

MORAVSKÁ VYSOKÁ ŠKOLA OLMOUC

Ústav profesní přípravy

Kristýna Melicherová

Doplňující program služeb na státním zámku v Lednici na  
Moravě

Lednice Castle, Moravia - Additional Services Program

Bakalářská práce

Vedoucí práce: Mgr. et Mgr. Michaela Vaněčková, Ph.D.

Olomouc 2013

Prohlašuji, že jsem práci vypracovala sama a uvedla všechny použité informační zdroje.

Děkuji Mgr. et Mgr. Vaněčkové Ph.D. za rady a připomínky.

## Obsah

Úvod .....	4
1. Marketing .....	6
1.1 Marketingový mix služeb.....	6
1.2 Produkt .....	7
1.3 Cena .....	7
1.4 Distribuce .....	8
2. Státní zámek Lednice na Moravě .....	9
2.1 Historie SZ Lednice .....	9
2.2 Historie a popis zámku .....	10
2.3 Lednický areál.....	12
a mimo zámecké aktivity .....	12
3. Základní informace o SZ Lednice .....	13
3.1 Prohlídkové okruhy .....	13
3.1.1 První prohlídkový okruh .....	13
3.1.2 Druhý prohlídkový okruh.....	13
3.1.3 Třetí prohlídkový okruh .....	14
3.1.4 Čtvrtý prohlídkový okruh.....	14
3.2 Vstupné .....	15
3.3 Otevírací doba .....	16
3.4 Příjezdová cesta, doprava.....	17
4. Personál státního zámku Lednice .....	19
4.1 Průvodci státního zámku .....	20
Lednice na Moravě .....	20
5. Marketingové aktivity státního zámku Lednice na Moravě .....	22
5.1 Zámek a jeho využití .....	22
6. Nabízené služby Státního zámku Lednice.....	24
6.1 Vlastnosti služeb.....	24
6.2 Objednání prohlídek.....	24
6.3 Cizojazyčný výklad .....	25
6.4 Suvenýry .....	25
6.5 Texty v cizím jazyku .....	26

7.	Navrhované doplňkové služby na lednickém zámku .....	28
7.1	Prohlídka pro cílovou skupinu .....	28
7.2	Cizojazyčné prohlídky .....	28
7.3	Dětské prohlídky.....	28
7.4	Přehled časů prohlídek .....	29
7.5	Poskytování informací .....	30
7.6	Rozšíření suvenýrů .....	30
7.7	Úschova kol .....	30
7.8	Výstavy .....	31
7.9	Ochutnávka vín, jarmark .....	31
7.10	Platba v cizí měně .....	32
8.	Dotazníky .....	33
	Závěr .....	38
	ANOTACE .....	39
	LITERATURA A PRAMENY .....	41
	SEZNAM TABULEK .....	42
	SEZNAM GRAFŮ .....	43
	SEZNAM PŘÍLOH .....	44

## Úvod

Téma doplňkové služby na státním zámku v Lednici na Moravě jsem si vybrala proto, že problematika týkající se marketingu mě nejenom velmi zajímá, ale je všude kolem nás, stejně jako kultura nebo public relations.

Na státním zámku v Lednici se pohybuji více než šest let, působím zde jako průvodkyně ale tato činnost sebou nese i jiné povinnosti. Objednávání hostů, turistů, zaznamenávání nejrůznějších událostí jako jsou svatby, meetingy, rauty a ostatní společenské akce různého typu.

Lednický zámek je velmi proslulý nejen svou krásou, jedinečnými řezbami, a překrásnými zahradami, ale také nádherným okolím, areálem a nekonečnými možnostmi. Státní zámek Lednice na Moravě je již po několik let dle statistik označen za nejnavštěvovanější zámek v České republice, a na Moravě se tak pyšní jako jasná dominanta nejen v návštěvnosti ale také v příjmech.

Za několik let mojí praxe jsem si ovšem uvědomila, že i ten nejnavštěvovanější a velmi známý objekt má co vylepšovat a to především z hlediska doplňkových služeb, které tu pro turisty chybí. Na první pohled to jistě není viditelné, ale po zamyšlení a letité práci, jsem přišla na to, že tento zámek má z hlediska popularity velmi pevné základy a jen tak něco ho neohrozí, ovšem kde propagace, reklama a PR není už tak nutné, jelikož je pevně vybudované, chybí něco dalšího, základního.

Každá kulturní památka má hlavní cíl a to přilákat co nejvíce návštěvníků, a poté je okouzlit a na nás lidech je to, abychom tuto památku zvelebili nějakým zážitkem tak aby na ni turisté nezapomněli. Nezapomenou na to, co viděli, ale podle mě je důležité, aby se každé památce pomohlo nějakým zážitkem, který si návštěvníci vytvoří sami, ovšem na základě toho, že mi jim vytvoříme aktivitu, službu, na základě, které oni rozvinou svůj zážitek a uloží si ho tak do paměti.

Lednický zámek nabízí nejrůznější využití ať už sportovní, kulturní, relaxační, historický. Chci se ovšem zaměřit na tvorbu nových služeb, nových produktů, které z tohoto kouzelného místa vytvoří vzpomínku na dokonalé služby, které tu chybí.

Cílem mé práce je zhodnotit současných stav nabízených služeb, a navrhnout nové, doplňkové služby, které by ke spokojenosti návštěvníků jenom přispěly. Zámek si tedy nepotřebuje zvýšit návštěvnost, ale jednoznačně potřebuje vylepšit a doplnit produkty, služby, které tu nejsou.

V první kapitole teoreticky popisují marketing, marketingové aktivity a marketingový mix.

Druhá kapitola se věnuje popisu lednického areálu, historií zámku a stručnou charakteristikou celého objektu.

Třetí kapitola označuje základní informace, které se pojí k zámku. Jedná se o prohlídkové okruhy, vstupné, dopravu a otevírací dobu.

Čtvrtá kapitola navazuje na zaměstnance státního zámku Lednice, a vymezuje především pojem průvodci, jejich školení a pracovní povinnosti.

Pátá kapitola se týká nabízených aktivit státního zámku a jeho využití.

Poslední kapitola teoretické části, tedy kapitola číslo šest se bude zabývat nabízených aktivit tohoto kulturního objektu.

V praktické části, která začíná kapitolou sedm, se věnuji návrhem nových doplňkových služeb a jejich reálného využití.

Poslední osmá kapitola zahrnuje průzkum, který jsem provedla na základě dotazování.

# 1. Marketing

Marketing definujeme jako „Manažerský proces, zodpovídající za identifikaci, předvídání a uspokojování požadavků zákazníků při dosahování zisku.“<sup>1</sup> Hlavní bod, kolem kterého se všechno točí, je zákazník. Pro něho vytváříme produkty, služby tak abychom co nejvíc uspokojili jeho potřeby. To po čem cílová skupina touží, můžeme poznat z průzkumu a jednoduše jej analyzovat.

Tyto služby pro svého potencionálního klienta vytváříme z těchto hlavních důvodů. Za prvé abychom uspokojili jeho potřeby, tím si se kladně zapsali do jeho paměti, naše firmy nebo instituce si udělala dobrou reklamu, a především pro nás je důležitý zisk.

„Spokojenost zákazníka s nákupem závisí na přínosu produktu v porovnání s očekáváním zákazníka. Zákazník může dosáhnout různých stupňů spokojenosti. Pokud přínos produktu nedosáhne očekávání, je zákazník nespokojen. Pokud produkt očekávání splní, zákazník je spokojen. Pokud je předčí, je velmi spokojen nebo nadšen.“<sup>2</sup>

## 1.1 Marketingový mix služeb

Marketingový mix je též známý jako 4 P. Jedná se o produkt, cenu, propagaci a místo. Všechny tyto nástroje slouží opět k uspokojení potřeb zákazníka ale také k tvorbě zisku. Musíme se přitom také ohlížet na jednotlivé skupiny lidí, tudíž na cílové skupiny.

