné kultury, společenství apod. Lidé při výběru své dovolené oceňují komunikaci, kterou jim agenti nabízejí. V dnešní době je k informacím o hotelích, destinacích a cenách snadný přístup. Vybrat však tu správnou kombinaci pomohou právě orientovaní prodejci.³⁷ Nabídka na straně luxusního cestovního ruchu neustále stoupá a všude ve světě vznikají nové luxusní hotely, restaurace, zábavná střediska aj. Centra takových služeb se nachází např. v SAE, na Bali, na Floridě, na Kanárských ostrovech a na Maledivách.

Podle agentury Czech Tourism je bonitní klientela a s tím spojený luxusní CR stanoven minimálním ročním příjmem ve výši 100 000 USD, což činí při aktuálním kurzu ČNB (1 Kč = 24,8 USD; 4. 11. 2015) 2 480 000 Kč. Při posuzování, zda se jedná o bohatou klientelu, jsou zásadní samotné útraty za dovolenou.

³⁶ ZELENKA, J., PÁSKOVÁ, M. *Cestovní ruch. Výkladový slovník*. Praha: Linde, 2012, str. 320

³⁷ FOX, J. T. *The Evolution of Luxury Travel*. [online] Cit. 2015-11-05. Dostupné z <http://www.travelagentcentral.com/trends-research/the-evolution-luxury-travel>

Při průměrné délce dovolené 10 dnů, utratí více než polovina těchto klientů 5 – 10 tisíc USD a zhruba 22% klientů utratí více než 20 000 USD za svou dovolenou. Tito klienti nejsou orientováni na cenu jednotlivých služeb, ale na jejich hodnotu, kvalitu, rozmanitost produktu a přístup personálu, či zaměstnanců, se kterými se v průběhu dovolené klienti setkávají.³⁸ Tyto informace uvádíme pro základní orientaci, která je platná ve světovém měřítku. V ČR jsou hodnoty pro tuto práci upraveny.

V rámci této práce je movitější klientela v České republice určena jako ta, jejíž průměrná měsíční mzda činí minimálně 50 000 Kč. Luxusní služby v Moravskoslezském kraji nedosahují světové úrovně, a dokonce za některými regiony v republice tento kraj v určitých oblastech zaostává, jak ukáže další výzkum. Částka 50 000 Kč jako dvojnásobek průměrného platu se proto jeví logickým východiskem. Výpočet částky 50 000 Kč uvádí tabulka č. 1

Tabulka 1 Minimální roční mzda pro bohaté účastníky luxusního CR

| Země | USA | ČR |
|--|-------------|------------|
| Průměrná roční mzda | 50 000 USD | 300 000 Kč |
| Minimum roční mzdy pro bonitní klienty | 100 000 USD | 600 000 Kč |
| Průměrná měsíční mzda bonitních klientů | 8 333 USD | 50 000 Kč |

Zdroj: vlastní

³⁸ CZECH TOURISM. *Bonitní klientela a cestovní ruch*. [online] Cit. 2015-11-04. Dostupné z: <http://vyzkumy.czechtourism.cz/649/bonitni-klientela-a-cestovni-ruch#;f=studijni-prace>

II. Analytická část

8. Charakteristika Moravskoslezského kraje

Moravskoslezský kraj (MS) je se svými 1,2 mil. obyvateli třetím nejlidnatějším krajem v České republice po Středočeském kraji a Praze. Jeho celková rozloha činí necelých 5,5 tisíc km² a je situován na severovýchodě České republiky. Kraj se dělí na 6 okresů. Jedná se o okresy Bruntál, Frýdek-Místek, Karviná, Nový Jičín, Opava a Ostrava-město (viz. Obrázek č. 1). Kraj na severu sousedí s Polskem a vliv této země je v kraji patrný. Ať už se jedná o typické polské nářečí, pokrmy, zvyklosti nebo početnou polskou menšinu (oblast kolem Českého Těšína a Třince). Na jihovýchodě kraj hraničí se Slovenskem. Velký význam obou sousedních států se projevuje i v cestovním ruchu. Poláci jsou hned po Slovácích nejčastějšími návštěvníky MS kraje v oblasti přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních. Za rok 2015 tvořily tyto národy více než 35% všech ubytovaných nerezidentů v kraji.

Obrázek 1 Mapa MS kraje a rozdělení okresů



Zdroj: www.likvidace-vozidla-ostrava.cz³⁹

³⁹ LIKVIDACE VOZIDEL OSTRAVA. *Ekologická likvidace vozidel*. [online] Cit. 2016-02-02 Dostupné z: <http://www.likvidace-vozidla-ostrava.cz/>

K významným oblastem cestovního ruchu v MS kraji jsou řazeny oblasti hotelnictví, golfové turistiky, gastronomie, lázeňství, dopravy, horské turistiky a jednotlivé kulturní střediska, včetně muzeí, galerií, knihoven, výstavišť, národních památek atd.. V tomto kraji je situováno 626 hromadných ubytovacích zařízení, 8 golfových hřišť, 1 mezinárodní letiště, 3 lázeňská města, několik hradů a zámků a chutné gastronomické speciality jako jsou štramberské uši, řízek Ondráš, Oderský kapr a mnoho dalších. V průběhu roku se v Moravskoslezském kraji koná několik významných kulturních akcí a do kraje každoročně zavítá velké množství umělců z celého světa. Za zmínku stojí festival Colours of Ostrava, který se v posledních letech pořádá v Dolní oblasti Vítkovic, jedinečné technické památce svého druhu v ČR. Mezi další významné události patří Dny NATO; přehlídka vojenské techniky Severoatlantické aliance konaná v areálu letiště Mošnov. Na tuto dvoudenní akci každoročně zavítá více než 200 000 návštěvníků.

V loňském roce hostilo město Ostrava (společně s Prahou) Mistrovství světa v ledním hokeji. Právě tato událost výrazně zvedla celkový počet ubytovaných hostů v kraji.⁴⁰ Celkem v MS kraji v roce 2015 přenocovalo 775 061 osob, což je o 10% více než v roce 2014. V měsíci květnu, kdy se mistrovství konalo, došlo k nárůstu ubytovaných nerezidentů o 175% v celkovém počtu hostů a 210% v počtu přenocování. Největší meziroční nárůst byl zaznamenán u Finů (12krát vyšší).

Všechny kulturní a jiné mimořádné události přispívají k rozvoji cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji. Ve statistikách se kraj každoročně pohybuje kolem 7. místa v celkovém počtu ubytovaných osob.

⁴⁰ STATISTIKA A MY. Na Moravskoslezsku bylo více hostů díky hokeji. [online] Cit. 2016-03-07. Dostupné z: <http://www.statistikaamy.cz/2015/09/na-moravskoslezsku-bylo-vice-hostu-diky-hokeji/>

9. Luxusní ubytovací zařízení v MS kraji

Podle Českého statistického úřadu je v kraji celkem 626 hromadných ubytovacích zařízení. Ač je toto číslo poměrně vysoké, nenajdeme v kraji jediné pětihvězdičkové zařízení. Pro klasifikaci ubytovacích zařízení je využívána oficiální metodika Hotelstars union, do které je v současnosti zapojeno celkem 16 zemí Evropské unie včetně České republiky. Hotelstars union vznikla v roce 2010 a jejím hlavním cílem bylo sjednocení oficiální klasifikace hotelových služeb v Evropské unii. V České republice funguje tato klasifikace na dobrovolné bázi, ale návštěvník příslušného certifikovaného zařízení má jistotu, že se mu dostanou stejné služby jako ve stejně klasifikovaném hotelu např. v Německu či Švédsku. Klasifikace tedy slouží k lepší orientaci spotřebitele na trhu s ubytováním a také dochází k větší transparentnosti tohoto trhu. Hotelstars u nás spolupracuje s agenturou CzechTourism, AHR ČR, Ministerstvem pro místní rozvoj, organizací HOTREC a mnoho dalších.⁴¹

Aktuální metodika klasifikace je platná pro rok 2015-2020, certifikace je tedy udělována na 5 let, po uplynutí této doby si certifikovaný hotel může certifikát znova obnovit.⁴² Na obrázku 2 vidíme, jak vypadá certifikát Hotelstars pro čtyřhvězdičkový hotel. Hotelstars rozděluje ubytovací zařízení do 5 kategorií: hotel, hotel garni, motel, botel a penzion.

⁴¹ HOTELSTARS. Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České Republiky. [online] Cit. 2016-02-18. Dostupné z: <http://www.hotelstars.cz/>

⁴² První certifikace byla tříletá, mezi roky 2012-2015.

Podle klasifikace Hotelstars je v MS kraji celkem 18 čtyřhvězdičkových hotelů, avšak podle ČSÚ je to celkem 27, přičemž ČSÚ neuvádí klasifikaci penzionů ani jiných ubytovacích zařízení.⁴³ Z celkem 6 okresů, tvořících MSK, jich 5 má alespoň jeden čtyřhvězdičkový hotel.

Obrázek 2 Oficiální označení čtyřhvězdičkového hotelu podle Hotelstars.