Ne každý je ochoten si službu koupit za stanovenou cenu, a ne pro každou skupinu je vhodné tento výrobek či službu propagovat tímto způsobem. Janečková, na základě aplikace marketingové orientace v organizacích, tvrdí, že tato čtyři P v poskytování služeb nestačí a jsou doplněna o další tři.

---

<sup>1</sup> Janečková, M., Vašítková, M., Marketing služeb, s.23.

<sup>2</sup> Kotler, P., Vašítková, M., Moderní marketing, s.538.



„Materiální prostředí pomáhá zhmotnění služby, lidé, usnadňují vzájemnou interakci mezi poskytovatelem a služeb a sledováním analýzy procesů poskytování služeb zefektivňují produkci služby a činí ji pro zákazníka příjemnější.“<sup>3</sup>

## 1.2 Produkt

Produkt je to hlavní z celé složky našich P. Produkt je to co nabízíme, a na základě toho jak nabízíme, se dozvíme, zda tímto zákazníkovi uspokojíme jeho potřeby či nikoliv.<sup>4</sup>

Produkt může mít nejrůznější podobu pro našeho klienta, úsporu, radost.<sup>5</sup> Produkt, cháme-li ho jako službu, popisujeme jako určitý proces, často bez hmotných výsledků. Rozhodování o produktu se týká jeho vývoje, životního cyklu, image značky a sortimentu produktů.<sup>6</sup> Produkt zámku je především jeho poskytovaná služba, v našem případě základní poskytovaná služba je prohlídka. Lidé chtějí vidět prostory zámku, odnesou pozitivní či negativní pohled a vzpomínku, a na základě toho uspokojí své potřeby.

## 1.3 Cena

Toto další P se automaticky pojí s produktem. Je jeho nedílnou součástí. K tomu aby zákazník mohl uspokojit svou potřebu, musí nalézt správný produkt, službu. Pokud ovšem potřebu chce skutečně uspokojit, musí produkt, v našem případě službu dostat, aby ji dostal, musí zaplatit. Cena je v tomto případě velmi důležitá a rozhodující. Cenu stanoví manažer. Při stanovení ceny se musí ohlížet na náklady, konkurence a především poptávky.

---

<sup>3</sup> Janečková, M., Vašítková, M., Marketing služeb, s.23.

<sup>4</sup> Srov. Janečková, M., Vašítková, M., Marketing služeb, s.29.

<sup>5</sup> Srov. Přikrylová, J., Jahodová, H., Moderní marketingové komunikace, s.17.

<sup>6</sup> Srov. Janečková, M., Vašítková, M., Marketing služeb, s.29.

Není možné, aby vstupné na malém zámečku, který navštíví sto lidí denně, bylo ve stejné hodnotě jako vstupné na zámku, kde návštěvníků přijde denně až dva tisíce.

„Vzhledem k nehmotnému charakteru služeb se cena, jak již bylo řečeno, stává významným ukazatelem kvality.“<sup>7</sup>

Finanční náklady, také ztrátu času, námahu, jak fyzickou tak duševní, to vše započítáváme do nákladu společně s cenou, kterou zákazník s nákupem má.<sup>8</sup>

Turista, který navštíví zámek tedy k zaplacenému vstupnému, které je pevně staveno a zároveň děleno, si připočte ještě cestu, duševní vypjetí, ale např. i radost a nadšení. To vše započítáme do jeho nákladu, které vynaložil na to, aby uspokojil své potřeby.

## 1.4 Distribuce

Jde o proces, kdy výrobek či služba je dopravena určitým způsobem až k jejímu spotřebiteli.<sup>9</sup>

„Rozhodování o distribuci souvisí s usnadněním přístupu zákazníků ke službě. Souvisí s místní lokalizací služby, s volbou případného zprostředkovatele dodávky služby“.<sup>10</sup>

Při poskytování jakékoliv služby dochází vždy k přímé komunikaci s klientem. Lidé se automaticky stávají významným prvkem marketingového mixu služeb a mají přirozeně vliv na jeho kvalitu.<sup>11</sup>

Komunikace zde hraje velkou roli, chování toho, co službu nabízí a také určitá dávka psychologie.

---

<sup>7</sup> Janečková, M., Vašítková, M., Marketing služeb, s.30

<sup>8</sup> Srov. Svoboda, V., Public relations moderně a účinně, s.17.

<sup>9</sup> Srov. Svoboda, V., Public relations moderně a účinně, s.17.

<sup>10</sup> Janečková, M., Vašítková, M., Marketing služeb, s.31

<sup>11</sup> Srov. Janečková, M., Vašítková, M., Marketing služeb, s.31

## 2. Státní zámek Lednice na Moravě

### 2.1 Historie SZ Lednice

Lednický zámek je novogotický skvost náležící do malebného kraje jižní Moravy. „Poprvé se jméno Lednice v latinizující podobě Izguobi objevuje v písemných pramenech z roku 1222, kdy ji držel mocný rakouský rod Sirotků. Německý název místa byl Eisgrub. Samo české jméno městečka Lednice je pravděpodobně odvozeno z němčiny a v písemných pramenech je ve tvaru v Lednyczy poprvé doloženo v roce 1412“.<sup>12</sup>

První doložená zmínka pochází ze 13. století, přesně z roku 1222, kdy se zde nacházela patrně jen gotická tvrz, tu český král Václav I. propůjčil rakouskému šlechtici Sigfridu Sirotkovi a o sto let později se majitelem tohoto panství stal známý, bohatý šlechtický rod Liechtensteinů. Tento rod, původem ze Štýrska, byl majitelem zámku od 14. století až do osudného roku 1945, kdy jim byly veškeré majetky na Moravě zestátněny, tedy zkonfiskovány na základě vydání dekretů prezidenta Beneše.

Zámek prošel mnoha přestavbami, od renesančního zámku, poté k rozsáhlému baroknímu sídlu až po novogotiku. V době barokního rozkvětu, se zámek rozrostl ještě o jízdárnu patřící k zámku, která zde stojí do dnes a během dvou let z ní bude multifunkční centrum. Tento architektonický skvost je dílo architekta Johanna Bernarda Fischera z Erlachu.

Poslední přestavba zámku proběhla během druhé poloviny 19. století, mezi lety 1846-1858.

---

<sup>12</sup> (online).(cit.2013-05-04). Dostupné z. <http://www.historielednice.cz/info.htm>

Tehdejší majitel Alois Josef II. Liechtenstein se rozhodl Lednici přestavět, jelikož prý Vídeň není dostatečně reprezentující pro konání oslav a především politických jednání.

Od roku 1945 je zámek Lednice státní a patří pod Národní památkový ústav v Brně a pyšně se řadí mezi památky Unesco a to již od sedmého prosince roku 1996.

Z levého křídla se k zámku pojí skleníky, což byla rarita na tehdejší dobu. Liechtensteini byli první, kdo měl skleník tohoto typu. Ve skleníku je víc jak dvě stě tropických rostlin a je zde i palma, který má víc jak čtyři sta let. K zámku neodmyslitelně patří nádherné zahrady, přezdívané zahrady Evropy. Zahrady jsou rozděleny na francouzskou zahradu a anglický park.

Na straně anglického parku je překrásný výhled na Minaret. Minaret zde ovšem nemá účelný význam.

Liechtensteini byly velmi bohatí a měli rádi exotické a orientální věci. Na zámku se nachází spousta japonský i čínských starožitností a to ve formě celých salonků a místností, dále pak africké cennosti. Minaret tedy není nic jiného než touha mít něco i z dálného východu. Dnes je to rarita, zvláště pak nachází-li se na Moravě.

## 2.2 Historie a popis zámku

Lednicko-valtický areál býval majetek bohatého a nejmocnějšího rodu na Moravě, rodu Liechtensteinů. Lednice byla přestavěna do novogotického stylu staré Anglie, ovšem Valtice si zanechaly barokní přepych. Lednický zámek byl přestavěn tehdejším majitelem Aloisem II. z Liechtensteina, tak aby to bylo, a to záměrně, to nejkouzelnější místo, dokonce víc úchvatné než samotná Vídeň. Jedná se o letní sídlo, kam kníže s rodinou jezdil v tom krásnějším období v roce. K zámku se také pojí uměle vytvořena zřícenina zvaná Janův hrad. Je to hrádek téměř

čtyři kilometry od samotného zámku, který byl využíván především pro muže na odpočinek při lovu.

„Romantický letohrádek, napodobující zříceninu gotického hradu, jako by vypadal ze stránek pochmurných historických románů W. Scotta.<sup>13</sup>”

Valtický zámek to bylo zimního sídlo Moravy. Neměl takové využití, jelikož byl vybudován pro jiné záměry. Lednice je to hlavní sídlo na Moravě, ač jen letní, je zde velký potenciál skutečně předvést na co měli, a jak se žije na tomto neobyčejném místě. Přímo u zámku se nachází hned několik kulturních využití pro turisty. Jedná o záležitosti, které jsou vidět na první pohled.

Vstup do areálu lednického zámku je z náměstí, nebo druhou stranou malou bránou. Zámek je taková dominanta, že je vidět z každé strany. Nádvoří je velké a má hned několik vchodů do zámku.

Paradoxně první vchod z hlavní příjezdové cesty vede na druhý, třetí a čtvrtý prohlídkový okruh, tedy na kasu č. dvě.

Druhý vchod láká turisty, kteří se rozhodnout pro prohlídkový okruh číslo jedna. Celkem má tedy zámek čtyři prohlídkové okruhy.

K zámku samozřejmě patří skleník, který nemohu opomenout, jelikož se řadí mezi rarity tehdejší doby.

Skleník si prochází každý zájemce sám, je to spíše vizuální prohlídka a to bez výkladu a bez textu. Zde průvodce nenajdete, za to však nepřeborné množství cizokrajných květin a několika staletých palem.

---

<sup>13</sup> David, P., Soukup, V., Velká cestovní kniha Česká republika, s.310.

## 2.3 Lednický areál

### a mimo zámecké aktivity

Jak jsem již zmiňovala zámek má velký potenciál a každý tu má hodně co nabídnout. Přímo před zámkem se nachází místní společnost Zaiferos. Zabývající se ornitologií. Turisté mají možnost prohlédnout si několik druhů ptáků, vidět jejich nacvičené číslo, vyfotit se s nimi a pobavit se.

Cestou po ukončení prvního okruhu se Vám okamžitě nabídne kočár, který nabízí návštěvníkům krásnou projížďku až k Minaretu přes anglický park. K Minaretu se můžete nechat odvést i lodičkou, nebo jít pěšky. Lodičky tu vede další společnost nepatřící k zámku, ale spíše k soukromému podzámčí. Každých dvacet minut odplaví víc jak třicet lidí na dvacetiminutový zážitek po Dyji.

Odvážnější, kteří se na vodu pustí i na téměř hodinu se mohou plavit až na zmiňovaný Janův hrad.

## 3. Základní informace o SZ Lednice

### 3.1 Prohlídkové okruhy

Zámek nabízí čtyři prohlídkové okruhy.

#### 3.1.1 První prohlídkový okruh

Nejnavštěvovanější okruh zámku, snad už jen pro to, že se zde nachází reprezentační místnosti. Nekonečné řezby, vyřezané stropy z nejrůznějších dřevin, původní parkety z devatenáctého století, proslulé schodiště, samonosné schodiště, vetknuté schodiště, mramorová vana, která pojme víc než tisíc litrů vody, exotické místnosti plné malých cenností z dalekých krajů jako jsou Čína, Japonsko i Afrika. Jednoduchý, čistý windsorský styl s výhledem jak do francouzských zahrad, tak do anglického parku až na Minaret.

Bezbariérový přístup není dokonalý, avšak je možný, jelikož zde nejsou žádné schody, a dveře jsou dostatečně široké. Prohlídka tohoto okruhu trvá okolo padesáti minut a kapacita je padesát lidí. Prohlídky vyráží na trasu se svým průvodcem, zaměstnancem zámku, každou čtvrt hodinu od devíti ráno až do pěti hodin, kdy odchází poslední prohlídka, mimo polední pauzu.

#### 3.1.2 Druhý prohlídkový okruh

První patro představuje soukromé apartmány. Jsou to místa, kam se tedy nikdo z cizích lidí a pravděpodobně ani z hostů nedostal, na to bylo určeno přízemí. Zde bydlela jen nejbližší rodina. Nachází se zde několik apartmánů, společenské místnosti, kulečnický sál, i oratoř, kam Liechtensteini chodili na bohoslužbu. Výklad je více historický z toho důvodu, jelikož se zde více probírají jednotlivé vztahy a více se ponoříte do této šlechtické rodiny. Řezby už nejsou v takovém množství.

Prohlídkové časy jsou zde méně frekventované než na prvním okruhu. Časy prohlídky s průvodcem jsou po půl hodiny, opět mimo polední pauzy.

Stejně jako u první trasy je možné dostat průvodce mluvící česky, na objednání pro skupinu anglicky, německy, španělsky či francouzsky.

### 3.1.3 Třetí prohlídkový okruh

Nejkouzelnější okruh se ukrývá až úplně nahoře. Prý nejvíc schodů až nahoru zvládnou jen ty nejmenší nožky, toto druhé patro patřilo dětem. Děti šlechticů hrdě nosili tituly princ a princezna. Děti měli svoje patro, kde jim společnost dělali především guvernanky.

Je zde několik zrekonstruovaných pokojíčku, přesně podle dobových fotografií. Manželský apartmán, tedy ložnice rodičů jsou propojeny osobních, soukromým schodištěm až k dětem nahoru. Délka stejná a to padesát minut. Prohlídka je načasovaná na každou druhou hodinu. Děti si především mohou prohlídnout, jak žili princové a princezny, je zde ukázka loutek a hraček.

### 3.1.4 Čtvrtý prohlídkový okruh

Uměle vytvořená jeskyně, tzv. Grotta. Dříve sloužila jako sklepení, je zde i úschovna vína. Dnes je to využité opět pro ty nejmenší a to tak, že je tato umělá jeskyně z 18. století doplněna o strašidla, především ty místní, ke kterým se pojí legendy. Je to jediný okruh zámku, který není historicky podložen, spíše kreativně a pohádkově.



## 3.2 Vstupné

Vstupné je pevně stanoveno a to pro všechny návštěvníky. Plné vstupy platí dospělý, snížené vstupné žáci, studenti a senioři. Zámek zavedl nové vstupné, které je velmi žádané a to výhodné a to vstupné rodinné.

Má-li návštěvník rozhodnuté, že zcela jistě půjde na oba dva základní okruhy, tj. první, kde jsou reprezentační sály a na druhý, kde uvidí soukromé apartmány, koupí si vstupné, které je už tak snížené i přesto, že se jedná o dospělého. Tato cenová výhoda má jen jednu podmínku a to takovou, že návštěvník musí navštívit tyto oba okruhy v jeden den, aby slevu mohl uplatnit.

Tab.č.1.