Zdroj: www.celadenka.com⁴⁴

K určení oblíbenosti a kvality jednotlivých hotelů jsou využity názory a hodnocení ubytovaných hostů zveřejněných na serverech booking.com a tripadvisor.com; celosvětově rozšířených webových stránek s databází několika tisíc ubytovacích zařízení. Přehled čtyřhvězdičkových hotelů s hodnocením na výše uvedených serverech nabízí tabulka č. 2.

Hodnocení hotelů je aktuální k 18. 2. 2015, přičemž některé hotely nemají na těchto serverech oficiální stránku. Dále uvádíme hodnocení jen u těch ubytovacích zařízení, které dosáhly v obou kategoriích (podle ČSÚ a Hotelstars) počtu 4 hvězdiček nebo podle ČSÚ náleží do jiné kategorie či nejsou na webových stránkách vůbec uvedeny.

Agentura Hotelstars vydala požadavky tříd klasifikace s celkovým počtem 270 kritérií. Tato kritéria jsou rozdělena do 7 kategorií: všeobecné hotelové informace, recepce a služby, pokoje, gastronomie, konferenční zařízení, volnočasové aktivity a poslední kategorií je kvalita a online aktivity. Jednotlivá kritéria jsou ohodnocena

⁴³ ČSÚ. *Hromadná ubytovací zařízení České republiky. Moravskoslezský kraj*. [online] Cit. 2016-02-08. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/huz/kraj.jsp?k=CZ080>

⁴⁴ ČELADENKA [online] Cit. 2016-02-24. Dostupné z www.celadenka.cz

určitým počtem bodů. Pro každou třídu je dán minimální počet povinných kritérií, celkový minimální počet bodů pro každou kategorii a počet bodů, která řadí ubytovací zařízení do kategorie Superior. Toto označení je přiřazeno vynikajícím hotelům, které ve své kategorii vysoce přesahují předepsaný počet bodů, avšak na vyšší třídu nedosáhly. Z celkového počtu 940 bodů je minimální počet pro čtvrtou třídu 400, a pokud získá hotel více než 400 bodů, avšak méně než 600, jedná se o kategorii Superior. Například kritérium „nabídka nápojů v hotelu“ musí být k dispozici v hotelech všech kategorií, ale „nabídka nápojů 24 hodin denně prostřednictvím pokojové služby – room service“ je povinná pouze v pětihvězdičkovém zařízení.

Tabulka 2 Seznam čtyřhvězdičkových hotelů v MS kraji podle okresů.

| Názvy hotelů podle okresu | Počet hvězdiček podle ČSÚ | Certifikace Hotelstars | Hodnocení na booking ⁴⁵ | Hodnocení na tripadvisor ⁴⁶ |
|-------------------------------|--|------------------------|------------------------------------|--|
| okr. Bruntál | | | | |
| HOTEL PEPA | **** | - | - | - |
| HOTEL CVILÍN | **** | - | - | - |
| WELLNESS HOTEL PERAS | Není uvedeno | **** | 9,4 (150) | 5 (7) |
| HORSKÝ HOTEL VIDLY | *** | **** | 8,6 (63) | 4 (6) |
| HORSKÉ LÁZNĚ KARLOVA STUDÁNKA | Ostatní zařízení jinde nespecifikována | **** | - | - |
| okr. Frýdek-Místek | | | | |
| HOTEL PROSPER | **** | **** | 7,6 (24) | 3,5 (13) |
| HOTEL MIURA | **** | **** (Superior) | 9,2 (175) | 4,5 (89) |
| EUROAGENTUR HOTEL TERASA | **** | - | - | - |
| WELLNESS HOTEL POD KYČMOLEM | **** | **** | - | 4,5 (35) |
| HOTEL ZLATÝ OREL | **** | - | - | - |

⁴⁵ Na škále 1-10, v závorce uvádíme aktuální počet hodnocení.

BOOKING [online] Cit. 2016-02-08. Dostupné z: www.booking.com

⁴⁶ Na škále 1-5, v závorce uvádíme aktuální počet hodnocení.

TRIPADVISOR [online] Cit. 2016-02-08. Dostupné z: www.tripadvisor.com

| | | | | |
|---------------------------|------|--------------------|-----------|-----------|
| BELTINE FOREST HOTEL | **** | - | - | - |
| HOTEL GREEN INN | **** | - | - | - |
| ADÁMKOVA VILA | - | **** | 8,7 (31) | 4,5 (2) |
| HOTEL VITALITY | **** | **** (Superior) | 9,1 (47) | 5 (33) |
| HORSKÝ HOTEL ČELADENKA | - | **** | 9,1 (47) | 4,5 (15) |
| HOTEL SEPETNÁ | *** | **** | 8,7 (95) | 4,5 (16) |
| okr. Nový Jičín | | | | |
| WELLNESS HOTEL ABÁCIE | **** | **** | 8,8 (97) | 4,5 (15) |
| HOTEL HEIPARK | **** | - | - | - |
| HOTEL GONG | **** | - | - | - |
| ZÁMEČEK POD HRADEM | **** | - | - | - |
| HOTEL ŠTRAMBERK | **** | - | - | - |
| HOTEL TROYER | **** | **** | 9,4 (18) | 4,5 (36) |
| okr. Opava | | | | |
| HOTEL KATHAREIN | **** | - | - | - |
| HOTEL OPAVA | **** | - | - | - |
| okr. Ostrava-město | | | | |
| HOTEL MERCURE | **** | - | - | - |
| HOTEL PARK INN | **** | **** | 8,5 (449) | 4,5 (233) |
| HOTEL BRIONY | **** | **** | 8,1 (95) | 3,5 (99) |
| HOTEL RUBY BLUE | **** | - | - | - |
| HOTEL IMPERIAL | **** | **** | 8,5 (233) | 4 (151) |
| HOTEL JAN MARIA | **** | **** | 8,7 (139) | 4,5 (15) |
| ZÁMEK ZÁBŘEH | **** | - | - | - |
| CLARION CONGRESS HOTEL | **** | **** (Superior) | 9,0 (630) | 4 (74) |
| BEST WESTERN HOTEL VISTA | **** | **** | 8,1 (530) | 4 (36) |

Zdroj: vlastní zpracování dle ČSÚ, Hotelstars, booking.com a tripadvisor.com

Z tabulky vyplývá, že největší zastoupení nejluxusnějších hotelů (v úvahu se bere hodnocení podle Hotelstars) se nachází v okrese Frýdek-Místek s celkovým počtem 7 čtyřhvězdičkových hotelů a z toho bylo dvěma hotelům přiřazeno označení Superior. Co do počtu zařízení, se obec Čeladná řadí v tomto okrese k těm nejvýznamnějším. V této obci se nachází 3 čtyřhvězdičkové hotely. Okres s druhým největším počtem luxusních hotelů je Ostrava-město, ve kterém je celkem 6 čtyřhvězdičkových zařízení, z toho 1 v kategorii Superior. Ostrava je třetí největší krajské město v ČR, a proto není divu, že zde mají luxusní hotely své místo. Třetí okres s nejvyšším počtem hotelů **** je okres Bruntál. Zde se nachází celkem 3 hotely, přičemž všechny najdeme v oblasti Hrubého Jeseníku. Posledním okresem, ve kterém můžeme najít čtyřhvězdičkový hotel, jak je uvádí agentura Hotelstars, je okres Nový Jičín. Zde jsou umístěny 2 zařízení. Naproti tomu okres Karviná a Opava nemají pro své hosty žádné zařízení, jež by podle Hotelstars mělo certifikát s označením ****.

Na základě výsledků a porovnání jednotlivých kategorií jsou vybrány 3 nejvýše oceněné hotely v kraji. Jedná se o Clarion Congress Hotel, hotely Miura a Vitality. Následující část uvádí zpracování údajů o těchto třech hotelích, získaných na internetových stránkách ubytovacích zařízení a informace poskytnuté zástupci jednotlivých hotelů.

9.1 Clarion Congress Hotel

Clarion Congress hotel, franšizový čtyřhvězdičkový Superior, se nachází v Ostravě. Tento hotel má strategické umístění vedle největší kryté sportovní arény v Moravskoslezském kraji a městského fotbalového stadionu. Leží nedaleko centra města, letiště Mošnov je vzdálené asi 20 km, Svinovské nádraží přibližně 7 km a sjezd z dálnice vedoucí z Brna do Polska je necelé 4 km. Celý komplex je největší hotelové kongresové centrum na severní Moravě. Nejčastějšími hosty hotelu je kongresová klientela a lidé přijíždějící do Ostravy za obchodem. Sportovní klientela je až na třetím místě. Co se týče rozložení domácích a zahraničních hostů, jedná se o poměr 1:1. Mírně převládají domácí návštěvníci (52%). Nejčastější zahraniční klientela přijíždí z Itálie, Německa, Polska a Slovenska. Hotel ročně navštíví okolo 50 tis. hostů, nejen

ubytovaných. Neubytovaní hosté se v hotelu účastní nejrůznějších konferencí, plesů, banketů a jiných kulturních akcí.