Prohlídková trasa	Výklad v českém jazyce <sup>14</sup>		
	Plné	Snížené	Rodinné
I. Reprezentační sály	150 Kč	100 Kč	400 Kč
II. Soukromé apartmány	150 Kč	100 Kč	400 Kč
Při návštěvě I.+II.okruhu	260 Kč	160 Kč	680 Kč
III. Dětské pokoje a Muzeum loutek Milana Knížíaka	150 Kč	100 Kč	/
IV. Grotta	50 Kč	25 Kč	/
Galerie	50 Kč	30 Kč	/
Skleník	60 Kč	40 Kč	/
Průvodce parkem	100 Kč	/	300 Kč
Minaret	40 Kč	20 Kč	/
Janohrad	50 Kč	30 Kč	130 Kč
Apollonův chrám	25 Kč	25 Kč	/

<sup>14</sup> <http://www.zamek-lednice.com/vstupne/>

### 3.3 Otevírací doba

Zámek Lednice na Moravě patří mezi nejnavštěvovanější zámky v celé České republice, na Moravě je to tedy jasná dominanta v tržbách. Kapacita prohlídek zámku je využita dostatečně.

Lednický zámek otvírá každý den v devět hodin. První prohlídka všech okruhů mohou vyrazit v devět hodin ráno.

První okruh má rozpis prohlídek po čtvrt hodině. První návštěvníci tedy vyráží v devět hodin.

Na prohlídky mezi devátou a desátou hodinu tedy potřebujeme pět průvodců a to jen na první okruh ovšem pouze v případě, že časy jsou využity.

V období června až září, se ale stane málokdy, že by nějaký čas odpadl a všichni průvodci jsou dokonale pracovně využiti.

V případě, že se nastane situace, kdy dorazí někdo mimo svůj čas, nebo bez objednání, zařadí se ještě mezi čas tedy prohlídka, která vyrazí na trasu např. 9.20. Průvodci, ale musí být sehraní a přesní aby nedošlo k zamíchání prohlídek.

Druhý okruh má své časy po půl hodině, tj. v půl a celou.

Třetí okruh co dvě hodiny, případě zájmu a dostatek zaměstnanců není problém vytvořit další čas pro návštěvníky.

Čtvrtý okruh pro hravé děti má daný svůj čas vždy na čtvrt jakoukoli hodiny, kdy je zájem o tento méně historický a časově nenáročný okruh. Zámek tedy využije každou minutu a ještě pokud je schopen vytvoří i čas nový. Záleží v tomto případě na průvodcích, jak mají den zorganizovaný. V devět hodin projdou zámeckými vraty první turisté a v pět odpoledne do zámku proniknou poslední.

Tento moravský zámek ovšem dodržuje polední pauzu, bez ní by to při takové frekvenci opravdu nešlo, a když se tím ztratí asi tak šest prohlídek, je to čas, který zaměstnancům pomůže se aklimatizovat a připravit se na většinou ještě náročnější odpoledne. Polední pauza má trvání od 12,01 a trvá do 12,59, jelikož ve dvanáct vychází poslední dopolední prohlídka, a v jednu vychází první prohlídka druhé poloviny dne.

### 3.4 Příjezdová cesta, doprava

Návštěvníci využívají nejrůznější dopravní prostředky, tak aby se dostali do vytouženého cíle. V okolí Lednice a především lednické zámku jsou využívány především tyto prostředky.

Turisté jezdí vlakem do Břeclavi, toto jihomoravské město je od zámku téměř dvanáct kilometrů a návštěvníci se do Lednice z Břeclavi dostanou autobusem, v cíli jsou asi za patnáct minut.

Autobusová doprava zastavuje v Lednici na náměstí před radnicí. Náměstí je malé, a dokonce i člověk, který se je tu poprvé se nemůže ztratit. Zámek je vidět okamžitě po příjezdu na náměstí.

Pro ty co se rozhodnout jet na výlet svým automobilem je cesta jistě jednodušší, a parkovat mohou přímo na náměstí, kde je placené parkoviště ovšem s omezenou kapacitou. Mnoho těchto turistů jsou také ubytovaní v místních hotelích a penzionech. Zvláště tyto větší hotely mají svá parkoviště a v městě Lednice je všechno velmi blízko.

Lednice je ale známá také z velké části cyklostezkami. Cyklistů je tu požehnaně. V průměru každý desátý návštěvník je milovník tohoto sportu.

V areálu zámku se na kole jezdit nemůže, ale to je všude dostatečně zobrazeno na cedulích. Chybí tu úschova kol. Je to tu velký problém, jelikož kola jsou tu velmi často odcizena. Dokonce ani

kamerový systém není vždycky tak dobře umístěn a tudíž není tak spolehlivý.

Z toho vyplývá, že ne každý sportovec na kole navštíví nějaký prohlídkový okruh, jelikož si nikam svůj dopravní prostředek nemůže schovat do bezpečí do nějaké úschovny a na prohlídku si jej vzít nemůže.

## 4. Personál státního zámku Lednice

Státní zámek Lednice na Moravě zaměstnává mnoho pracovníků, jelikož tento objekt nabízí mnoho a je skutečně velmi v provozu.

Nejvyšší postavení tu má kastelán, v našem případě paní kastelánka. Je to člověk, který zodpovídá za všechno, řeší správu zámku, případné stížnosti, rozhoduje, co se na zámku bude a nebude pořádat, co je vhodné a co si můžeme dovolit či nikoliv. Je to hlavní tvář celého objektu.

Pod kastelánkou pracuje zástupce, personální. Ten zodpovídá za výběr zaměstnanců, respektive školení zaměstnanců, řeší interní záležitosti mezi zaměstnanci, a v určitých případech se samozřejmě radí se svým šéfem, s kastelánkou.

Podstatnou součástí jsou zahradníci, kteří se starají nejen o zahradu ale také o květiny, které pravidelně dodávají do místností, aby je zkrášlili. Květiny jsou sušené nebo živé. Nikdy umělé. Mimo hlavní sezónu jim na pomoc přijdou studenti vysoké školy zemědělské, která je přímo v Lednici.

Tak jako průvodci mají svého personálního, tak zahradníci mají svého hlavního zahradníka, který zodpovídá za park, jeho údržbu a samozřejmě se o všem radí také se svým nadřízeným, tedy s kastelánkou. Dále pak hlavní šéf našeho kolektivu, tedy průvodců. Pokud nastane problém vedení prohlídek, rozpis a objednávky prohlídek řeší pouze průvodci. Pokud nastane problém, řeší ho se svým menším šéfem a to s personálním, tedy se zástupcem kastelánky.

Předposlední hlavní článek zaměstnanců jsou pokladní. Jsou v podstatě v odlišné kategorii než průvodci. Oni jsou to, první co návštěvník vidí. Zámek má dvě kasy. Na kase číslo jedna sedí jeden pokladní a prodává lístky na první prohlídkový okruh, společnost mu v práci dělá prodavačka suvenýrů, které jsou umístěné právě na první pokladně. Druhá pokladna, kasa číslo dva má na starosti prodej

vstupenek na zbylé okruhy, tedy na okruh dva, tři a poslední čtvrtý okruh.

Poslední skupina zaměstnanců jsou úklidové pomocnice. Ty uklízí zámek každý den, co se týče koberců, podlahy a prachu. Vždy po skončení pracovní doby. Správkyně úklidu pracují každý den, pár hodin. Velký úklid přichází na řadu v říjnu, kdy se zámek až do dubna uzavře davům turistům.

Počet stálých zaměstnanců se odhaduje okolo padesáti. Nejsou v tom ovšem započítáni sezónní průvodci. Na hlavní měsíce, což je červenec a srpen přijde denně do práce v průměru okolo 12 průvodců, uklízečky jsou čtyři, pokladní dva.

#### 4.1 Průvodci státního zámku

##### Lednice na Moravě

Průvodci, kteří zde přes léto pracují, jsou většinou zkušení, jelikož na zámku obvykle pracují již několik let. Každý rok se i tak přibere někdo nový, velmi mladý, jelikož někdo jiný dodělává školu a práci si hledá spíše stálou. Tohle je neustálý koloběh.