Hotel zajišťuje celoroční provoz, ale nejnižší počet ubytovaných osob připadá na měsíce červenec a srpen. Dále se výše ubytovaných hostů odvíjí od akcí, které se v Ostravě konají. Průměrná délka pobytu jednoho klienta je 1,6 dne a za pokoj utratí okolo 1500 Kč + 300 Kč za další útratu v hotelu (wellness, bary, restaurace a další). Na obrázku č. 3 je k dispozici snímek oficiální webové stránky hotelu. V klasifikaci Hotelstars dosáhl tento hotel na 495 bodů.

Obrázek 3 Clarion Congress Hotel Ostrava



Zdroj: snímek webové stránky hotelu, 9. 3. 2016⁴⁷

9.2 Hotel Vitality

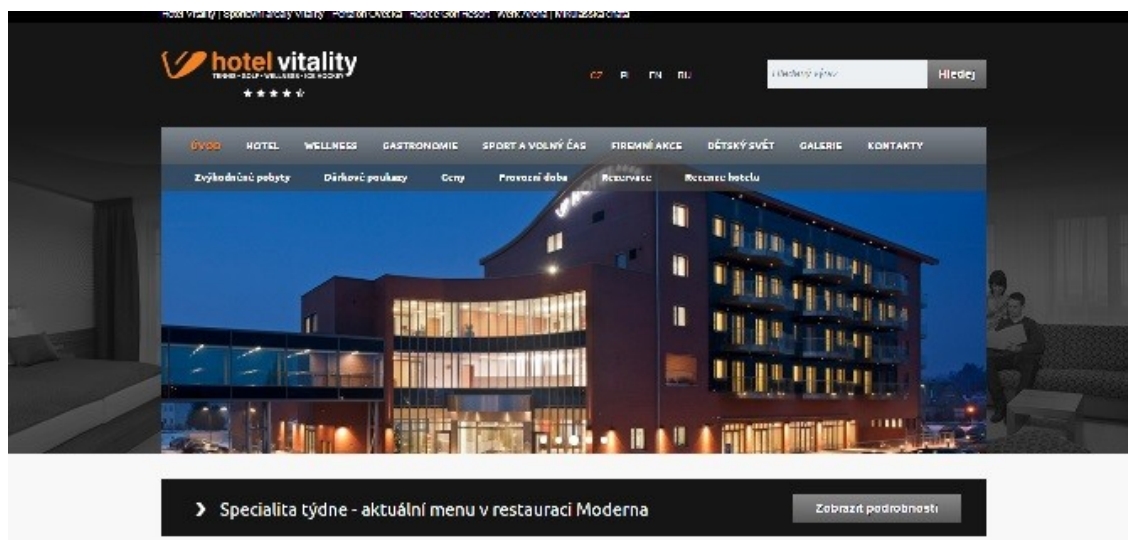
Hotel Vitality leží v malé obci Vendryně v předhůří Těšínských Beskyd nedaleko města Třinec. Tento hotel je otevřený návštěvníkům všech věkových kategorií i jejich oblastem zájmu, avšak hlavní orientace hotelu se týká sportovně založené klientely, malých dětí a business klientely. Součástí hotelu je sportovní areál, kde je vybudováno několik tenisových hřišť, 2 bowlingové dráhy, minigolf, hřiště na plážový volejbal, badminton a velký areál pro děti. Nedaleko hotelu se nachází golfové hřiště. Tento

⁴⁷ CLARION CONGRESS HOTEL OSTRAVA [online] Cit. 2016-03-09. Dostupné z: <http://www.clarioncongresshotelostrava.com/cs/>

hotel obdržel certifikát Baby Friendly, jako jeden z mála v MS kraji. Certifikát návštěvníkům hotelu říká, že zde najdou výborné zázemí rodiny s dětmi a tomu odpovídající služby, či produkty, které hotel nabízí. Tento certifikát může být udělen také restauraci, či jinému zařízení.⁴⁸ Špičkové vybavení pro konání konferencí dává zázemí i business klientele.

Většinu klientely tvořili v roce 2015 domácí hosté (67%) a celková obsazenost hotelu nedosáhla ani na 50% v průměru. Nejsilnějšími měsíci v roce, co se obsazenosti týče, byl květen a prosinec. Osoby mezi 45-65 rokem tvořili přibližně 45% všech hostů. Následovala kategorie 25-45 let s 40% a poslední jsou lidé nad 65 let – 15%. Přičemž nejčastější hosté byli business klienti, následovaly rodiny s dětmi a sportovci. Poslední dvě zmiňované kategorie přijíždějí hlavně v letním období a v hotelu se zdržují v průměru 4 noci. Jeden host v průměru zaplatí za svůj pobyt 1792 Kč za den. Tento hotel navštěvují i neubytovaní hosté, hlavně sportovní zázemí a wellnes zónu, kdy jejich poměr k ubytovaným hostům je asi 1:1. Na obrázku č. 4 je oficiální snímek webové stránky hotelu.

Obrázek 4 Hotel Vitality



Zdroj: snímek webové stránky hotelu, 10. 3. 2016⁴⁹

⁴⁸ BABY FRIENDLY. *Co je „baby friendly“* [online] Cit. 2016-04-08. Dostupné z: <http://www.babyfriendlycertificate.cz/babyfriendly/>

⁴⁹ HOTEL VITALITY [online] Cit. 2016-03-10. Dostupné z: <http://www.hotelvitality.cz/>

9.3 Hotel Miura

Hotel Miura je situován v obci Čeladná, s výhledem na nejvyšší vrchol Beskyd – Lysou Horu. Hotel leží přímo na golfovém hřišti, a tak je spousta jeho návštěvníků aktivními hráči golfu. Slavnostního otevření se hotel dočkal v roce 2011 za velmi vysoké finanční podpory Evropské Unie. Dotace na tento hotel činila přes 95 miliónů korun. Tento hotel je členem skupiny tzv. Design Hotels, které mají hotely po celém světě. Více než 280 členů této skupiny nabízí především originální a neopakovatelný zážitek z návštěvy členského hotelu. Na webových stránkách Design Hotels si může návštěvník vybrat hotel podle svých představ. To, co mu každý z nich zaručuje, nejlépe vystihuje tento krátký popis. *„Jak čas plyne, momenty jsou tím, co zůstává a hýbe naší duší nebo mění naši mysl. Jedinečné zážitky, které s Vámi zůstávají i dlouho poté, co se vrátíte domů. Objevte svět jedinečných zážitků Design Hotels a začněte snít svůj příští, neopakovatelný výlet.“*⁵⁰

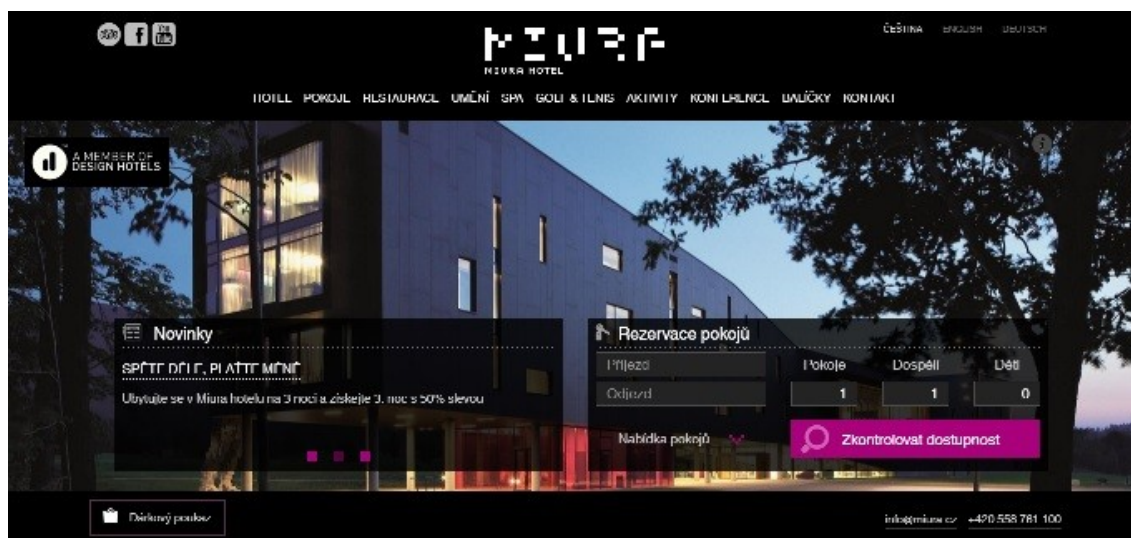
Významnými součástmi hotelu je wellness zóna a restaurace. Řada návštěvníků se řadí k neubytovaným hostům, přičemž hotel registruje každoroční nárůst těchto klientů o 15%. Součástí hotelu je galerie, kde na stěnách visí skvosty významných představitelů umění jako Andy Warhol, Damien Hirst či Henry Moore.

Co se týče návštěvnosti, ve větší míře převládají domácí hosté. Ze zahraničních nejčastěji přijíždějí Němci, Poláci a Rakušané. Věková skladba hostů je různorodá, ale v převážné míře jsou to návštěvníci mezi 30-60 rokem. Díky strategické poloze na golfovém hřišti je nejvíce hostů golfistů s rodinami, dále jsou to páry, které přijíždějí na relaxační pobyt, ale zavítá zde i korporátní klientela. Na obrázku č. 5 je k dispozici snímek webové stránky hotelu.

⁵⁰ DESIGN HOTELS. *Travel the world of original experiences*. [online] Cit. 2016-03-29. Dostupné z: <https://www.designhotels.com/original-experiences>

Originál text, překlad vlastní. As time passes, what endures are the moments that moved your soul or altered your mind—the Original Experiences that stay with you long after you've returned home. Discover the world of Design Hotels™ Original Experiences, and begin dreaming up your next extraordinary trip.

Obrázek 5 Hotel Miura



Zdroj: snímek webové stránky hotelu, 10. 3. 2016⁵¹

9.4 Srovnání s ostatními kraji v ČR

V České republice je v roce 2016 celkem 58 pětihvězdičkových hotelů, nicméně ani jeden hotel není situován v Moravskoslezském kraji. Tradičně kvete luxusní cestovní ruch v Praze, kde také přijíždí nejvíce turistů. Dalším významným místem jsou Karlovy Vary, které sice v posledních dvou letech zaznamenaly úbytek hlavně ruských návštěvníků, ale tento úbytek spolehlivě kompenzují domácí návštěvníci. Ze zahraničních hostů přibývají v Karlovarském kraji hlavně Japonci, Číňané a vracejí se i Němci.⁵² Jihočeský a Jihomoravský kraj také patří mezi přední kraje s vysokým počtem turistů. V Jihočeském kraji jsou to hlavně Český Krumlov, Šumava, vodáci sjíždějící Vltavu, oblast Třeboňska a spousta zámků a hradů. Jihomoravskému kraji vévodí vinice a nekonečné stezky vhodné jak pro pěší tak cykloturistiku. Ubytování turistů v jednotlivých krajích je hlavní součástí celého cestovního ruchu. Následující tabulka uvádí počet pětihvězdičkových hotelů v jednotlivých krajích.

⁵¹ HOTEL MIURA [online] Cit. 2016-03-24. Dostupné z: <http://www.miura.cz/>

⁵² DENÍK. V Karlovarském kraji se loni ubytovalo o něco více hostů. [online] Cit. 2016-03-17. Dostupné z: <http://karlovarsky.denik.cz/podnikani/v-karlovarskem-kraji-se-loni-ubytovalo-o-neco-vice-turistu-20160217.html>

Tabulka 3 Počet pětihvězdičkových hotelů v jednotlivých krajích.

| Název kraje | Celkový počet ubytovacích zařízení ⁵³ | ***** podle ČSÚ | ***** podle Hotelstars |
|----------------------|--|-----------------|------------------------|
| Hlavní město Praha | 833 | 43 | 3 |
| Středočeský kraj | 777 | 2 | 1 |
| Jihočeský kraj | 1244 | 2 | 0 |
| Plzeňský kraj | 569 | 1 | 0 |
| Karlovarský kraj | 498 | 8 | 4 (z toho 3 Superior) |
| Ústecký kraj | 526 | 0 | 0 |
| Liberecký kraj | 972 | 0 | 0 |
| Královéhradecký kraj | 1124 | 1 | 0 |
| Pardubický kraj | 377 | 0 | 0 |
| Kraj Vysočina | 486 | 1 | 0 |
| Jihomoravský kraj | 858 | 0 | 0 |
| Olomoucký kraj | 504 | 0 | 0 |
| Moravskoslezský kraj | 626 | 0 | 0 |
| Zlínský kraj | 490 | 0 | 0 |

Zdroj: vlastní zpracování dle ČSÚ a Hotelstars

V této tabulce se potvrdila hypotéza, že nejluxusnější hotely najdeme v Praze. Z celkového počtu 58 pětihvězdičkových hotelů jich více než 74 % najdeme právě v hlavním městě. Patří mezi ně jak nadnárodní řetězce (Hilton, Four Seasons, Intercontinental apod.) tak místní hotely (hotel U Tří čápů, U Prince apod.). Je zajímavé, že z oněch 43 hotelů mají certifikát ***** podle Hotelstars pouze tři. Dá se předpokládat, že tento fakt vznikl jednak tím, že nadnárodní hotely nevidí potřebu nechat ohodnotit své zařízení agenturou Hotelstars, kterou uznávají jen některé země, případně mají jiné znaky zajišťující potřebný počet hvězdiček. Naproti tomu v Karlovarském kraji, kde se nachází celkem 8 pětihvězdičkových zařízení, jsou celkem 4 zařízení certifikována agenturou Hotelstars. Navíc se 3 hotely mohou pyšnit

⁵³ Podle ČSÚ, informace platné k 3. 3. 2016

označením ***** Superior, což je nejvyšší možné ocenění pro hotel. Jedná se o hotely Carlsbad Plaza, Grandhotel Pupp a Esplanade Spa and Golf Resort. Právě Karlovy Vary jsou druhým městem s největší koncentrací nejluxusnějších ubytovacích zařízení. Další v pořadí jsou kraje, kde jsou umístěny 2 pětihvězdičkové hotely. Jde o kraj Středočeský a Jihočeský. Středočeský kraj je posledním krajem s ***** hotelem certifikovaným Hotelstars. Jeden pětihvězdičkový hotel mají celkem 3 kraje: Královehradecký (Špindlerův Mlýn), Kraj Vysočina (Herálec) a Plzeňský kraj (Zbiroh).

V anketě Traveller's choice⁵⁴ na serveru tripadvisor.com bylo pro rok 2016 vybráno celkem 25 nejluxusnějších hotelů na světě. Česká republika měla v této kategorii jedno zastoupení a to rovnou na třetí příčce. Jedná se o pražský hotel U Zlate Studne (takto se píše na webové stránce pro lepší orientaci zahraničních turistů).

⁵⁴ TRIPADVISOR. *Top 25 Luxury Hotels – World*. [online] Cit. 2016-03-31 Dostupné z: <https://www.tripadvisor.com/TravelersChoice-Hotels-cLuxury-g1>

10. Luxusní restaurační zařízení v MS kraji

V MS kraji stejně jako jinde v České republice narazí účastníci CR na několik stovek restaurací, barů, kaváren, bufetů a jiných hostinských provozoven. Restauriční zařízení jsou oblíbeným místem pro pořádání rodinných oslav, firemních akcí nebo uspokojování každodenních stravovacích návyků. Číselné údaje o celkovém počtu restauračních zařízení se v různých zdrojích liší. Na oficiálních stránkách MS kraje⁵⁵ je celkem 986 stravovacích zařízení, na stránkách restu.cz⁵⁶ je registrováno celkem 1547 restaurací a dle NACE je v oblasti restauračních zařízení zaregistrováno celkem 3327⁵⁷ firem, nicméně reálně se tomuto oboru věnovat nemusí.

Pojem luxusní restaurace souvisí s vyšší cenou, kterou je návštěvník ochoten zaplatit za gastronomický zážitek. Základem takové restaurace je na prvním místě kvalita jídla, dále čerstvost všech surovin a nové trendy v kuchyni. Mezi další důležité prvky luxusní restaurace patří úroveň obsluhujícího personálu, vybavení interiéru podniku a čistota celého prostoru.

Většina luxusních restaurací v MS kraji se nachází v Ostravě, ale některé významné gastronomické podniky jsou součástí zmíněných luxusních hotelů. Existuje několik významných anket v oblasti nejlepších restaurací. Zde jsou uvedeny ty nejdůležitější. V anketě Mattoni restaurace roku, založené na ověřené zpětné vazbě lidí, má MS kraj celkem tři restaurace v kategorii TOP 100. V této anketě hlasovalo více než 68 000 návštěvníků jednotlivých podniků. Všechny tři restaurace najdeme v Ostravě. Jedná se o restaurace: Restaurant Zámek Zábřeh (součást hotelu), La Vida Restaurant a Guest Restaurant Français.

Restaurant Zámek Zábřeh je součástí čtyřhvězdičkového hotelu a jejím šéfkuchařem je Pavel Gavenda. V jídelním lístku této restaurace se vyskytuje tradiční česká kuchyně, speciality z jelena, ryby z místního rybníku, saláty a těstoviny. **La Vida**

⁵⁵ MSK. *Seznam stravovacích zařízení*. [online] Cit. 2016-03-07. Dostupné z: <http://www.msk.cz/scripts/modules/catalogue/list.php?catalogueID=11&ubytovani=ano&lid=1&pg=6>

⁵⁶ RESTU. *Restaurace Moravskoslezský kraj*. [online] Cit. 2016-03-07 Dostupné z: <http://www.restu.cz/moravskoslezsky-kraj/?order=rating>

⁵⁷ Údaj platný k 10. 3. 2016

Restaurant se rovněž orientuje na české speciality, ryby a menu nabízí i několik druhů steaků. Nejdražším jídlem je dvousetgramový steak z tuňáka žlutoploutvého za 549 Kč. Zdejší šéfkuchařem je Martin Holčák. **Guest Restaurant Français** se soustřeďuje na francouzskou kuchyni a připravuje ty nejznámější francouzské delikatesy. V kuchyni vévodí britský šéfkuchař Simon Guest, který ve své rodné zemi vařil v restauracích s Michelinskou hvězdou.