„Lidé jsou totiž považováni za největší kapitál dobrých firem.“<sup>15</sup>

„Přijímání zaměstnanců je proces, kterým si organizace zabezpečuje své lidské zdroje. Zejména v organizacích služeb, je dáována přednost tomu, aby výběr zaměstnanců byl svěřen těm útvarům, kde bude pracovník zařazen (ve spolupráci s personálním oddělením).“<sup>16</sup>

Průvodcům je mezi šestnácti a šestadvaceti lety. Jsou to studenti středních a vysokých škol. Nikdo tam není bez statusu studenta. Je to prostě ideální prázdninová práce pro skupinu lidí, kteří mají oblibu v této činnosti s lidmi.

---

<sup>15</sup> Vodáček, L., Vodáčková, O., Moderní management v teorii a praxi. Efektivní komunikace v praxi, s.118.

<sup>16</sup> Janečková, M., Vašítková, M., Marketing služeb, s.157.

I přesto, že to zní pohádkově jako místo samo, i tato práce jako každá nese své proti. Zodpovědnost průvodce je na místě každou minutou.

Průvodce musí zvládat stresové situace, neustále komunikovat a to nejen ve svém mateřském jazyku, být vstřícný, asertivní a klidný.

„Základním psychologickým předpokladem pozitivní komunikace je asertivita a kreativita. Asertivita je z tohoto hlediska nenásilné, vlídné, ale pevné, sebejisté a otevřené vyjadřování a prosazování svého názoru, za respektování slušnosti, taktu a ohleduplnosti, aniž by byla omezována svoboda a práva partnera nebo spolupracovníků.“<sup>17</sup>

Vědět o historii víc než je v sylabu, mluvit sebejistě ale ne naučeně. Umět reagovat okamžitě a jednat asertivně. Uklidnit turisty v případě nějakého problému, mít všeobecný přehled, zájem o práci a umět dva jazyky na komunikační úrovni. Průvodci zámku Lednice neprocházejí obzvlášť přísným výběrovým řízením, ovšem jsou velmi zodpovědně prověřováni během své činnosti.

---

<sup>17</sup> Vymětal, J., Průvodce úspěšnou komunikací, s.144.

## 5. Marketingové aktivity státního zámku Lednice na Moravě

### 5.1 Zámek a jeho využití

Lednice je v podvědomí mnoha lidí, nabízí tu spoustu využití volného času. Cyklotrasy, historii, koncerty, lázně apod. Zámek je ovšem žádán i jinak než jako historický skvost. V minulém roce byl pronajat na celý víkend, celé tři dny pro komerční televizi, aby se zde mohlo natáčet reality show. I tak dost známé místo se proměnilo na tři dny na něco, co nebývá zvykem a každý to jen tak nevidí. Jednalo se pouze o uzavření prvního okruhu tedy přízemí. Další okruhy byly dále v provozu.

V hlavních měsících především jedná-li o červen až srpen, je na zámku uskutečněná nejedna svatba za týden. Oddává se pouze v jedné místnosti prvního okruhu a to v rytířském sále. Obřad trvá přibližně pět minut a vše probíhá v čase mezi prohlídkami. Prohlídky nejsou rušeny, a vše pod vedením organizují průvodci. S tím je spjaté i případné posvatební focení, které má přísná pravidla. Trvá čtyřicet pět minut. Průvodce se, ale musí uvědomit, že hlavní je vždy prohlídka a ne focení svatby. To nesmí nic narušit.

Zámek bývá pronajat např. jen na večerní slavnosti, jedná se o politické setkání, setkání určitých spolků a klubů. Prostory jen tři vybraných sálů jsou pak určeny např. na rauty. Vše je opět s kontrolou.

Kulturní akce jako jsou koncerty, divadla, promítání filmů. Každoročně putovní umělci, operní pěvci i ti přijíždí do lednického parku. Minulý rok tento zámek přivítal dva tisíce lidí, kteří toužili po tom vidět známou operu Carmen s nádhernou výpravou pod širým nebem.

Den princezen je další tématická akce tentokrát pro ty nejmenší. I oni si tady najdou to své, akcí ovšem není tolik, kolik by zde mohlo být.



V neposlední řadě se tento historický moravský objekt hrdě hlásí k nočním prohlídkám. Nejsou to ovšem prohlídky tradiční. Tento zámek je specifický velmi kreativními zaměstnanci a to především průvodci. Prohlídky lednické jsou kouzelné jinak.

Tento zámek a především jeho průvodci, se rozhodli udělat noční prohlídky bláznivě. Již po páté se odebírá v historickém duchu ovšem s bláznivou fantazií. Živé obrazy jsou spíše divadelní představení, kdy zámek podtrhne jejich působení.

Zámek si na tomto umu průvodců a především chuti postavil další článek PR. Komunikace živě a nově.

## 6. Nabízené služby Státního zámku Lednice

### 6.1 Vlastnosti služeb

„V minulosti se význam služeb pro národní hospodářství velmi podceňoval. Tento přístup ke službám měl hluboké kořeny od Adama Smitha, který tvrdil, že služba je jako statek, který neprodukuje žádnou hodnotu.“<sup>18</sup> V současné době vysvětlují podstatu služeb američtí autoři Kotler a Armstrong: „Služba je jakákoliv činnost nebo výhoda, kterou jedna strana může nabídnout druhé straně, je v zásadě nehmotná a jejím výsledkem není vlastnictví. Produkce služby, může, ale nemusí, být spojena s hmotným produktem.“<sup>19</sup>

„První zásadní vlastnost služeb je nehmotnost. Nehmotnost je nejcharakterističtější vlastnost služby, a od ní se vyvíjejí další vlastnosti.“<sup>20</sup> Službu konzumuje postupně, a nemůžeme si ji předem vyzkoušet, než ji zaplatíme.

Musíme si také uvědomit další podstatnou věc o službách a to jejich neoddělitelnost. Klient je spolu producentem služeb, někdy musí cestovat na místo produkce služby.<sup>21</sup>

### 6.2 Objednání prohlídek

Tak jako na každém zámku tak i Lednice přijímá objednávky od potencionálních návštěvníků. Stačí poslat e-mail, nebo zavolat a s ochotou a bez problémů zajistíme čas i den, který se turista objedná.

Objednává se pouze pro skupiny patnácti a více lidí. Dva lidi se neobjednávají, jelikož každý den je nějaký volný čas, kdy se nahromadí lidi. Nejedná se tedy v tomto případě o zájezd, který se bez objednání do zámku nemůže dostat z hlediska vytíženosti kapacity.

---

<sup>18</sup> Janečková, M., Vašítková, M., Marketing služeb, s.12.

<sup>19</sup> Janečková, M., Vašítková, M., Marketing služeb, s.12.

<sup>20</sup> Janečková, M., Vašítková, M., Marketing služeb, s.13.

<sup>21</sup> Srov. Janečková, M., Vašítková, M., Marketing služeb, s.15.

### 6.3 Cizojazyčný výklad

Pokud se jedná o skupinu čítající padesát lidí, z toho čtyřicet je česky rozumějící, tak průvodce nemůže na zbylých deset mluvit anglicky. Je samozřejmě možné, aby si tito turisté zaplatili výklad v angličtině. Musí si tento výklad ale předem rezervovat. Když se navíc tito cizinci náhodně nasbírají do jednoho času prohlídky, logicky nemají možnost se předem objednat, protože se neznají a jsou tam např. po dvojici. Tito turisté pak neplatí příplatky za výklad v jejich jazyku, ale jdou s česky mluvícím průvodcem a dostanou text s libovolně vybraným jazykem.

Zámek nabízí několik textů s nepřehledným množstvím jazyků od základní angličtiny a němčiny, přes španělštinu, polštinu, francouzštinu, italštinu. Chybí zde ale japonština a to především, jelikož japonští turisté jsou velmi milí a mají velký zájem o historii. Naštěstí jdou většinou v anglickém znění s průvodcem, který ovládá tento jazyk.

### 6.4 Suvenýry

Každá turistická destinace musí mít bezpodmínečně prezenty, které si zakoupí milovníci výletu ale především pak žáci základních škol.

V této nabídce suvenýrů, které nabízí, tento zámek najdeme několik zajímavých věcí, i přesto však je tato nabídka velmi chabá.

Můžete si zakoupit předměty nejrůznějšího typu.

Vzhledem k tomu co všechno může zámek nabídnout je tato nabídka velmi podprůměrná. Každý, a to především školáci, mají zájem o tyto upomínkové předměty, které si prostě čas od času odvezete z nějakého určitého místa.

## 6.5 Texty v cizím jazyku

Několikrát za den se stane, že návštěvníci jiné národnosti, kteří našemu jazyku nerozumí, potřebují nějaký text v požadovaném jazyku. S pravděpodobností nebudou číst celý text, ale alespoň si přečtou základní informace.

Texty na této úrovni v jaké se nacházejí, jsou opět velmi podprůměrné. V obyčejném mačkovém obalu. Co se týče jazyků, nabízí se pouze verze anglická, německá, maďarská, francouzská, italská, španělská, ruská a polská.

## **Praktická část**

Mým úkolem v praktické části je zanalyzovat současný stav poskytovaných služeb a nabízených doprovodných aktivit státního zámku Lednice na Moravě a navrhnout jejich rozšíření a vytvořit tak nové doplňkové služby, které tento objekt postrádá.

Na to navrhnout nové služby mě přiměli turisté. Za mnoho let zkušeností, slýchání pochval ale i kárání co se týče právě nabízených služeb nebo prezentování informací, jsem si nejen já uvědomila, že zámek v této oblasti velmi chýtrá.

## 7. Navrhované doplňkové služby na lednickém zámku

### 7.1 Prohlídka pro cílovou skupinu

Ze svých zkušeností vím, že první věc, která zde chybí jsou prohlídky vytvořené pro cílové skupiny. Navrhuji rozdělit prohlídky pro předem určené cílové skupiny, alespoň v jeden čas denně.

### 7.2 Cizojazyčné prohlídky

Každý den např. ve tři hodiny bylo rezervováno místo pro německé turisty. Tak jako na každém zámku či hradě, návštěvníci ráno přijedou ale kvůli vysoké návštěvnosti a objednaným prohlídkám si musí počkat i tři, čtyři hodiny. Němečtí a angličtí turisté by věděli, že každý den je pro ně připraven čas, kdy mohou jít s výkladem v jejich řeči. Anglická prohlídka např. v jednu hodinu, německé např. ve tři hodiny odpoledne.

Každý si rád počká a prohlídky by byly naplněné. U jiného jazyku by to bylo víceméně zbytečné, jelikož francouzů nebude nikdy tolik jako např. rakouských turistů.

### 7.3 Dětské prohlídky

Děti předškolního věku na prohlídkách jsou samozřejmě vítáni, ale nedělají dobrotu téměř nikdy. Rodiče to většinou nezajímá a nemají jinou šanci tak tyto velmi malé návštěvníky berou se sebou. Vytvořit jeden čas pro děti a popř. jejich rodiče by osvobodilo nejen rodiče, které historie většinou moc nezajímá, ale také děti i průvodce v neposlední řadě.

Zaměřuji se především na druhé patro, na třetí okruh, kde jsou zrekonstruovány dětské pokoje, výstava hraček a loutek. Zde je největší koncentrace dětí, a nejlépe se zde může využít upravený výklad.

Dodala bych průvodkyně, které si tento okruh velmi užívají, jelikož výkladu je tu méně, aby byly i tématicky oděné, ve stylu princezen. Na zámku je dostupnost těchto oděvů, jelikož jsou zapůjčený pro pro noční prohlídky.

## 7.4 Přehled časů prohlídek

Tento zámek nemá velká mínus, jediné velké je ve zmiňovaných poskytovaných službách a také v komunikaci s návštěvníkem. Pokud někdo navštíví zámek poprvé nemůže tušit kam jít a kde se vlastně nachází. Nikde nejsou dostatečně vyvěšené tabule s informacemi.

Není označeno, kdy bude další prohlídka, jak dlouho prohlídka trvá. U zámku je pouze obrazová cedule, kde je vyfocen okruh, aby turisté věděli, co tam je a co uvidí. Není označeno, kde prohlídka začíná.

Všechny tyto informace musí zodpovídat pokladní, která má nejenom hmotnou zodpovědnost, pracuje s terminálem a tržbou, hovoří několika jazyky a ještě musí být příjemná. Je to mimo její schopnosti a požadovanou práci. Před zámek navrhuji umístit informační tabule, co je na první okruhu, jak dlouho prohlídka trvá a kde začíná místo prohlídky.

Chybí zde označení, co do zámku nesmí, co je povoleno a co ne. Do hlavní haly, kterou turisté vidí jako první bych umístnila elektronickou tabuli, řízenou počítačovým programem, ukazující, zahájení další prohlídky, a kolik míst je ještě volných k zakoupení, popř. kdy je další volný termín, tedy čas.

Jednalo by se o dvě informační tabule, na kase číslo jedna a na kase číslo dvě.

## 7.5 Poskytování informací

Mnoho lidí pobíhá zmateně tam a zpátky a absolutně neví, co se kde nachází. V blízkosti zámku totiž nejsou žádné informace. Zařadila bych dva průvodce na každou pokladnu, aby byli živá informace.

Pokladní tohle nemůže zvládnout. Tito průvodci, pouze v případě, když by byli volní a neměli by zrovna prohlídku by byli nápomocní pokladní. Samozřejmě by nedisponovali s penězi, ale s informacemi. Kdo ví víc, než právě průvodce co kde je a co se bude kde dít právě dnes. V praxi jsme tento experiment jednou zkusili, využili a fungovalo to přesně tak jsme očekávali.

Tohle nejde aplikovat vždy, ale alespoň v ty nejvytíženější hodiny. Náklady jsou tentokrát prakticky nulové.

## 7.6 Rozšíření suvenýrů

Suvenýry jsou důležité upomínkové prezenty, především pro lidi, co si na to potrpí a v první řadě pro děti. Lednický zámek má malou nabídku.

Rozšířila bych nabídku pohledů, více informačních letáků o Lednici nejen o zámku, publikace o tom kam vyrazit např. na cyklostezky, trička s potiskem zámku, čelenka jako pro princezny, prstýnky, tiskátka, mince více druhů, obálky, bloky, hrníčky, sladkosti s etiketou zámku, to vše zajímá děti, a tato cílová skupina je největší.

## 7.7 Úschova kol

Velmi opomíjený problém se týká cyklistů. Tato vinařská oblast je známá svými cyklostezkami, téměř každý turista má kolo. Jsou to lidé, co cestují na kole několik desítek kilometrů i víc, a kola jsou především



investice a také v tuto chvíli jejich hlavní dopravní prostředek, tudíž jsou na nich zcela závislí.

Úschovna kol by vyřešila problém s krádeží. Muselo by to být velmi dobře ošetřeno, pojištěno, ale jsem si jistá, že by toho využil každý, jelikož je vždycky lepší schovat si kolo za mírný poplatek na hodinu, než si ho přivázat ke stojanu. Tady je totiž velmi častá krádež kol, a i přes kamerový systém je to těžké uhlídat vždy a efektivně.

## 7.8 Výstavy

Zámek nemá tolik prostoru na vytvoření okruhu a navíc tento okruh se vytváří na základě schválení památkové ústavu. Je to nákladná akce, např. výstava obrazů, hygieny apod. Zámek výstavu obrazové galerie stále má a je to součást druhého patra, tedy třetího prohlídkového okruhu, výstava hygieny z 19. Století tu byla, ale jelikož to není jen majetek zámku, musí se tyto předměty během dvou let vrátit původním majitelům, většinou ostatním zámkům, co předměty zapůjčili.