K nejlepším restauracím, jež jsou součástí hotelu, patří restaurace v hotelu Miura a Best Western Hotel Vista. Restaurace v hotelu **Miura** obsadila 7. místo v anketě TOP 100 nejlepších a nejzajímavějších restaurací v ČR na stránkách grandrestaurant.cz⁵⁸ V této anketě se hodnotí 3 kategorie: jídlo, obsluha a interiér. Restaurace v hotelu Best Western (Ostrava), která má název **Buena Vista** patří na stránkách restu.cz⁵⁹ k 37 nejluxusnějším restauracím v ČR.

10.1 Srovnání s ostatními kraji v ČR

Nejluxusnější restaurace je nejlepší hledat podle ocenění Michelinská hvězda. Toto ocenění se vydává v prestižním průvodci Michelin, který se snaží zrecenzovat co nejvíce restaurací a doporučit návštěvníkům ty nejlepší. Ocenění Michelin je rozšířené po celém světě, ale nejrozsáhlejší síť recenzí se nachází v Evropě. V České republice existují pouze tři restaurační zařízení, které se mohou pyšnit Michelinskou hvězdou. Všechny restaurace se nacházejí v Praze. Jedná se o restauraci Alcron se známým šéfkuchařem Romanem Paulusem, restauraci La Degustation Bohême Bourgeoise s šéfkuchařem Oldřichem Sahajdákem. Obě restaurace obhájí své hvězdy již několikátý rok po sobě. Nově k nim letos přibyla poměrně nová restaurace Field s šéfkuchařem Radkem Kašpárkem. Zatímco se restaurace Alcron specializuje na mořské plody a ryby, v kuchyni La Degustation bychom našly perly z české kuchyně z konce 19. století. V restauraci Field najdeme hovězí, jehněčí, srnčí maso a ryby. Při

⁵⁸ TOP 100. Nezávislý průvodce po nejlepších a nejzajímavějších restauracích [online] Cit. 2016-03-07. Dostupné z: <http://www.grandrestaurant.cz/top-100/?str=0>

⁵⁹ RESTU. *Luxusní restaurace* [online] Cit. 2016-03-24. Dostupné z: <http://www.restu.cz/luxusni-restaurace/?page=2>

sestavování tříhodového menu musí návštěvník počítat s částkou 1200 Kč a víc.⁶⁰ Průvodce Michelin vyhodnocuje nejen nejlepší restaurace počtem hvězd (1-3 hvězdičky, přičemž tři jsou nejlepší. V ČR mají všechny tři restaurace po jedné hvězdě), ale provádí i jiné ankety. Všechny zrecenzované restaurace dostávají tzv. příbory, které odráží úroveň a atmosféru restaurace. Na stupnici od jedné (docela příjemná restaurace) do 5 (luxusní restaurace). Dalším významným hodnocením je tzv. Bib Gourmand = doporučení Bibenda, panáčka Michelin. Toto ocenění dostávají restaurace, které za nízké ceny nabízejí vysokou kvalitu svých služeb, včetně kvalitního jídla.⁶¹ Toto ocenění v České republice patří 6 restauracím, opět se všechny nachází v Praze. Jedná se o podniky: Aromi, Divinis, Sansho, SaSaZu, Na Kopci a podnik Maso a kobliha.

Na stránce restu.cz je vyhodnoceno zmíněných 37 nejluxusnějších restaurací, přičemž 28 z nich bychom našli v Praze, 5 v Brně, pouze 1 v Ostravě, 2 v Liberci a 1 v Mariánských lázních. Je zajímavé, že ani žádná ze zmíněných michelinských restaurací se do žebříčku nedostala. Z toho vyplývá, že nejluxusnější restaurace nemusí být nutně nejlepší a naopak. Velkou roli při posuzování, která restaurace je nejlepší nebo nejluxusnější, hrají subjektivní názory, takže případné nuance v hodnocení jsou zcela namístě.

⁶⁰ KUDY Z NUDY. *Tři pražské restaurace se mohou chlubit michelinskou hvězdou.* [online] Cit. 2016-03-24. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/aktuality/dve-prazske-restaurace-podruhe-obhajily-hvezdicku.aspx>

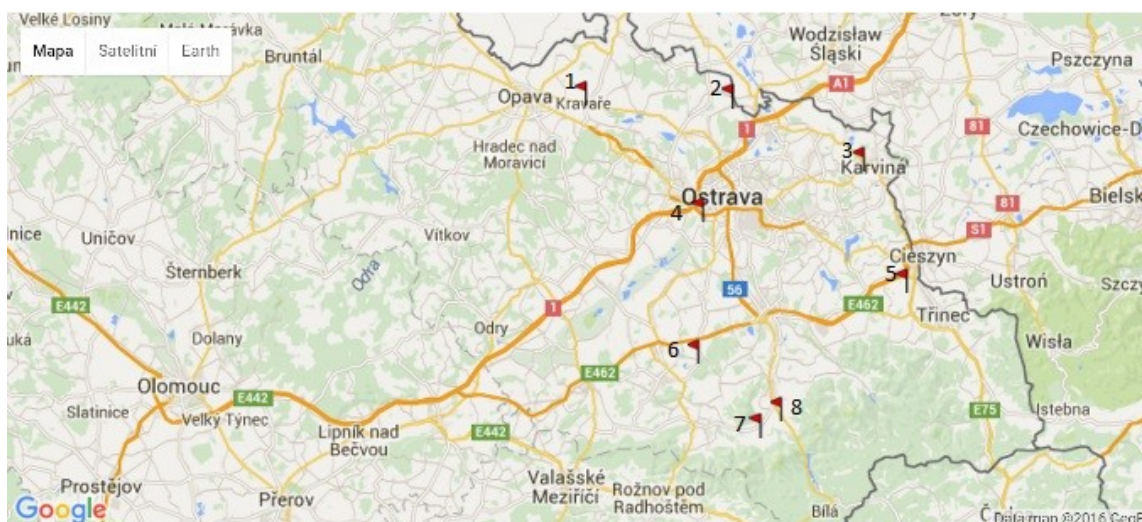
⁶¹ MICHELINSKÉ RESTAURACE. *Co jsou michelinské restaurace?* [online] Cit. 2016-03-24. Dostupné z: <http://www.michelinskerestaurace.cz/co-jsou-michelinske-restaurace/>

11. Golfová turistika v Moravskoslezském kraji

Tento sport už delší dobu patří k velmi populárním zálibám a je velmi často spojován s bohatou klientelou, která má tento sport v oblibě. Spousta majetných lidí si krátí svůj volný čas právě strefováním se holí do míčku. Tak jednoduchý samozřejmě golf není. Za pravlast této hry je považováno Skotsko, ale dnes je rozšířená po celém světě, Moravskoslezský kraj nevyjímaje.

V Moravskoslezském kraji je vybudováno celkem osm venkovních golfových hřišť. Jejich polohu uvádíme na obrázku č. 6.

Obrázek 6 Venkovní golfové hřiště v MS kraji.



Zdroj: www.nagolf.eu⁶²

Seznam golfových hřišť v MS kraji:

1. Silesia Golf Resort Kravaře
2. Park Golf Club Ostrava
3. Golf Resort Lipiny
4. Golf Club Ostrava (hřiště dočasně uzavřeno)
5. Ropice Golf Resort
6. Golf Klub Hukvaldy

⁶² GOLFOVÁ HŘIŠTĚ. *Přehled golfových areálů v ČR.* [online] Cit. 2016-03-24. Dostupné z: <http://www.nagolf.eu/kategorie/moravskoslezsky-kraj>

7. Prosper Golf Resort Čeladná

8. Golf Resort Ostravice

Asi nejnámějším hřištěm z těchto osmi uvedených je hřiště v Čeladné, založené v roce 2001. Toto hřiště patří mezi nejlepší ve střední Evropě a díky splnění vysokých nároků na celý golfový areál pořádá Prosper Golf Resort Čeladná v minulých letech známý turnaj PGA European Tour, nejvyšší evropskou soutěž. Nachází se zde dvě 18-ti jamková hřiště s názvy The Old Course a The New Course. Celková rozloha areálu je 140 hektarů. Vysokou úroveň odráží také cena za vstup na toto hřiště, která je nejvyšší v celém kraji. Za jeden vstup proto zaplatí hráč v sezóně 2016 za 18 jamek na The Old Course celkem 1890 Kč. Součástí areálu je obchod se zbožím pro hráče golfu, jízdárna, cvičné hřiště, restaurace, šatny a sprchy či víceúčelová hala. Řádný člen Prosper Golf Clubu zaplatí vstupní poplatek 500 000 Kč a roční členský poplatek ve výši 33 000 Kč.⁶³ Jako řádný člen má samozřejmě spoustu výhod a neomezenou hru na obou zmiňovaných hřištích. Nicméně tato cena dokazuje, že sport jako golf není levnou záležitostí a jeho zařazení do luxusního cestovního ruchu je tedy více než oprávněné.

11.1 Srovnání s ostatními kraji v ČR

V České republice je celkem 100 venkovních golfových hřišť, ať už 9ti jamkové nebo 18ti jamkové. Všechny kluby sdružuje Česká golfová federace. Tato instituce byla založena již v roce 1931 jako Československý golfový svaz a v dnešní době federace reprezentuje český golf ve vztahu k ostatním institucím, ať v ČR nebo jinde ve světě.⁶⁴ Celkový přehled počtu všech hřišť v jednotlivých krajích nabízí tabulka č. 4.

Tabulka 4 Přehled počtu venkovních golfových hřišť v jednotlivých krajích

| Název kraje | Počet venkovních golfových hřišť |
|--------------------|----------------------------------|
| Hlavní město Praha | 5 |
| Středočeský kraj | 22 |
| Jihočeský kraj | 7 |

⁶³ PROSPER GOLF RESORT. *O Prosper golf klubu*. [online] Cit. 2016-03-29. Dostupné z: <http://www.prosper-golf.cz/cs/cluby/prosper-golf-club.aspx>

⁶⁴ ČGF. *Česká golfová federace - O nás*. [online] Cit. 2016-03-31. Dostupné z: <http://cgf.cz/ArticleDetail.aspx?IDMenu=39122985&IDArticle=4737437>

| | |
|----------------------|----|
| Plzeňský kraj | 5 |
| Karlovarský kraj | 10 |
| Ústecký kraj | 9 |
| Liberecký kraj | 7 |
| Královéhradecký kraj | 7 |
| Pardubický kraj | 5 |
| Kraj Vysočina | 2 |
| Jihomoravský kraj | 5 |
| Olomoucký kraj | 2 |
| Moravskoslezský kraj | 8 |
| Zlínský kraj | 6 |

Zdroj: www.nagolf.cz⁶⁵

Z tabulky jasně vyplývá, že je Středočeský kraj nejbohatší, co do celkového počtu venkovních golfových hřišť. Mezi jedno z nejdůležitějších patří hřiště Albatross, které po hřišti v Čeladné převzalo štafetu v pořádání PGA European Tour. Toto hřiště bylo v letech 2011 a 2012 oceněno jako nejlepší golfový areál roku. Anketu Nejlepší golfový areál roku vyhlašuje již od roku 2010 server golfova-hriste.cz.⁶⁶ V této anketě se pravidelně na prvních příčkách objevuje zmiňovaný Albatross Golf Resort, dále Royal Golf Club Mariánské lázně, který zvítězil v letech 2013 a 2014. Co se týče Moravskoslezského kraje, pravidelné umístění zaujímají Golf Resort Čeladná, Ostravice a Ropice. V poslední anketě konané v roce 2014 se do TOP 10 hřišť v ČR dostal také Golf Resort Karviná-Lipiny. Za zmínku také stojí další resorty, které se v anketě pravidelně objevují. Jedná se o Golf Club Mnich v Jihočeském kraji, Ypsilon Golf Resort v Libereckém kraji, Golf Resort Kunětická Hora v Královéhradeckém kraji, Golf Park Slapy sv. Jana ve Středočeském kraji a Golf Park Plzeň v Plzeňském kraji.

⁶⁵ GOLFOVÁ HŘIŠTĚ. *Přehled golfových areálů v ČR*. [online] Cit. 2016-03-31 Dostupné z: www.nagolf.eu

⁶⁶ GOLFOVÁ HŘIŠTĚ. *Golfový areál roku 2014* [online] Cit. 2016-03-31 Dostupné z: <http://www.golfova-hriste.cz/golfovy-areal-roku/>

12. Shrnutí

Po celkovém zhodnocení luxusního cestovního ruchu v MS kraji v oblasti hotelnictví, gastronomie a golfové turistiky se dá konstatovat, že má tato oblast turismu mezery. V oblasti hotelnictví je za hlavní nedostatek považován chybějící pětihvězdičkový hotel, který by mohl nabídnout potencionálním klientům o důvod více MS kraj navštívit. Především zahraničním klientům, kteří vyhledávají luxusní služby, by hotel mohl nabídnout příležitost strávit čas v MS kraji. Takové zařízení by bylo vhodné situovat poblíž krajského města, aby nabídlo zákazníkům pohodlnou dostupnost železniční, silniční i letecké dopravy. Případně hotel umístit do okolí Beskyd či Jeseníků, tedy na místa, kde každoročně míří nejvíce turistů (Pustevny, Lysá Hora nebo Karlova Studánka). Služby vysoké kvality v kraji chybí. Využívat by jej mohly kromě zahraničních klientů také kongresová klientela, movitější rodiny s dětmi i sportovci. V porovnání s ostatními kraji v ČR zaujímá Moravskoslezský kraj ve všech směrech střed nejrůznějších žebříčků, co se týká celkové ubytovací kapacity, průměrné doby přenocování, příjezdů turistů apod. Kromě MS kraje nemá pětihvězdičkové zařízení dalších šest krajů. S neustálým rozvojem průmyslových zón bude do kraje přijíždět čím dál tím větší počet kongresových návštěvníků a služebně přijíždějících lidí za obchodem. Novým lákadlem pro turisty může být nedávno zrekonstruovaná oblast Dolních Vítkovic, jedinečná technická památka v ČR. V roce 2014 byla tato oblast čtvrtým nejnavštěvovanějším místem v České republice.

V oblasti gastronomie existují v kraji nedostatky. Dle veřejných hodnocení návštěvníků restaurací má MS kraj místa, kde se člověk výborně nají a za odpovídající kvalitu jídla, obsluhy a interiéru zaplatí vyšší částku. Nicméně zde chybí luxusní restaurace, která by vařila z ne tak známých surovin, prezentovala své jídlo jako něco nového, nevídaného. Nemusela by mít nutně Michelinskou hvězdu, ale absence výborné restaurace, kde by návštěvníci chodili za zážitkovou gastronomií, je zřejmá. Takový podnik by nemusel být v žádném známém středisku, protože v dnešní době rozvoj zážitkové gastronomie funguje sám o sobě a lidé jsou schopní kvůli dobrému jídlu najet i desítky či stovky kilometrů navíc.

Velký potenciál má kraj v oblasti golfové turistiky. Některá zmiňovaná hřiště v kraji se každoročně umísťují na předních příčkách nejlepších hřišť v ČR jak z pohledu odborné poroty, tak z pohledu samotných návštěvníků. Určitě by kraji pomohlo, kdyby se zde vrátila známá PGA European Tour, která by přilákala velké množství zahraničních účastníků soutěže i diváků. Zmodernizování starších hřišť či výstavba nových by také přivedla nové hráče. Zavedení nižších cen pro nováčky golfu, či otevření nových „školek“ pro golfisty by také pomohlo v rozvoji.

Velký potenciál mají i lázeňská města s dlouholetou tradicí, a to lázně Darkov v Karviné, lázně Klimkovice a Karlova Studánka. Sice nejsou tak známé a vyhlášené, jako lázně na západě Čech, Jánské Lázně nebo Luhačovice, ale své klienty si našli. I když zahraniční turisté dávají přednost známějším lázním. Často však v jejich okolí chybí luxusní ubytovací zařízení či restaurace, kterých by mohli návštěvníci využívat.

Celkově se dá říci, že luxusní cestovní ruch v MS kraji má dobrou pozici pro vyšší růst. Napomáhá tomu jednak MS kraj, který se snaží podporovat mladé lidi, aby se z kraje neodstěhovali a rozvíjeli svůj potenciál právě zde, snaží se dotacemi podporovat podnikatelskou sféru, přilákat návštěvníky na jedinečné akce, kterých je v kraji rok od roku více. Pokud bude zájem nejen domácích, ale i zahraničních hostů stoupat, může se kraj jednou dočkat špičkových zařízení pro všechny návštěvníky.

Závěr

Hlavním cílem této práce bylo zdokumentovat luxusní cestovní ruch v Moravskoslezském kraji. Práce byla rozdělena na dvě hlavní části: teoretickou a praktickou část.

Pro dosažení cíle nejprve teoretická část práce seznámila její čtenáře s cestovním ruchem, jeho charakteristikou, klasifikací, typologií turistů, novými trendy, moderními požadavky zákazníků a samostatnou kapitolou luxusní CR. Tištěných zdrojů, které by se věnovaly výhradně luxusní turistice, je velmi malé množství. V knihách o cestovním ruchu najdeme minimální zmínku o luxusním CR. Proto v posledních kapitolách teoretické části pomohly internetové zdroje.