Výstavy pořádané mimo interiér zámku by byly velmi nápadité. Výstava obrazů, ožvlých soch by byl nejenom nádherný pohled ale hlavně něco mimořádného.

## 7.9 Ochutnávka vín, jarmark

Ne všechny služby vytvořené pro naše návštěvníky musí být vyloženě spjaty se zámekem. Někdy stačí využít tohoto magického místa, alespoň na pár dnů v roce.

Lednice je vinařská oblast, nedaleko je nespočet vinoték a sklepů, kde nabízejí nejen ochutnávku ale především prodej kvalitního moravského vína, na které jsou také lidé právem hrdí. Přiblížení se s ochutnávku vín blíže k zámku, tím i pronajmout si prostory okolo

zámku a nabízet lidem víno, které je velmi oblíbené, by přineslo výhodu všem. Zámek by vydělal na pronájmu, lidem by se zpříjemnil den, víno sem neodmyslitelně patří, takže to můžeme zařadit do tématické lidové akce. Prodávající vinař více vydělá, jelikož je přímo v centru dění. Jarmak prodeje českého dobrého ovoce a doplňkových vkusných věcí, by navíc posílil folklórní cítění a především české produkty nejrůznějšího druhu zboží.

Vše samozřejmě v omezeném množství, aby si zámek stále zachoval dominantní postavení. V žádném případě bych nepropagovala tržiště, ale spíše umělecké činnosti, které by se tu daly předvést. Vše by muselo ladit s dobou zámku, šermířské utkání by asi nebylo zrovna to pravé na novogotickém zámku.

## 7.10 Platba v cizí měně

Před několika lety zámek nevyužíval ani takovou službu jako je placení kartou. V dnešní době to při tom patří neodmyslitelně ke každému, kdo cestuje. Lidé u sebe nemívají několik tisíc v bankovkách, ale vše nosí jednodušeji a to v platební kartě. I přesto, že zámek je tak blízko rakouských hranic, tak i přesto, zde není využita služba placení v cizí měně.

Je logické, že pokladní nebudou přijímat dolary a podobné měny, které nám jsou vzdálené, a v takovém případě je zde směnárna. Nemyslím si, že by tu byla taková frekvence Američanů, ovšem německy mluvící sousedů je tu mnoho. Placení měnou, která je navíc v evropské unii tak využívána by mělo být víc než automatické. Navrhují platbu hotovosti českými korunami ale také eurem.

## 8. Dotazníky

Spokojenost a informovanost návštěvníků byla zkoumána prostřednictvím dotazníků, na které odpovídalo celkem 120 respondentů a to ve věku 40-65 let. Tato věková hranice byla zvolena vzhledem k typu otázek, které byly pokládány.

*Graf 1 Jste muž nebo žena?*



Dle grafu je názorné, že ženy jsou aktivnější než muži. Převážná většina návštěvníků přijížděla v párech, ale prohlídky navštěvovaly z procentuálního hlediska spíše ženy.

*Graf 2 Navštívili jste již někdy v předchozích letech státní zámek Lednice?*



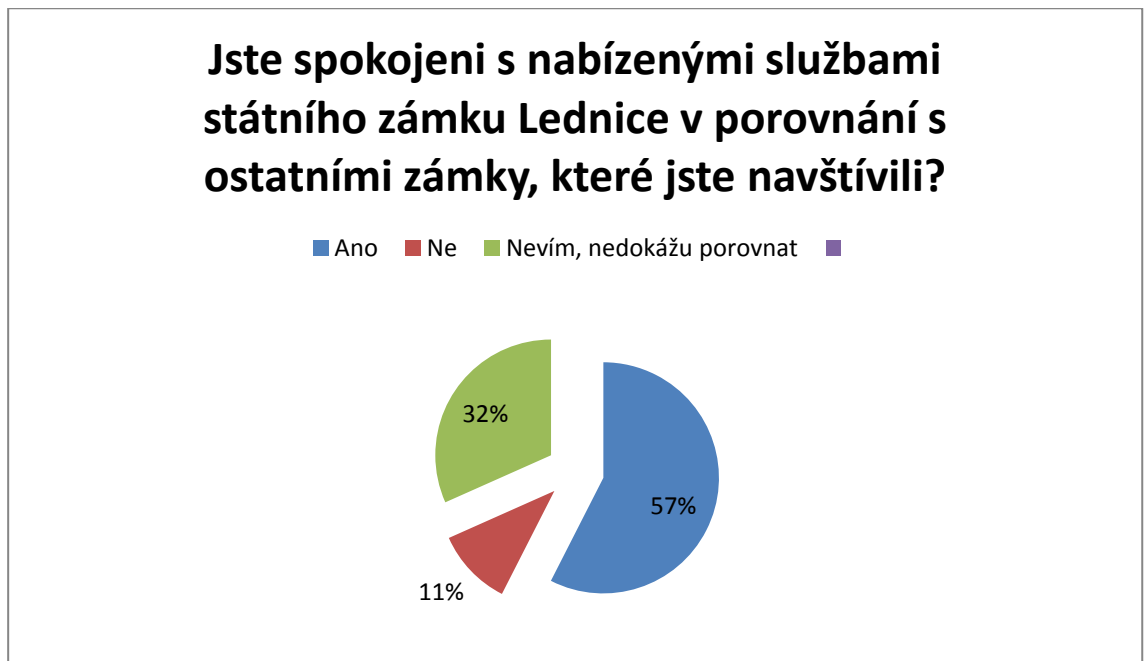
Na státní zámek Lednice se podle průzkumu znovu vrátila nepatrná část respondentů. Dotazovaným, kteří odpověděli kladně, byla v návaznosti položena další otázka viz. Graf 3.

*Graf 3 Pokud jste již navštívili státní zámek Lednice, pozorujete vývoj kupředu?*



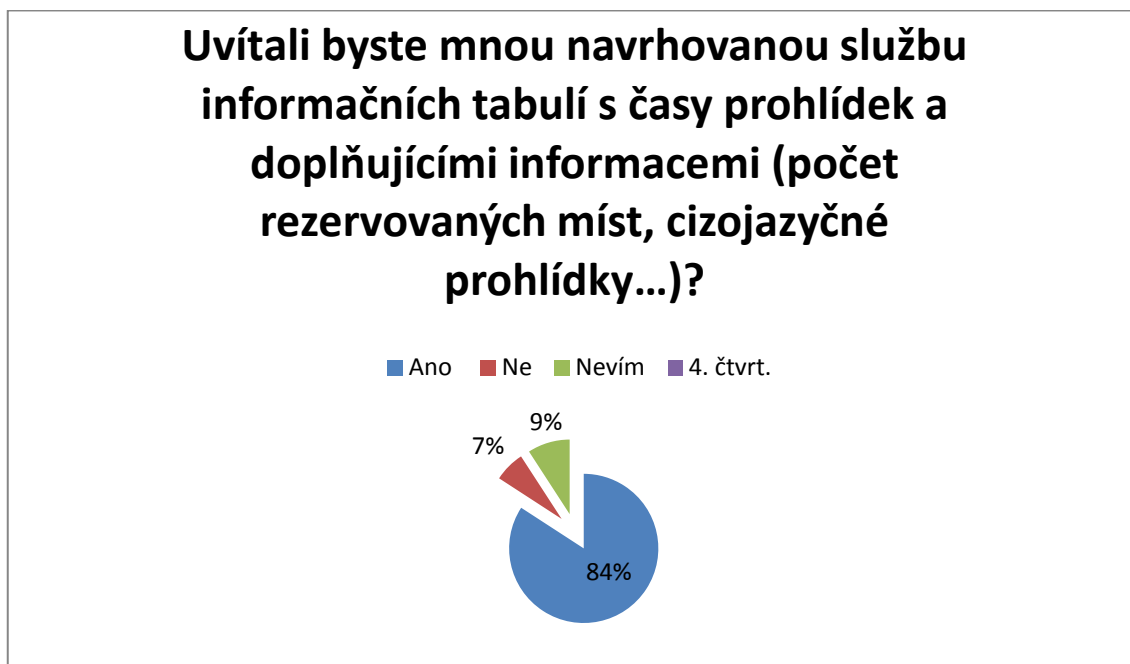
*Z výsledku je patrné, že vedení se snaží zámek a jeho prostředí posunovat neustále kupředu. Z dvaadvaceti respondentů, kteří zodpovídali tuto otázku, je tedy vidět, že je potřeba neustálé zdokonalování.*

*Graf 4 Jste spokojeni s nabízenými službami státního zámku Lednice v porovnání s ostatními zámky, které jste navštívili?*



Z grafu vidíme, že větší polovina dotazovaných je službami státního zámku spokojena, i přesto část respondentů nebyla se službami zcela spokojená a uvítali by vylepšení služeb.

*Graf 5 Uvítali byste mnou navrhovanou službu informačních tabulí s časy prohlídek a doplňujícími informacemi? (počet rezervovaných míst, cizojazyčné prohlídky...)*



Novinky v oblasti služeb, by ocenila většina dotazovaných. Je tedy zřejmé, že v poskytování služeb je na zámku neustále co vylepšovat a zdokonalovat.

## Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo zanalyzovat současný stav nabízených služeb státního zámku Lednice a navrhnout zlepšení těchto služeb. Na základě mé několikaleté praxe a zkušeností jsem provedla výzkum a tvrdím, i přesto, že tato kulturní památka je v podvědomí lidí velmi dobře zapsána, a návštěvnost je tu skutečně velmi vysoká, tak služby nabízené klientům jsou tu na velmi nízké úrovni.

V mé práci jsem navrhla doplňkové ale i základní služby, které na tomto objektu chybí nebo jsou průměrné či nedostačující. Zámek, který je známý po celé zemi, spolupracuje s nejrůznějšími organizacemi má velké nedostatky právě v poskytování toho základního, pro ty, kdo dělají tuto památku tím, čím je. Právě od návštěvníků se dozvíme zpětnou vazbu na zámek, proto by bylo vhodné využít alespoň některé navrhované služby. Z krátkého, ale výstižného dotazníku vyplývá, že turisté by uvítali jakoukoli službu, změnu nebo inovaci.



## ANOTACE

Příjmení a jméno autora:	Kristýna Melicherová
Instituce:	Moravská vysoká škola Olomouc
Název práce v českém jazyce:	Doplňkové služby na státním zámku v Lednici na Moravě
Název práce v anglickém jazyce:	Lednice Castle, Moravia - Additional Services Program
Vedoucí práce:	Mgr. et Mgr. Michaela Vaněčková, Ph.D.
Počet stran:	45
Počet příloh:	1
Rok obhajoby:	2013
Klíčová slova v českém jazyce:	marketing, SZ Lednice, služby, zaměstnanci, aktivity,
Klíčová slova v anglickém jazyce:	Marketing, Castle of Lednice, services, employees, activities,

Cílem mé práce bylo zanalyzovat současný stav nabízených služeb státního zámku Lednice, a navrhnout jejich zlepšení, inovaci a doplnění.

První část mé práce se zabývala teorií, popisuje marketingové aktivity, využití areálu, definuje marketing, popisuje dosavadní nabízené služby.

V druhé části se zaměřuji na praktické využití těchto služeb a navrhuji rozšíření základních služeb o služby doplňkové.

The objective of my work was to analyse the actual stage of services provided in the State Castle of Lednice and to suggest their improvement, innovation and supplementation.

The first part of my essay is mostly theoretical. It generally defines marketing and particularly describes marketing efforts related to the usage of capacity of Lednice Castle. Furthermore it also details presently offered services

. The second part of my work is focused on practical use of these specific services and in this connection I additionally suggest their extension from the basic to supplementary stage.

## LITERATURA A PRAMENY

JANEČKOVÁ, Ludmila, VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. Marketing služeb. Praha: Grada Publishing, 2011.179s. ISBN 80-7169-995-0.

PŘIKRYLOVÁ, Jana, JAHODOVÁ, Hana. Moderní marketingová komunikace. Grada Publishing, a.s., 2010. 304s.

ISBN 978-80-247-3622-8.

SVOBODA, Václav. Public relations moderně a účinně. Grada Publishing, a.s.,2.vyd: 2006. 240s. ISBN 978-80-247-2866-7.

VORÁČEK, Leo, VORÁČKOVÁ, Olga. Moderní management v teorii a praxi. Management Press, 2.vyd. 2009. 324s. ISBN 978-80-7261-197-3.

VYMĚTAL, Jan. Průvodce úspěšnou komunikací. Efektivní komunikace v praxi. Grada Publishing a.s., 2008. 322s. ISBN 978-80-247-2614-4.

DAVID, Petr, SOUKUP, Vladimír. Velká cestovní kniha Česká republika. Marco Polo, 2004. 384s. ISBN 80-86050-75-0.

KOTLER, Philip, AMSTRONG, G. Moderní marketing. Grada Publishing, 4.vyd. 2007. 1011s. ISBN 978-80-247-1545-2.

Online. [cit. 25.4.2013]. Dostupné na [www.historielednice.cz](http://www.historielednice.cz)

Online. [cit. 1.4.2013]. Dostupné na [www.zamek-lednice.com](http://www.zamek-lednice.com)

## SEZNAM TABULEK

Tab. 1- Ceník vstupného.....	15
------------------------------	----

## SEZNAM GRAFŮ

GRAF 1 – OTÁZKA Č.1.....	33
GRAF 2 – OTÁZKA Č.2.....	34
GRAF 3 – OTÁZKA Č.3 .....	35
GRAF 4 – OTÁZKA Č.4 .....	36
GRAF 5 – OTÁZKA Č.5.....	37

## SEZNAM PŘÍLOH

PŘÍL. 1 – DOTAZNÍK.....	45
-------------------------	----

Vážení návštěvníci státního zámku Lednice,

Jsem studentka 3. Ročníku Moravské vysoké školy o.p.s. a pracuji na své bakalářské práci, která se zabývá tematikou související se státním zámek Lednice. Téma mé práce se nazývá doplňkové služby na státním zámku v Lednici na Moravě.

Prosím o vyplnění krátkého dotazníku, abych se dozvěděla, jak jste spokojeni s dosavadními nabízenými službami, které zámek nabízí a také by mě zajímalo, jestli byste uvítali rozšíření a vylepšení těchto služeb.

Tento dotazník je anonymní, a jednotlivé výsledky budou zahrnuty do mého výzkumu v mé bakalářské práci. Jsem si jistá, že tímto dotazníkem mi pomůžete vylepšit některé doplňkové služby tohoto objektu.

Děkuji za spolupráci

Kristýna Melicherová

Jste muž nebo žena?

Žena	Muž
------	-----

Navštívili jste již někdy, v předchozích letech státní zámek Lednice?

Ano	ne
-----	----

Pokud jste již navštívili v minulých letech státní zámek Lednice, pozorujete vývoj kupředu?

Ano	Ne	Nevím
-----	----	-------

Jste spokojeni s nabízenými službami státního zámku Lednice, v porovnání s ostatními zámky, které jste navštívili?

Ano	Ne	Nevím, nedokážu porovnat
-----	----	--------------------------

Uvítali byste mnou navrhovanou službu informačních tabulí s časy prohlídek a doplňujícími informacemi (počet rezervovaných míst, cizojazyčné prohlídky)?

Ano	Ne	Nevím
-----	----	-------