V praktické části se práce soustředila na vybrané kapitoly z luxusního CR, které mají pro MS kraj největší význam. Byly vybrány tři hlavní oblasti služeb: ubytovací, stravovací a golfová turistika. V oblasti hotelnictví je uveden kompletní soupis všech hotelů, které v kraji dosáhly na nejvyšší hodnocení, v tomto případě ****. Tabulka udává počet všech těchto hotelů podle ČSÚ i podle klasifikace agentury Hotelstars, přičemž zdaleka ne všechna zařízení disponují touto certifikací. Se zařazením klasifikace Hotelstars do této bakalářské práce bylo rozhodnuto na základě transparentnosti, zodpovědnosti a celkové přehlednosti celého klasifikačního systému. Nejznámější celosvětové ubytovací servery (booking.com a tripadvisor.com) přinesly hodnocení hotelů, jak je vidí zákazníci. Následně byly vybrány tři z nich, které dosáhli na hodnocení ****Superior od agentury Hotelstars. Následující srovnání uvádí přehled nabídky služeb, vhodnost hotelu pro určitou věkovou skupinu či sociální oblast společnosti. S těmito informacemi do práce přispěli zástupci všech tří hotelů. V poslední části této kapitoly je uvedeno srovnání MS kraje s ostatními kraji v ČR a uvedení míst, kde je největší koncentrace nejluxusnějších hotelů. Restaurační zařízení byla vybrána na základě několika významných anket, pořádaných na gastronomických serverech. V těchto anketách se pravidelně opakovaly některé restaurace. V části o srovnávání gastronomie Moravskoslezského kraje s ostatními kraji je uvedeno jedno z nejdůležitějších ocenění, které může restaurace získat, tzv. Michelinská hvězda.

V poslední kapitole věnované golfové turistice jsou na mapě vyznačena všechna dostupná venkovní hřiště v kraji a následně vybráno to nejdůležitější a největší, které patří k absolutním špičkám v České republice. Tabulka v poslední kapitole uvádí přehled všech venkovních golfových hřišť v ČR.

Závěrem si dovoluji říct, že tato práce je přínosná hlavně pro turisty mířící za luxusním cestovním ruchem do MS kraje a hledající inspiraci míst, jenž stojí za to navštívit. Práci dále doporučuji široké veřejnosti nejen Moravskoslezského kraje, ale i jiných oblastí České republiky.

Summary

The main topic of this bachelor thesis is luxury tourism in the Moravian-Silesian region and the aim is to analyze its locations. A trend of luxury tourism can be seen in the whole world. Luxury tourism represents one of the most extended fields of tourism. The typical attributes of luxury are: high standards of provided services, extraordinary care about all clients, perfection of all workers and unusual experience. The thesis is divided into two parts; theoretical and practical. In the theoretical part, the thesis explains tourism in general, describes its main parts and gives its classification. The work also contains tourist typology and explains the difference between excursionist and overnight visitor. The next chapter deals with new trends in tourism as dark tourism, responsible travel, Diaspora tourism and of course luxury tourism. The last trend is described in the separate chapter.

In analytical part, the thesis deals with general information about Moravian-Silesian region such as location, population, favorite destinations and important events, which are held there. Some of the events are unique in the area of middle Europe, for example NATO Days. This work includes three main spheres, which are the most prominent in the field of luxury tourism in the Moravian-Silesian region, which are hotel industry, gastronomy and golf tourism. It was found out, that there are not five-star hotel in the region so it is focused on four-star hotels. There is a list of all four-star hotels and after considering all criteria, the thesis focuses on three of them to analyze their services and attendance. The gastronomy sphere contains list of the most important surveys of restaurants rankings and recommends the best restaurant in the region. Last part deals with golf industry and shows a map of all golf courses, containing a paragraph about the best course with the basic information about it. Each part also compares services with other regions in the Czech Republic. Hotels industry includes list of five-star hotels. In gastronomy sphere the thesis mentions Michelin guide and three restaurants in the Czech, which received Michelin star. The golf industry includes the top destination where players can enjoy the game.

To summarize, we can conclude that the Moravian-Silesian region has a potential to spread luxury tourism to other parts of the region or to raise current services. What is the most important is not to decrease quality, but rather still try to offer high standard of all services and concentrate on foreign clients.

Seznam použité literatury

Knižní zdroje

ČERTÍK, M. a kol. *Cestovní ruch. Vývoj, organizace a řízení*. Praha: OFF, 2001. 352 s. ISBN 80-238-6275-8

FRANCOVÁ, E. *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2003. 119 s. ISBN 80-244-0719-1

GOELDNER, CH. R., RICHIE J. R. B. *Cestovní ruch. Principy, příklady, trendy*. Brno: BizBooks, 2014. 545 s. ISBN 978-80-251-2595-3

GOELDNER, CH. R., RICHIE J. R. B. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies. 12th edition*. New Jersey: John Wiley and sons, 2012. 606 p. ISBN 978-1-118-07177-9

GÚČIK, M. *Cestovní ruch. Úvod do štúdia*. Banská Bystrica: DALI-BB, 2010. 307 s. ISBN 978-80-89090-80-8

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

INDROVÁ, J a kol. *Cestovní ruch*. Praha: Oeconomica, 2009. 122 s. ISBN 978-80-245-1569-4

KOSTKOVÁ, M., NĚMČANSKÝ, M., TORČÍKOVÁ, E. *Management služeb cestovního ruchu*. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, 2009. 256 s. ISBN 978-80-7248-510-9

ORIEŠKA, J. *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis, 2010. 405 s. ISBN 978-80-85970-68-5

TESONE, D. *Zásady řízení pro obor hotelnictví, gastronomie a turismu*. Praha: Wolters Kluwer ČR., 2011. 389 s. ISBN 978-80-7357-655-4

ZELENKA, J., PÁSKOVÁ, M. *Cestovní ruch. Výkladový slovník*. Praha: Linde, 2012. 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2

Internetové zdroje

ARTS LEXIKON. *Turismus filmový (film tourism, film-induced tourism)*. [online] Cit. 2016-02-01. Dostupné z: http://artslexikon.cz/index.php/Turismus_filmov%C3%BD

BABY FRIENDLY. *Co je „baby friendly“* [online] Cit. 2016-04-08. Dostupné z: <http://www.babyfriendlycertificate.cz/babyfriendly/>

BOOKING [online] Cit. 2016-02-08. Dostupné z: www.booking.com

CESTOVATELÉ SOBĚ. *Seriál: Světové trendy v cestovním ruchu* [online] Cit. 2016-02-01. Dostupné z: <http://www.cestovatel.cz/serialy/svetove-trendy-v-cestovnim-ruchu/>

CLARION CONGRESS HOTEL OSTRAVA [online] Cit. 2016-03-09. Dostupné z: <http://www.clarioncongresshotelostrava.com/cs/>

CZECH TOURISM. *Bonitní klientela a cestovní ruch*. [online] Cit. 2015-11-04. Dostupné z: <http://vyzkumy.czechtourism.cz/649/bonitni-klientela-a-cestovni-ruch#;f=studijni-prace>

CZECH TOURISM. *Trendy globálního cestovního ruchu (2013-2014)* [online] Cit. 2016-02-02. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/institut-turismu/aktuality/trendy-globalniho-cestovniho-ruchu-2013-a-2014/>

ČELADENKA [online] Cit. 2016-02-24. Dostupné z www.celadenka.cz

ČGF. *Česká golfová federace - O nás*. [online] Cit. 2016-03-31. Dostupné z: <http://cgf.cz/ArticleDetail.aspx?IDMenu=39122985&IDArticle=4737437>

ČSÚ. *Hromadná ubytovací zařízení České republiky. Moravskoslezský kraj*. [online] Cit. 2016-02-08. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/huz/kraj.jsp?k=CZ080>

ČSÚ. *Nejnovější údaje: Moravskoslezský kraj*. [online] Cit. 2016-03-07. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xt/1-xt>

DESIGN HOTELS. *Travel the world of original experiences*. [online] Cit. 2016-03-29. Dostupné z: <https://www.designhotels.com/original-experiences>

DENÍK. *V Karlovarském kraji se loni ubytovalo o něco více hostů.* [online] Cit. 2016-03-17. Dostupné z: <http://karlovarsky.denik.cz/podnikani/v-karlovarskem-kraji-se-loni-ubytovalo-o-neco-vice-turistu-20160217.html>

FOX, J. T. *The Evolution of Luxury Travel.* [online] Cit. 2015-11-05. Dostupné z: <http://www.travelagentcentral.com/trends-research/the-evolution-luxury-travel>

GOLFOVÁ HŘIŠTĚ. *Golfový areál roku 2014.* [online] Cit. 2016-03-31 Dostupné z: <http://www.golfova-hriste.cz/golfovy-areal-roku/>

GOLFOVÁ HŘIŠTĚ. *Přehled golfových areálů v ČR.* [online] Cit. 2016-03-30 Dostupné z: www.nagolf.eu

GOLFOVÁ HŘIŠTĚ. *Přehled golfových areálů v ČR.* [online] Cit. 2016-03-24. Dostupné z: <http://www.nagolf.eu/kategorie/moravskoslezsky-kraj>

HOTEL MIURA [online] Cit. 2016-03-24. Dostupné z: <http://www.miura.cz/>

HOTEL VITALITY [online] Cit. 2016-03-10. Dostupné z: <http://www.hotelvitality.cz/>

HOTELSTARS. *Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České Republiky.* [online] Cit. 2016-02-18. Dostupné z: <http://www.hotelstars.cz/>

KAMENICKÝ, J. *Cestovní ruch české ekonomice pomáhá* [online] Cit. 2015-11-13. Dostupné z: <http://www.statistikaamy.cz/2015/01/cestovni-ruch-ceske-ekonomice-pomaha/>

KUDY Z NUDY. *Tři pražské restaurace se mohou chlubit michelinskou hvězdou.* [online] Cit. 2016-03-24. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/aktuality/dve-prazske-restaurace-podruhe-obhajily-hvezdicku-.aspx>

LIKVIDACE VOZIDEL OSTRAVA. *Ekologická likvidace vozidel.* [online] Cit. 2016-02-02 Dostupné z: <http://www.likvidace-vozidla-ostrava.cz/>

MICHELINSKÉ RESTAURACE. *Co jsou michelinské restaurace?* [online] Cit. 2016-03-24. Dostupné z: <http://www.michelinskerestaurace.cz/co-jsou-michelinske-restaurace/>

MSK. *Seznam stravovacích zařízení*. [online] Cit. 2016-03-07. Dostupné z: <http://www.msk.cz/scripts/modules/catalogue/list.php?catalogueID=11&ubytovani=ano&lid=1&pg=6>

PROSPER GOLF RESORT. *O Prosper golf klubu*. [online] Cit. 2016-03-29. Dostupné z: <http://www.prosper-golf.cz/cs/cluby/prosper-golf-club.aspx>

RESTU. *Restaurace Moravskoslezský kraj*. [online] Cit. 2016-03-07 Dostupné z: <http://www.restu.cz/moravskoslezsky-kraj/?order=rating>

RESTU. *Luxusní restaurace* [online] Cit. 2016-03-24. Dostupné z: <http://www.restu.cz/luxusni-restaurace/?page=2>

STATISTIKA A MY. *Na Moravskoslezsku bylo více hostů díky hokeji*. [online] Cit. 2016-03-07. Dostupné z: <http://www.statistikaamy.cz/2015/09/na-moravskoslezsku-bylo-vice-hostu-diky-hokeji/>

TOP 100. *Nezávislý průvodce po nejlepších a nejzajímavějších restauracích* [online] Cit. 2016-03-07. Dostupné z: <http://www.grandrestaurant.cz/top-100/?str=0>

TRIPADVISOR [online] Cit. 2016-02-08. Dostupné z: www.tripadvisor.com

TRIPADVISOR. *Top 25 Luxury Hotels – World*. [online] Cit. 2016-03-31 Dostupné z: <https://www.tripadvisor.com/TravelersChoice-Hotels-cLuxury-g1>

UNWTO. *Glossary of tourism terms* [online] Cit. 2015-11-26. Dostupné z: <https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/staticunwto/Statistics/Glossary+of+terms.pdf>

WTTC. *Economic Impact Analysis* [online] Cit. 2015-11-12. Dostupné z: <http://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/>

Seznam obrázků

| | |
|--|----|
| Obrázek 1 Mapa MS kraje a rozdělení okresů | 26 |
| Obrázek 2 Oficiální označení čtyřhvězdičkového hotelu podle Hotelstars. | 29 |
| Obrázek 3 Clarion Congress Hotel Ostrava | 33 |
| Obrázek 4 Hotel Vitality | 34 |
| Obrázek 5 Hotel Miura..... | 36 |
| Obrázek 6 Venkovní golfové hřiště v MS kraji. | 42 |

Seznam tabulek

| | |
|--|----|
| Tabulka 1 Minimální roční mzda pro bohaté účastníky luxusního CR..... | 25 |
| Tabulka 2 Seznam čtyřhvězdičkových hotelů v MS kraji podle okresů. | 30 |
| Tabulka 3 Počet pětihvězdičkových hotelů v jednotlivých krajích. | 37 |
| Tabulka 4 Přehled počtu venkovních golfových hřišť v jednotlivých krajích..... | 43 |

Přílohy

Zde jsou uvedeny otázky, na které odpovídaly vybrané hotely v MS kraji.

1. Kdo jsou nejčastěji vaši hosté? (myšleno např. domácí vs. zahraniční hosté, mladší vs. starší ročníky, manažeři nebo rodiny s dětmi apod.)

Clarion: Domácí hosté 52%, zahraniční zbytek (Itálie, Německo, Polsko, Slovensko, a jiné státy). Manažeři, muži, produktivní věk. Ročně hotel navštíví 50 tis. hostů, nejen ubytovaných, bez wellness.

Vitality:

| 2015 | Domácí % | Zahraniční % | Obsazenost% |
|----------|----------|--------------|-------------|
| leden | 65 | 35 | 36,5 |
| únor | 67 | 33 | 42,4 |
| březen | 75 | 25 | 41,5 |
| duben | 66 | 34 | 42,5 |
| květen | 47 | 53 | 45,3 |
| červen | 77 | 23 | 44,4 |
| červenec | 69 | 31 | 42,2 |
| srpen | 57 | 43 | 44,4 |
| září | 67 | 33 | 44,9 |
| říjen | 76 | 24 | 44,6 |
| listopad | 74 | 26 | 44,9 |
| prosinec | 68 | 32 | 52,2 |
| průměr | 67,33 | 32,67 | 43,82 |

Co se věkového složení našich hostů týče, řekla bych, že složení by bylo následující: Osoby od 25 – 45 let tvoří přibližně 40% všech hostů. Osoby od 46 – 65 let tvoří zhruba 45 % všech klientů. Osoby starší 65 let tvoří 15 % všech ubytovaných hostů.

Složení dle účelu pobytu (manažeři x rodiny s dětma). Troufám si říct, že Business klientela tvoří cca 60% všech hostů. Rodiny s dětma pak 30% a sportovní týmy zbývajících 10%.

Miura: Spíše převládají tuzemští hosté, ale máme také spoustu Německé, Polské, Rakouské klientely. Věkově spíše 30-60 let, co se týká skladby hosty, je velmi

různorodá, jezdí k nám spousta golfistů s rodinami, párů na relaxační víkendy ale i korporátní klientela.

2. Ve kterém období roku k Vám přijíždí nejvíce hostů a na kolik nocí v průměru zůstávají?

Clarion: Celoročně, kromě července a srpna, kdy je vytíženost menší a záleží na akcích v Ostravě a v hotelu. Průměrná doba pobytu je 1,6 dne.

Vitality: Obsazenost je více méně stejná ve všech měsících. Během prázdnin, kdy klesá Business klientela, je hotel obsazen hlavně rodinami s dětmi a sportovními týmy. Kolik nocí hosté zůstávají, by bylo následující: Business klientela v průměru 2 noci, rodinné pobyty v průměru 4 noci, sportovní týmy cca 5 nocí.

Miura: Květen – Červen, 2-3 noci

3. Pro jakou skupinu lidí byste řekl, že je Váš hotel nejvíce přizpůsoben?

Clarion: Pro kongresovou klientelu, služebně cestující za obchodem do Ostravy, sportovce – blízkost sportovišť kolem hotelu.

Vitality: Náš hotel je orientován jak Business pobytům, vzhledem k možnosti konání konferencí a využití špičkové techniky, tak rodinným pobytům díky našemu Wellness & Spa centru, lokalitě a vybavenosti na pokojích. Jsme držiteli certifikátu Baby Friendly. Rovněž velmi důležitou součástí našeho vybavení je sportovní areál s možností pronájmu tenisových či badmintonových kurtů, bowlingu nebo minigolfu.

Miura: Hotel je přizpůsoben pro jakoukoliv klientelu, ale vyniká ve službách pro golfisty, milovníky skvělého jídla a wellness.

4. Kolik v průměru utratí jeden Váš zákazník za svůj pobyt?

Clarion: Pokoj v průměru 1500 Kč, ostatní útrata – extrasy tj. bary, restaurace, wellness, osobní služby cca 300 Kč. Útrata je myšlena denně.

Vitality: Co se týče ceny za ubytování, cena pro jednoho hosta je cca 1.792 Kč.

Miura: Bohužel nemohu poskytovat tyto informace.

5. Do jaké míry, navštěvují Váš hotel i hosté, kteří tam nejsou ubytovaní? Např. wellness, restaurace apod. Nebo Vašich služeb více využívají přímo ubytovaní hosté?

Clarion: Hotel je využíván také a především těmi, kteří jsou účastni konferencí, kongresů, plesů, banquetů. Nebo wellness, takže je využíván i nebydlícími hosty.

Vitality: Co se týče návštěvnosti z řad neubytovaných hostů, zasílám přibližnou informaci o složení hostů čerpající služby našeho zařízení: Wellness & Spa + Aqua Zone – rozložení návštěvnosti, jak restaurace tak wellness a bazénu je plus mínus 50 na 50. 50% návštěvníků jsou ubytovaní hosté a 50% jsou návštěvníci z řad neubytovaných.

Miura: Čím dál tím více hostů využívá naše služby i bez ubytování, jedná se právě o restauraci a wellness, zde máme každoroční nárůst hostů o cca 15%

Hodnocení:

Tady můj dotaz směřuje ke kritériím, jak je uvádí Hotelstars. Podle jejich dokumentu s názvem Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky 2015-2020 (viz příloha) existuje v kategorii hotel 270 různě obodovaných kritérií. Pro kategorii **** je minimální počet bodů 400. Mě by zajímalo, v jakých kritériích dostal Váš hotel body a kolik celkem bodů získal.

Clarion: 495 bodů.

Vitality: 647 bodů. (Žádost byla podána v roce 2013. V tomto roce bylo hodnocení jiné, než je uvedeno v současné příručce, pozn. autora)

Miura: neposkytly informace.